

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi komunikasi dapat mempermudah setiap orang untuk memberikan informasi atau menerima pesan dengan cepat, salah satunya adalah penyampaian pesan melalui sebuah karya film dengan cerita yang beragam. Bungin (dalam Khalda & Fajar, 2020:2) menyatakan jika film merupakan salah satu bagian dari media massa yang digunakan untuk menyampaikan cerita atau sebuah peristiwa kepada masyarakat. Selain itu film sebagai media massa merupakan salah satu sumber informasi dari segala lini kehidupan juga dapat diterima dengan cepat oleh masyarakat.

Merujuk pada Effendy (2003:209) film merupakan media komunikasi yang bersifat audio visual guna menyampaikan suatu pesan kepada sekelompok orang yang berkumpul di suatu tempat tertentu. Film yang diciptakan oleh sineas memiliki target-target tertentu sesuai dengan tema yang ada dalam film, serta bertujuan untuk membuat penonton dapat memperoleh makna dari apa yang ingin disampaikan oleh sineas. Pratista (2017:29) mengungkapkan jika secara umum, film dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu film dokumenter, film fiksi, dan film eksperimental. Film fiksi terdiri dari beberapa genre yang umum di tengah masyarakat seperti komedi, horror, *romance* (percintaan) atau sejarah. Terdapat pula genre film yang memiliki segmentasi berbeda dibandingkan film fiksi lainnya yang bersifat komersil, yaitu film dokumenter seperti yang menjadi tujuan dalam penelitian ini.

Seperti yang dijelaskan oleh Ayawaila (dalam Ratmanto, 2018:409) bahwa terdapat perbedaan antara film fiksi dan film dokumenter yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

Tabel 1
Perbedaan Film Dokumenter dan Film Fiksi

Film Dokumenter	Film Fiksi
Tiap adegan adalah rekaman kejadian sesuai dengan yang terjadi.	Alur cerita merupakan karangan/imajinasi dari sutradara.
Mengutamakan pada isi pesan.	Mengutamakan pada <i>entertain</i> (hiburan) untuk penonton.
Mengangkat isu-isu yang menjadi keresahan masyarakat.	Mengangkat tema film tentang romantisme, <i>horror</i> , <i>comedy</i> dan lainnya.
Diperankan langsung oleh orang yang mengalami kejadian/peristiwa.	Diperankan oleh aktris/aktor yang sesuai dengan alur cerita atau karakter dari film.

Sumber: Ratmanto, 2018:409

Jika dalam film dokumenter setiap adegan merupakan rekaman kejadian yang sebenarnya dan harus sesuai dengan realita yang terjadi, maka berbeda dengan film fiksi yang merupakan karangan atau imajinasi dari sutradara yang dituangkan dalam film dengan *setting* atau latar belakang yang dirancang. Film dokumenter juga termasuk kedalam film indie, yang dimana bercirikan lebih mementingkan idealisme atau lebih mengutamakan isi pesan yang akan disampaikan kepada penonton dari pada efek visual, sinematik dan visual dari aktornya (Baksin, 2002:134).

Dapat diartikan jika film dokumenter dikemas dengan kreatif dan dibuat sesuai dengan kejadian yang benar-benar terjadi dan sesuai fakta tanpa

melupakan pesan moral yang ada di dalam film tersebut. Film dokumenter juga dibuat berdasarkan keberpihakan sineas terhadap subjek dengan tujuan akhir untuk memberikan pengaruh kepada penonton. Lalu, film fiksi lebih mengutamakan hiburan kepada penonton. Tidak hanya itu saja, dapat disimpulkan juga bahwa perbedaannya terletak pada pemain dalam film yang diperankan oleh aktor atau aktris yang sesuai dengan karakter tokoh fiktif dalam film tersebut serta sesuai pula dengan alur atau plot film.

Di masa lampau film dokumenter memiliki peran yang berbeda. Jika menarik kembali sejarah, film dokumenter sempat berada di bawah kekuasaan pemerintah. Prakosa (dalam Budi & Theresia, 2019:108 dalam jurnal Film Sebagai Katalis Perubahan) menjelaskan film dokumenter yang memiliki peran untuk memberikan edukasi serta kesadaran pada masyarakat, ternyata keberadaannya sempat digunakan sebagai alat propaganda dan tentunya berada di bawah kontrol pemerintah. Berarti film dokumenter di masa lampau yang berada di bawah kontrol pemerintah dapat mempengaruhi penontonnya dengan pesan yang ada dalam film terlepas salah atau benarnya suatu informasi yang diterima. Keberadaan film yang dijadikan sebagai alat propaganda di masa lampau, tentunya juga bertujuan untuk menanamkan ideologi tertentu pada masyarakat.

