

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menyempurnakan penelitian sebelumnya tentang film dan Rumah Produksi film dengan cara menggabungkan teori dari ketiga skripsi pendahulu yang bertujuan untuk melengkapi penelitian sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti penerapan konsep pendekatan ekonomi politik media dengan menggunakan teori dari Vincent Mosco (2009:25) dan model distribusi menggunakan teori dari Tassel & Poe-Howfield (2010: 327) di jalur distribusi yang dilakukan oleh “Rumah Dokumenter” dalam mendistribusikan karyanya yang berbentuk film. Akan tetapi, sebelum penulis menentukan model yang digunakan, terlebih dahulu penulis menganalisis penerapan konsep pendekatan ekonomi politik media di jalur distribusi “Rumah Dokumenter”, Berdasarkan konsep yang diterapkan, bentuk yang digunakan adalah komodifikasi, spasialisasi dan strukturasi. Sedangkan model yang diterapkan adalah *walled garden models* dan *windowing models* yang dapat dilihat dari cara pendistribusian yang bertahap dan penyediaan layanan distribusi.

Dari keenam jalur distribusi yang dilakukan oleh “Rumah Dokumenter”, hanya 2 jalur distribusi yang menerapkan ketiga bentuk konsep pendekatan ekonomi politik media, jalur distribusi itu adalah DVD dan situs film. Jalur jalur tersebut menerapkan ketiga konsep karena jalur tersebut

memenuhi standar strukturasi, spasialisasi dan strukturasi, seperti terjadinya nilai tukar antara film dan uang dalam proses pembelian konten, penggunaan media untuk mendistribusikan sehingga dapat dinikmati oleh audiens dan proses sosial atau bertukarnya ide serta *feedback* dari audiens mengenai konten yang telah mereka beli atau nikmati. Kedua jalur ini adalah jalur yang tepat dikarenakan terjadinya keuntungan antara “Rumah Dokumenter” dan konsumen. Ketersediaan tiga jalur ini memungkinkan sebuah konten terus berkembang dan bertahan dikala ketatnya persaingan film yang terjadi. Jalur jalur distribusi situs film juga menerapkan kedua model dari tiga model, yaitu *walled garden models* dan *windowing models* tetapi jalur distribusi DVD hanya menerapkan model *windowing model* karena jalur distribusi DVD sudah tidak digunakan atau berhenti produksi dan diganti dengan jalur online atau situs film.

Windowing Models diterapkan oleh pihak “Rumah Dokumenter” dengan cara mendistribusikan filmnya dengan cara mengikuti perkembangan zaman dan penerapan *walled garden models* diterapkan disaat pihak “Rumah Dokumenter” menggiring audiens untuk tetap mengakses dan mempertahankan situs film. Situs film merupakan platform distribusi yang disediakan oleh “Rumah Dokumenter” untuk memfasilitasi audiens dalam dan luar negeri yang ingin mengakses film karya mereka secara gratis dimanapun dan kapanpun dan hanya membutuhkan jaringan internet untuk menontonnya. Penerapan kedua model tersebut merupakan faktor penyebab “Rumah Dokumenter” dapat menayangkan karyanya ke festival dalam dan luar negeri, bahkan memenangkan beberapa kompetisi di festival tersebut.