Perjalanan film di Indonesia sempat mengalami masa jaya bahkan hingga penurunan. Jika kembali menarik cerita di masa orde baru, industri film terlalu banyak dicampuri oleh pemerintah untuk memberikan kontrol dibalik berjalannya industri perfilman (Kurnia, 2006: 279). Pada masa itu, film cenderung menjadi alat propaganda dibandingkan sebagai karya seni. Namun,

setelah masa reformasi, film dokumenter kembali pada identitas yang sebenarnya dan mulai mengangkat tema-tema yang sensitif serta yang menjadi persoalan di tengah kehidupan masyarakat. Irawanto (dalam Budi & Theresia, 2019: 108) menjelaskan jika tema-tema tersebut diantaranya terkait dengan kemiskinan, diskriminasi, krisis lingkungan hidup, hak-hak masyarakat yang hilang, dan lain sebagainya.

Industri film di Indonesia khususnya dokumenter di Indonesia kini mulai menemukan kejayaannya. Peminat film dokumenter di Indonesia pun mulai bertambah. Bahkan, karya film dokumenter Indonesia mulai bersaing dengan pasar internasional (Khoiri, 2016). Selain itu film dokumenter semakin menunjukan perkembangan yang pesat dengan munculnya festival-festival film yang mewadahi berbagai karya film dokumenter. Menurut Irawanto (dalam Budi & Theresia, 2019:109) festival menjadi ruang yang tepat untuk film-film yang mengangkat tema terkait kaum marginal. Beberapa festival yang mewadahi karya-karya film dokumenter diantaranya adalah Festival Film Dokumenter tahun 2002, lalu ada festival-festival nasional seperti Festival Film Dokumenter Kudus (2014), Festival Film Dokumenter Jepara (2015), *Solo Documentary Film Festival* (2016) dan festival film yang lainnya.

Beberapa tema film dokumenter masih menjadi pilihan para penikmat film. Diantaranya seperti isu sosial, lingkungan, ekonomi dan budaya. Tidak hanya dari segi budaya saja, film dokumenter juga diharapkan mampu menjadi alat untuk mendorong perubahan di tengah masyarakat (Bekraf, 2019). Seperti di tahun 2016 silam, *National Geographic* turut melibatkan salah satu aktor ternama di Amerika Serikat dalam produksi film dokumenter dengan

mengangkat isu lingkungan yang menjadi perhatian dari seluruh dunia. Film dokumenter tersebut menceritakan tentang perubahan alam akibat pengaruh dari adanya pemanasan global.

Para sineas merekam fenomena sosial yang terjadi di balik kamera sehingga tercipta film dokumenter. Dalam berkarya para sineas pun memiliki ciri khasnya masing-masing. Tidak hanya internasional saja, sineas di Indonesia pun menjadikan film untuk menyampaikan keresahan atas fenomena yang terjadi. Pada tahun 2019 lalu film dokumenter karya Shalahuddin Siregar yang berjudul *Pesantren (A Boarding School)* berhasil terpilih menjadi salah satu film dokumenter yang diputar dalam ajang *Good Pitch* 2019. Melalui film tersebut, Shalahuddin Siregar sebagai sutradara menyuarakan keprihatinannya pada kasus-kasus yang merusak toleransi di Indonesia (Rosalia, 2019). Shalahuddin Siregar ingin mengajak masyarakat Indonesia untuk menyelami kehidupan para penghuni Pondok Kebon Jambu Al-Islamy di Cirebon yang dididik untuk selalu menjunjung tinggi toleransi.

Film dokumenter merupakan sebuah karya film yang sangat berbeda dengan film *mainstream* atau film fiksi. Jika merujuk pada Karnanta (2012:2), film dokumenter memiliki pola yang berbeda dibandingkan dengan film komersil pada umumnya. Jika melihat dari segi produksi, film dokumenter membutuhkan riset yang mendalam terkait pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat. Film dokumenter dibuat berdasarkan realita, fakta, serta peristiwa yang benar-benar nyata. Di sisi lain, film dokumenter lebih mengedepankan sisi edukasi dibandingkan dengan hiburan. Film dokumenter menjadi media untuk bebas berekspresi semenjak lengsernya Presiden Soeharto.

Tetapi, pada kenyataannya hingga saat ini film dokumenter belum menjangkau masyarakat secara luas.

Melalui film dokumenter, sineas berusaha menyampaikan gagasan mereka agar dapat tersampaikan kepada masyarakat melalui sebuah film. Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) juga kembali menuturkan jika kendala perkembangan film dokumenter di Indonesia didasari atas tiga hal penting, yakni kompetensi dari pembuat film, pembiayaan, dan fasilitas untuk menayangkan film dokumenter. Maka festival film menjadi alternatif bagi para sineas untuk mendistribusikan karya-karya film. Tujuan dari adanya film dokumenter adalah untuk menyampaikan pesan yang dikemas dalam bentuk film dengan baik ke penonton. Namun, industri media di Indonesia belum sepenuhnya memberikan ruang bagi film dokumenter agar dapat tersampaikan secara merata kepada masyarakat, sehingga masyarakat tidak terbiasa atau bahkan tidak mengenal adanya film dokumenter.