B. Saran

Penelitian ini memiliki kelemahan yaitu peneliti tidak dapat memaparkan eksibisi Rumah Dokumenter yang bisa dijadikan beberapa saran yang dapat disampaikan untuk peneliti yang memiliki keinginan untuk meneliti hal serupa dan pihak “Rumah Dokumenter”. Bagi peneliti yang memiliki keinginan untuk meneliti hal serupa terkait proses distribusi baik itu rumah produksi atau film sebaiknya menggunakan teori yang belum pernah digunakan sebelumnya atau *mengawinkan* teori teori dari penelitian sebelumnya agar hasil dan kesimpulan yang didapat lebih beragam dan ilmu pengetahuan tentang distribusi lebih berkembang dan peneliti dapat memaparkan eksibisi secara gamblang dan lengkap. Pihak “Rumah Dokumenter” diharapkan lebih mendistribusikan film filmnya ke jalur yang mengalami ketiga proses yang ada dikonsep pendekatan ekonomi politik media agar karya karya “Rumah Dokumenter” lebih mudah dan cepat dikenal baik didalam negeri dan luar negeri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abuzah, Fitria. (2019). *Isu Sosial dan Lingkungan Masih Jadi Favorit Tema Film Dokumenter*. (diakses 20 Agustus 2019) dari (<https://www.bekraf.go.id/berita/page/8/isu-sosial-dan-lingkungan-masih-jadi-favorit-tema-film-dokumenter>).
- Adila, Isma. (2011). Spasialisasi Dalam Ekonomi Politik Komunikasi (Studi Kasus MRA Media). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No.1, <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK/article/download/99/73>
- Ardianto, Elvinaro. (2009). *Public Relations Praktis*. Edisi pertama. Jakarta: Widya Padjajaran.
- Ahmad, Khalda, Fajar. (2020). 'Model Manajemen Produksi Film Dokumenter *Bulu Mata Karya Tonny Trimarsanto*.' *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, April, Hal: 1-8. UMY
- Alfani, Hendra. (2014). Perspektif Kritis Ekonomi Politik Media: Konglomerasi, Regulasi Dan Ideologi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 2, <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/avantgarde/article/download/34/25>
- Alfathoni, Muhammad Ali Mursid & Manesah, Dani. (2020). *Pengantar Teori Film*. Yogyakarta : Penerbit Deepublish

Arianto, Arianto .(2011). Ekonomi Politik Lembaga Komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 191-201, Vol. 1, No. 2, Oktober 2011, <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK/article/view/105/79>

Badan Pusat Statistik, Kabupaten Klaten. (2019). '*Data Usaha yang Berada di Klaten*'. Klaten

Baksin, A. (2002). *Peranan Perkembangan Film Indie terhadap bangkitnya Film Nasional*. *Jurnal Komunikasi Mediator*. Bandung: Universitas Islam Bandung.

Czach, Liz. (2004). "Film Festivals, Programming, and the Building of a National Cinema." *The Moving Image* 4(1):76–88.

Devi, Sartika. (2018). '*Strategi Distribusi Film Naura & Genk Juara*'. S1 Program Studi Televisi dan Film. Institut Seni Indonesia. Skripsi

Effendy, Onong U. (2003). '*Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*' dalam *Historiography in Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. *Journal of Humanities*, Vol. 2, Mei, hal: 408-409

Hasibuan, Lynda. (2018). *Industri Film Dokumenter Tumbuh 200%*. (diakses 19 Agustus 2019) dari <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20180313105207-33-7051/industri-film-dokumenter-tumbuh-200>).

Jatmiko, Rammad Dwi. (2003). *Manajemen Stratejik*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press

Karnanta, K. Y. (2012). Ekonomi Politik Film Dokumenter Indonesia
Dependensi Film Dokumenter Indonesia Kepada Lembaga Donor Asing.
Jurnal Lakon, 1.

Khoiri, Agniya. (2016). *Film Dokumenter Masih Berjuang Merebut Perhatian*.
(diakses 9 Oktober 2019) dari
(<https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20161124210910-220-175112/film-dokumenter-masih-berjuang-merebut-perhatian?>)

Michael Rabiger. 2004. *Directing The Documentary* Fourth Edition. Boston-London : Focal Press. hlm. 207

Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke-36. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya OffsetMosco,

Muafa, A., & Junaedi, F. (2020). Model Manajemen Produksi Film Dokumenter Bulu Mata Karya Tonny Trimarsanto. *Komunikasi*, 8, 1–8.

Munir, P. D. (2012). Multimedia konsep & aplikasi dalam pendidikan.

Pengadilan Negeri Klaten, Kabupaten Klaten. (2022). *'Wilayah Yuridiksi Kabupaten Klaten'*. Klaten

Pratista, H. (2017). *Memahami Fim* (2nd ed.). Montase Press.

Putri, Edwina. (2015). *Distribusi Film Independen di Yogyakarta (Studi Kasus Strategi Distribusi Film pada Komunitas Pabrik Film)*. S1 Ilmu Komunikasi. Universitas Gadjah Mada. Skripsi

Putri, I. P. (2013). Mendefinisikan Ulang Film Indie: Deskripsi Perkembangan Sinema Independen Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, II, 121.