Seperti yang diungkapkan oleh Effendy (2008:1) agar pesan dari sebuah film dapat sampai ke penonton, tentunya tidak dapat lepas dari tiga proses yang terdiri dari: praproduksi, produksi hingga pasca produksi. Pascaproduksi adalah tahap perencanaan pembuatan film. Kemudian memasuki tahap produksi yang merupakan pengambilan materi film berupa gambar serta audio. Setelah dua tahap berikut, maka tibalah pada tahap praproduksi. Pengenalan hasil karya film atau distribusi kepada penonton dilakukan setelah produksi film selesai dilakukan. Tahap ini adalah tahap menyebarkan karya film atau bisa juga dikatakan sebagai distribusi. Tentunya terdapat strategi dalam proses rantai distribusi film.

Rantai distribusi sebuah film tentunya perlu adanya strategi agar sampai kepada penonton. Strategi dapat diartikan sebagai suatu cara yang dilakukan oleh suatu organisasi, kelompok ataupun perusahaan untuk mencapai tujuannya. Strategi yang dilakukan tetap memperhatikan beberapa hal, seperti peluang, ancaman eksternal, sumber daya dan kemampuan organisasi. (Jatmiko, 2003:4)

Karya film tidak dapat bertemu dengan target penontonnya tanpa melewati proses distribusi. Proses distribusi adalah bagian yang sangat penting untuk menyampaikan karya film agar dapat dinikmati oleh penonton/audiens. Proses distribusi dapat diartikan sebagai sebuah rantai kegiatan yang dilakukan di belakang layar yang berkaitan dengan produksi film serta pemutaran film dengan tujuan agar film dapat dinikmati oleh audiens (Sasono & Imanjaya, 2011:192). Agen distribusi memiliki tugas untuk mencari *channel* pemutar film agar film dapat disampaikan kepada penonton. Pendistribusian sebuah film sangatlah penting terutama bagi sineas. Film yang akhirnya sampai kepada penonton tentunya membawa dampak yang baik bagi pembuat film. Hal itu menandakan jika film yang telah diproduksi berhasil memperoleh apresiasi dari penonton.

Rumah Dokumenter merupakan salah satu lembaga yang bergerak dalam produksi, jejaring, dan pendidikan yang telah melahirkan deretan karya film dokumenter dengan tema-tema yang berbeda dengan film komersil pada umumnya (<https://rumahdokumenter.com/jejaring/>). Rumah Dokumenter dipelopori oleh sineas asal Klaten, yaitu Tonny Trimarsanto telah didirikan sejak tahun 2002 (Trimarsanto, Tonny. 2002. *Tonny Trimarsanto's website*

(online) dan tersedia di world wide web: < <https://rumahdokumenter.com/>>)

Tema-tema yang diangkat oleh Tonny Trimarsanto sebagai seorang sineas lebih menekankan pada isu-isu sosial yang menjadi keresahan masyarakat. Melalui Lembaga Rumah Dokumenter yang telah didirikannya, Tonny Trimarsanto memproduksi deretan film yang mengangkat tentang kaum minoritas dan terpinggirkan di Indonesia. Film fiksi yang lebih banyak beredar, membuat Tonny Trimarsanto yang juga pendiri Rumah Dokumenter hadir untuk turut mendorong pertumbuhan film-film dokumenter terutama di Indonesia.

Akibat pemutaran film dokumenter yang terbatas maka sedikit pula masyarakat yang mengenal film dokumenter dan memahami pesannya. Seperti yang diungkapkan oleh Amelia Hapsari selaku Program Director In-Docs pada 2016 lalu melalui CNN Indonesia, bahwa film dokumenter di Indonesia masih belum terfasilitasi dengan baik seperti film-film lainnya. Maka fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi distribusi film Rumah Dokumenter hingga sampai ke ranah festival nasional bahkan Internasional.

Proses distribusi film tidak dapat lepas dari proses ekonomi politik, maka dari itu penulis membutuhkan teori yang mengkaji tentang peran media massa dalam peningkatan keuntungan secara ekonomi dan pengaruh media massa terhadap kehidupan sosial atau masyarakat karena penelitian ini bertujuan untuk menyempurnakan penelitian sebelumnya yang juga menggunakan teori Vincent Mosco tentang ekonomi politik, maka peneliti juga akan melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan ekonomi politik media milik Vincent Mosco (2009). Pendekatan ekonomi politik media ini memiliki tiga unsur yang terdiri dari komodifikasi, spesialisasi, dan

sktrukturasi. Penelitian ini akan menggunakan ketiga unsur tersebut (Mosco, 2009:25).

Penelitian yang berkaitan dengan distribusi film pernah dilakukan sebelumnya. Beberapa di antaranya skripsi karya Edwina Putri Primananda tahun 2015 mahasiswi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta berjudul Distribusi Film Independen di Yogyakarta (Studi Kasus Strategi Distribusi Film pada Komunitas Pabrik Film) tahun 2015. Penelitian tersebut menggali tentang bagaimana strategi distribusi yang dilakukan Komunitas Pabrik Film terhadap film yang diproduksi di tahun 2012 hingga 2014. Penelitian dilakukan dengan menggunakan teori strategi distribusi yang tertera di halaman 148.

Dalam penelitian tersebut, ada beberapa cara atau strategi distribusi yang dipilih oleh Pabrik Film. Beberapa hal yang perlu diperhatikan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Primananda, 2015) adalah terkait pemilihan format film, jalur distribusi, promosi dan evaluasi. Selain itu, penelitian tersebut juga membahas tentang bagaimana Pabrik Film mengatasi permasalahan selama distribusi dan mencari solusi. Hasil yang bisa ditunjukkan adalah strategi distribusi yang dilakukan oleh Pabrik Film masih jauh dari yang mereka harapkan. Masih terdapat banyak kekurangan pada tahap strategi.

Beberapa strategi yang dilakukan oleh Pabrik Film dalam penelitian (Primananda, 2015) adalah dengan mendistribusikan karya film melalui format fisik dan digital. Lalu, jalur distribusi yang dipilih adalah festival film serta memanfaatkan bioskop alternatif. Promosi melalui digital dirasa cukup berpengaruh, karena target audiens mereka yang merupakan kaum *millennial* merupakan pengguna aktif media sosial. Terdapat pula beberapa kendala yang

ditemui oleh Pabrik Film, seperti kurangnya evaluasi antar anggota, masih kurangnya sumber daya manusia (SDM), dan terbatasnya finansial.

Dari berbagai permasalahan yang telah disebutkan, komunitas Pabrik Film tetap mencari solusi atas permasalahan yang terjadi. Komunitas Pabrik Film melakukan beberapa cara untuk mengatasi permasalahan yang terjadi. Beberapa diantaranya seperti merencanakan proses dan alur distribusi secara lebih matang ketika di awal sebelum produksidan menghadiri festival-festival film yang mewadahi karya-karya film independen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan distribusi yang dilakukan oleh Pabrik Film masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari target yang selama ini mereka harapkan. Komunitas tersebut belum memiliki konsep distribusi yang matang, sehingga sistem distribusi mereka belum tertata dengan baik. Pada bagian saran, Primananda mengutarakan jika peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa bisa menggali distribusi film dari sisi *platform online*. Bagi Primananda, distribusi film dengan memanfaatkan media online yang ada akan lebih memudahkan dan dapat digunakan di segala lini. (Primananda, 2015).

Penelitian lainnya yang membahas tentang distribusi film adalah skripsi karya Sartika Devi Putri tahun 2018 yang merupakan mahasiswa Institut Seni Indonesia, berjudul Strategi Distribusi Film *Naura & The Gank* Juara. Penelitian tersebut masih membahas terkait hal yang sama tentang strategi distribusi film dengan menggunakan beberapa metode, diantaranya adalah observasi partisipan yang melibatkan beberapa *crew* dari produksi film *Naura & The Gank* tersebut. Selain menggunakan observasi partisipan, peneliti juga

menggunakan dua metode lainnya, diantaranya adalah wawancara dan studi pustaka. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan jika strategi distribusi yang dilakukan adalah melalui dua cara, yaitu melalui media online (media sosial) dan dari mulut ke mulut (Putri, 2018:18-24). Pada bagian saran, peneliti berharap agar peneliti lain bisa mengembangkan dengan menggunakan metode yang lainnya.

Penelitian selanjutnya yang menjadi acuan bagi peneliti masih terkait dengan film dokumenter yaitu Jurnal Komunikasi tahun 2020 yang ditulis oleh Khalda Ahmad Muafa dan Fajar Junaedi berjudul Model Manajemen Produksi Film Dokumenter Bulu Mata Karya Tonny Trimarsanto. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana model manajemen produksi yang digunakan mulai dari tahap pra-produksi, produksi hingga pasca produksi. Peneliti menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan positivistik serta melakukan beberapa teknik pengumpulan data yang berupa wawancara mendalam, dokumentasi serta literatur yang relevan dengan topik penelitian tersebut. Hasil menunjukkan jika model manajemen produksi film “Bulu Mata” sudah sangat tertata dengan baik dari mulai pra produksi hingga pasca produksi (Fajar & Khalda, 2020:1-7).

Penelitian yang menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya berjudul “Studi Kasus Distribusi Film Independen Oleh *Buttonijo*” (2017:4-5) yang ditulis oleh Kurniawan Suwardi pada tahun 2017. Penelitian tersebut meneliti terkait bagaimana strategi Rumah Produksi *Buttonijo* dalam mendistribusikan karya-karya filmnya, terutama kepada komunitas-komunitas film, hingga dapat dilakukan pemutaran sampai ke daerah-daerah di Indonesia. Penelitian ini

menggunakan metode penelitian studi kasus, dan menggunakan pendekatan Vincent Mosco. Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan jika film-film yang diproduksi oleh Buttonijo dapat beredar luas bahkan hingga memasuki bioskop-bioskop di daerah.

Buttonijo juga menjalin kerjasama untuk terus mempertahankan film independen dengan melibatkan keberadaan komunitas-komunitas film dengan program yang ditawarkan melalui *website* ataupun media sosial. Program yang digunakan oleh Buttonijo merupakan program USB *cinema* dalam melakukan pendistribusian. Namun, Buttonijo memiliki kesamaan dengan bioskop pada umumnya. Film independen yang tadinya hanya memiliki nilai guna, diubah menjadi nilai tukar. Buttonijo melakukan proses pemilihan film yang akan didistribusikan dan harus sesuai dengan selera dari pemilik Buttonijo (Suwardi, 2017:10-14).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu tentang :

1. Bagaimana strategi distribusi film Rumah Dokumenter dalam mendistribusikan film untuk sampai pada ranah pemutaran di festival-festival film di tengah ramainya industri film *mainstream* dengan menggunakan teori dari Vincent Mosco (2009)?
2. Bagaimana model distribusi film Rumah Dokumenter dalam mendistribusikan film untuk sampai pada ranah pemutaran di

festival-festival film di tengah ramainya industri film *mainstream* dengan menggunakan teori dari Tassel & Poe-Howfield (2010)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk

1. Memaparkan bagaimana strategi distribusi yang dilakukan oleh lembaga film Rumah Dokumenter dalam mendistribusikan film hingga sampai pada festival-festival film dengan menggunakan teori dari Vincent Mosco (2009).
2. Mengetahui model distribusi yang dilakukan oleh lembaga film Rumah Dokumenter dalam mendistribusikan film hingga sampai pada festival-festival film dengan menggunakan teori dari Tassel & Poe-Howfield (2010).

D. Manfaat Penelitian

Adapun klasifikasi manfaat penelitian ini terbagi menjadi 2, yaitu :

1. Manfaat Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi atau acuan bagi mahasiswa yang sedang melakukan penelitian terkait strategi distribusi film, khususnya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang melakukan penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

Jika ditinjau secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan para pembaca dan pihak-pihak yang bergerak dalam industri film bahwa ada unsur penting dalam proses distribusi film.

E. Kerangka Teori

1. Distribusi

Distribusi esensinya adalah seluruh fungsi interaksi distributor dengan para pelanggan dan audiens (Wijiharjono, 2017: 248).

Distribusi secara tradisional berarti pemasaran yang meliputi negosiasi kesepakatan pemasaran (Tassel & Poe-Howfield, 2010: 272). Tindakan yang akan dilakukan manajer untuk menyebarkan konten dan menyampaikannya kepada konsumen (Tassel & Poe-Howfield, 2010: 276):

- a. Mengontrak layanan distribusi yang menjangkau konsumen yang diinginkan
- b. Mempersiapkan konten untuk distribusi (pemformatan, penyesuaian, dan perlindungan)
- c. Penjadwalan dan penyediaan layanan distribusi
- d. Mendistribusikan konten melalui saluran pengiriman
- e. Menyampaikan konten
- f. Menampilkan konten
- g. Melacak konten dari penyebaran hingga konsumsi

- h. Menangani hubungan konsumen (layanan pelanggan)

2. Model Distribusi

Model distribusi menurut Tassel & Poe-Howfield (2010: 327) yaitu menjelaskan bagaimana konten akan menjangkau konsumen. Model distribusi menjabarkan bagaimana produk akan menjangkau konsumen dan pengguna serta kondisi audiens dalam mengakses konten. Tassel & Poe-Howfield (2010: 349) membagi dalam 3 kategori *distribution model* yaitu:

1. *Windowing Models*

Model ini menjelaskan pendistribusian konten secara bertahap dalam waktu yang berbeda, platform media, hingga harga yang berbeda pula. Windowing models yang dimaksud adalah sebuah model yang berjalan dengan cara mengikuti perkembangan platform distribusi film yang ada, jadi model distribusi ini mengikuti trend atau perkembangan zaman yang sedang digandrungi oleh audiens untuk memaksimalkan distribusi.

2. *Cross-Media platform Models*

Model ini adalah pendistribusian konten ke seluruh jenis platform media atau lebih dari satu jenis perangkat penerima, sehingga audience dapat mengakses konten tersebut di mana dan kapan saja.

3. *Walled Garden Models*

Model ini menggambarkan bagaimana media membuat audience datang ke satu platform untuk mengakses media tertentu dan mempertahankan audience untuk tetap mengakses media tersebut. Distributor mencapai strategi rilis dengan melihat performa film serupa yang dirilis sebelumnya, mempertimbangkan penonton potensial, termasuk karakteristik demografis serta tempat tinggal dan pekerjaan untuk menyesuaikan rencana pemasaran (Tassel & Poe-Howfield, 2010: 279).

Melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman, Negara mengakui apresiasi film sebagai salah satu kegiatan perfilman. Kegiatan yang apresiasi tersebut dapat berwujud festival film; seminar, diskusi, dan lokakarya; kritik dan resensi film, serta wajib mendapat dukungan dari Pemerintah dan Pemerintah Daerah (pasal 37 ayat 1 dan 2).

Film seringkali memulai perjalanannya ke pasar melalui pameran di festival-festival (Tassel & Poe-Howfield, 2010: 237). Festival film menciptakan ruang pertemuan antara pembuat film, penonton, investor, dan pemerintah melalui pemutaran, diskusi, pameran, dan hibah produksi (Suwanto, 2017: 75). Diskusi merupakan salah satu kegiatan yang berhubungan dengan dunia perfilman yang penting untuk membahas beberapa opini mengenai film yang mungkin, setiap individu memiliki opini yang berbeda (Soleh, 2019: 20).

Peredaran film dan keterlibatan multi aktor dalam festival berupaya meredefinisi karya sinema dan tempat di mana festival diadakan dalam konteks

dunia perfilman dan sosial-ekonomi-politik yang lebih luas (Wong, 2011: 2). Hal tersebut menunjukkan bahwa distribusi dapat dikaitkan dengan ekonomi politik. Menurut Alfani (2014: 11), *political economy* berkaitan dengan kepemilikan media, produksi, konsumsi dan distribusi media, kontrol-kekuasaan, relasi dengan penguasa, pengusaha, pandangan kritis terhadap media dan hubungannya dengan rekonstruksi peradaban manusia.

3. Strategi Distribusi

Strategi merupakan suatu cara yang dilakukan oleh sebuah lembaga ataupun organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi yang dilakukan oleh suatu lembaga atau organisasi juga mempertimbangkan beberapa hal. Diantaranya seperti peluang, ancaman eksternal, sumber daya serta kemampuan internal lembaga/organisasi terkait (Jatmiko, Rammad Dwi 2003:4).

Vincent Mosco menawarkan tiga konsep konsep teoritik tentang relasi sosial, ekonomi dan jalinan kekuasaan yang berlangsung dalam produksi dan distribusi bahasa media yakni: komodifikasi, spasialisasi dan strukturasi Mosco, (1996:139). Komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang dan jasa beserta nilai gunanya menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Spasialisasi, berkaitan dengan sejauh mana media mampu menyajikan produknya di depan audiens dalam batasan ruang dan waktu. Strukturasi menjelaskan tentang relasi ide antar agen masyarakat, proses sosial dan praktik sosial (Adila, 2011: 94-95).

1. Spasialisasi

Mosco (2009:185) menjelaskan jika spasialisasi merupakan sebuah media yang dapat mengatasi ruang dan waktu. Spasialisasi merupakan bagaimana cara sebuah media untuk membagikan/melakukan distribusi terhadap konten yang dihasilkan agar dapat dinikmati oleh khalayak. Atau juga dapat dikatakan tentang sejauh mana sebuah media mampu menyajikan kontennya kepada khalayak atau audiens.

Jika dikaitkan dengan era teknologi yang telah berkembang pesat seperti saat ini, maka media dapat memanfaatkan medium yang ada seperti adanya media sosial dan internet untuk membagikan konten yang telah diproduksi. Maka khalayak sebagai pengguna teknologi dapat mengaksesnya kapanpun dan dimanapun tanpa mengenal ruang dan waktu. Sehingga akan berpengaruh pada kecepatan distribusi .

2. Strukturasi

Strukturasi dapat dikatakan sebagai agen yang membentuk suatu struktur, begitu juga sebaliknya, yaitu struktur yang membentuk suatu agen. Dalam strukturasi, proses produksi dan proses reproduksi saling mempengaruhi satu dengan lainnya. Strukturasi dapat menimbulkan tindakan perubahan

sosial seperti kelas, gender, ras, gerakan sosial dan hegemoni. Strukturasi juga dapat dikaitkan dengan dukungan secara offline dan online seperti melalui teknologi *modern* yang ada, yaitu media dan internet (Mosco, 2009:185).

3. Komodifikasi

Komodifikasi adalah proses mengubah hal-hal yang berharga untuk digunakan menjadi produk yang dapat dipasarkan yang dihargai untuk apa yang dapat mereka bawa sebagai gantinya. Ini bisa dilihat, misalnya, dalam proses mengubah cerita yang dinikmati teman menjadi film atau novel untuk dijual di pasar, Mosco, (2009:185). Singkatnya komodifikasi memiliki arti daya tukar suatu produk yang telah diciptakan. Hal ini mengacu pada transformasi produk yang nilainya ditentukan oleh kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan tiap individu dan masyarakat.

Dalam ranah perfilman maka dapat disimpulkan bahwa strategi distribusi film merupakan serangkaian cara yang dilakukan oleh suatu lembaga film atau komunitas untuk membawa hasil karya film kepada khalayak atau audiens dengan tujuan agar film tersebut mendapatkan apresiasi dari penonton. Jika film tidak sampai ke penonton maka hasil karya film akan sia-sia dan salah satu tujuan dari pembuatan film untuk memberikan edukasi tidak dapat terealisasi.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena yang terjadi dan dialami oleh subjek penelitian. Beberapa hal tersebut diantaranya meliputi perilaku, persepsi, motivasi serta tindakan. Penelitian kualitatif dilakukan dengan cara melakukan deskripsi dalam bentuk kata-kata serta bahasa secara holistik dan mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata serta bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017:6).

2. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah komunitas film di Jawa Tengah yang bernama “Rumah Dokumenter”. Fokus dari penelitian ini adalah pada strategi distribusi yang dilakukan oleh “Rumah Dokumenter” yang dianalisis menggunakan perspektif ekonomi politik media milik Vincent Mosco yang terdiri dari komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi serta menganalisis model distribusi menggunakan teori dari Tassel & Poe-Howfield

yang terdiri dari *windowing models*, *walled garden models* dan *Cross-media/platform Models*.

3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Lofland (dalam Moleong 2017:157) mengungkapkan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata dan tindakan, lalu selebihnya merupakan data-data tambahan seperti dokumen dan yang lainnya. Jenis dan sumber data penelitian diantaranya meliputi Data Primer dan Data Sekunder.

Moleong mengungkapkan bahwa data primer merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara langsung dari narasumber penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data diperoleh dari hasil wawancara bersama Tonny Trimarsanto yang merupakan sineas sekaligus pendiri dari “Rumah Dokumenter”. Data primer didapatkan melalui hasil wawancara melalui catatan tertulis, kemudian melalui perekaman audio saat proses wawancara berlangsung serta pengambilan foto atau dokumentasi. (Moleong, 2017:157)

a. Hasil Wawancara dengan Catatan Tertulis

Peneliti melakukan proses wawancara dengan pemilik "Rumah Dokumenter" untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini dengan cara melakukan

perekaman audio yang kemudian di lakukan kegiatan transkrip berbentuk catatan.

b. Proses Dokumentasi

Penulis melakukan proses dokumentasi dengan mengambil gambar disaat kegiatan wawancara dengan narasumber berlangsung.

Setelah adanya data primer yang diperoleh langsung dari narasumber, yang merupakan sineas sekaligus pendiri dari Rumah Dokumenter maka penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang merupakan data tambahan untuk mendukung data primer, atau dapat dikatakan sebagai sumber data kedua. yang diperoleh dari *website*, artikel, jurnal, berita, ataupun video arsip wawancara yang berkaitan dengan film dokumenter, distribusi, komunitas film dan yang masih berkaitan dengan “Rumah Dokumenter”. Data sekunder yang digunakan oleh penulis antara lain:

a. Melalui Website

Penulis mengambil beberapa data sekunder melalui website resmi rumah dokumenter <https://rumahdokumenter.com/>. data yang diambil berupa beberapa gambar dan informasi tambahan guna melengkapi data yang tidak didapatkan dari sumber data primer.

b. Media Sosial

Penulis mengambil beberapa data pendukung berupa gambar di akun media sosial (Instagram) resmi milik “Rumah Dokumenter”, yaitu <https://instagram.com/rumahdokumenterklaten?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

c. Artikel

Peneliti menggunakan beberapa jurnal yang berkaitan dengan penelitian “Rumah Dokumeter” untuk melengkapi penelitian ini, seperti artikel dari Tika Yulianti berjudul “Komodifikasi Media Cetak Analisis Ekonomi Politik Pada Media Indonesia” (2016).

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam melakukan penelitian, karena tujuan utama dari melakukan penelitian adalah mengumpulkan sebuah data (Sugiyono 2012:62). Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara, di berbagai tempat, serta dari berbagai narasumber yang masih berkaitan dengan fokus penelitian. Teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan dapat dibagi ke dalam dua bagian, yakni pengamatan yang dilakukan melalui cara

berperanserta secara langsung dan yang tidak berperanserta (Moleong, 2017:175). Teknik observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengamatan yang tidak berperanserta. Pengamatan tanpa peranserta yaitu pengamat hanya melakukan satu fungsi, yakni mengadakan pengamatan saja. Dalam penelitian ini, pengamatan tanpa peran serta yakni peneliti tidak mengikuti proses produksi film dokumenter, karna “Rumah Dokumenter” telah selesai memproduksi film-filmnya. Observasi tanpa peranserta dianggap tepat bagi penelitian ini, karena peneliti berfokus pada strategi distribusi dari “Rumah Dokumenter”.

Observasi dilakukan dengan cara menonton beberapa proses *interview* dengan Tonny Trimarsanto melalui *platform online* seperti *YouTube* terkait “Rumah Dokumenter”. Selain itu, peneliti juga mengamati melalui laman website resmi milik “Rumah Dokumenter” yaitu <https://rumahdokumenter.com/>.

b. Wawancara

Wawancara merupakan proses percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yang terdiri dari pewawancara (*interviewer*) dan terwawancara/narasumber (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara (Moleong, 2017:186). Teknik pengumpulan data

dalam penelitian ini menggunakan wawancara terbuka, yang berarti bahwa narasumber mengetahui jika mereka sedang diwawancarai dan mengetahui tentang tujuan wawancara tersebut (Moleong, 2017:189). Selain itu, peneliti juga menerapkan jenis wawancara informal dalam penelitian ini. Dalam proses wawancara informal, hubungan antara narasumber dan pewawancara berlangsung dalam suasana yang biasa, wajar, dan berjalan seperti pembicaraan biasa dalam kehidupan sehari-hari.

Peneliti melakukan jenis kegiatan wawancara individual, yang berarti kegiatan wawancara yang dilakukan dengan satu narasumber (Wawancara dengan Tonny Trimarsanto, 24 Oktober 2021). Kegiatan wawancara dilaksanakan dengan Tonny Trimarsanto selaku pendiri dari “Rumah Dokumenter”. Alat-alat yang dibawa dan perlu dipersiapkan oleh peneliti dalam proses wawancara berupa daftar pertanyaan wawancara, buku catatan, alat tulis, alat perekam suara (*handphone*). Selain hal-hal yang disebutkan di atas, proses wawancara juga melalui media sosial (*Whatsapp*) atau email jika dirasa ada beberapa hal yang kurang jelas/kurang dipahami.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data kualitatif yang meliputi dokumen pribadi, buku, jurnal, arsip,

ataupun artikel dan berita yang ada di website (Moleong, 2017:217-219). Studi pustaka dalam penelitian ini mengumpulkan beragam informasi yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu “Rumah Dokumenter”, baik berupa rumah produksi, film-film yang telah dibuat, atau penghargaan yang telah diperoleh. Dokumen tambahan lain yang digunakan untuk penelitian ini adalah jurnal, artikel berita, serta buku yang berkaitan dengan film dokumenter serta strategi distribusi komunitas film.

G. Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan & Biklen (dalam Moleong 2017:248) merupakan upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, mengorganisasikan sebuah data, kemudian memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan pada orang lain. Dalam penelitian ini analisis data menggunakan 3 tahapan yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

1. Reduksi Data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan (Milles & Huberman, 2007:16). Dalam penelitian ini, reduksi data berupa data dari hasil observasi, wawancara, dan data yang

diperoleh dari arsip ataupun artikel yang terkait dengan Rumah Dokumenter. Data primer dan sekunder yang telah didapat kemudian disaring dan diseleksi lalu disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti yaitu strukturasi, spasialisasi dan komodifikasi milik Vincent Mosco dan model strategi distribusi Rumah Dokumenter dengan menggunakan teori dari Tassel & Poe-Howfield.

2. Penyajian Data

Setelah melalui proses reduksi data, kemudian tahap selanjutnya adalah penyajian data. Proses penyajian data merupakan kumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan seperti yang diungkapkan oleh Matthew B. Miles (dalam Rohende 2007:16) bahwa data yang telah direduksi kemudian disusun dan disajikan dalam bentuk narasi.

Pada penelitian ini, data yang disajikan merupakan data yang diperlukan mencakup data terkait rumah produksi, prestasi, strategi distribusi, dan jalur distribusi Rumah Dokumenter. Penyajian data akan disusun berdasarkan hasil reduksi data yang mengacu pada fokus penelitian yaitu terkait strategi distribusi Rumah Dokumenter.

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir dalam proses analisis data adalah kesimpulan serta verifikasi. Proses penyimpulan data menggunakan teknik triangulasi data dan metode. Teknik triangulasi data berupa observasi, wawancara dan studi pustaka. Setelah itu, hasil dari triangulasi data akan diverifikasi dengan cara membandingkan antara hasil penelitian, hasil observasi partisipasi serta hasil wawancara yang dilakukan dengan Tonny Trimarsanto selaku pendiri “Rumah Dokumenter.” Tahapan ini dilakukan supaya peneliti dapat mempertanggungjawabkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

A. Pengertian Lembaga Film

Film adalah salah satu media penyampai informasi digital yang berbentuk audio atau suara dan visual atau gambar melalui segala alur atau plot yang di bangun sedemikian rupa oleh orang yang bertanggung jawab mengatasinya yang biasa disebut dengan direktor. Seperti yang disampaikan oleh (Ibrahim 2011:2), film adalah media untuk menyampaikan pesan dan menerima pesan, hal tersebut terjadi karena film dapat menangkap realita sosial yang dengan terjadi, pernah terjadi atau prediksi kejadian yang akan terjadi di masa depan. Film akan dikatakan berhasil jika dapat mempengaruhi emosi