Ratmanto, Aan. (2018). 'Beyond The Historiography: Documentary Film as Alternative of Historiography in Indonesia'. *Journal of Humanities*, Vol. 2, Mei, Hal : 408 -409. Universitas Gadjah Mada

Rosalia, Indra. (2019). *Lima Film Peserta Good Pitch Indonesia 2019*. (diakses 20 Agustus 2019) dari (<https://beritagar.id/artikel/seni-hiburan/lima-film-dokumenter-peserta-good-pitch-indonesia-2019>)

Dokumenter, Rumah. (2002). Info Rumah Dokumenter 2002. (diakses 6 September 2022) dari (<https://rumahdokumenter.com/jejaring/>)

Saputra, Perdana Bayu. (2021). *Tonny Trimarsanto, Malang-melintang di Dunia Perfilman Indonesia* (diakses 21 Juni 2022) dari <https://radarsolo.jawapos.com/features/08/04/2021/tonnytrimarsanto-malang-melintang-di-dunia-perfilman-indonesia/>

Soleh, Aqoma. (2019). Pola Komunikasi Kelompok pada Komunitas Pecinta Film Islami. *Jurnal Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah*, Vol.19, No.1, DOI: <https://doi.org/10.15575/anida.v19i1.5037>

Strategi Distribusi Film pada Komunitas Pabrik Film). S1 Ilmu Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV

Susanto & Widyaningsih. (2021). *DOKUMENTER Rumah Dokumenter Datang dengan Ide, Pulang dengan Film*. Klaten Utara : Rumah Dokumenter

Suwardi, A. K. (2017). 'Studi Kasus Distribusi Film Independen Oleh Buttonijo'. Doctoral dissertation, Universitas Airlangga

Suwarto, Dyna Herlina. (2017). Penonton Festival Film di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.14, No.1, 75-92.
<https://doi.org/10.24002/jik.v14i1.889>

Tassel, J., & Poe-Howfield, L. (2010). *Managing Electronic Media: Making, Marketing, And Moving Digital Content*. USA: Elsevier Inc. DOI: 10.1016/B978-0-240-81020-1.00011-7

Tim Detik Jateng. (2022). *Mengenal Mas Tonny, Sineas Dokumenter Asal Klaten yang Mendunia*. (diakses 21 Juni 2022) dari (<https://www.detik.com/jateng/budaya/d-5947480/mengenal-mas-tonny-sineas-dokumenter-asal-klaten-yang-mendunia>)

Trimarsanto, Tonny. (2019). *Profil Rumah Dokumenter*. (diakses 22 November2021) dari (<https://rumahdokumenter.com/contact/>)

Undiana, N. N., Sarbeni, I., Ardiansyah, A., & Razan, A. P. (2020). *Komunikasi Massa pada Kerja Kuratorial Festival Film Sineas Mahasiswa 2020 di*

Bandung. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 2(1), 15-29.

Vincent. (2009). *The Political Economy of Communication. Second Edition*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications

Van Hemert, Tess. (2013). *International Acclaim: The Role(S) Of The International Film Festival In Supporting Emerging Women's Cinema*. Queensland University of Technology

Wijiharjono, Nuryadi. (2017). Kajian Perkembangan Penelitian Pemasaran Film. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 2, DOI: 10.22236/agregat_vol1/is2pp247-271

Wirapraja, A., & Aribowo, H. (2018). Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis. *Teknika*, 7(1), 66-72.

Wong, Cindy Hing-Yuk. (2011). *Film Festivals: Culture, People And Power On The Global Screen*. New Jersey & London: Rutgers University Press

Yulianti, T. (2016). *Komodifikasi Media Cetak Analisis Ekonomi Politik Pada Media Indonesia*.



LAMPIRAN 1

Matriks Penelitian

Teori/ Konsep	Aspek	Pertanyaan	Narasumber
A. Model Distribusi (Tassel & Poe-Howfield, 2010: 14-15)	a. Mengontrak layanan distribusi yang menjangkau konsumen yang diinginkan	1. Siapakah pihak layanan distribusi yang dipilih lembaga film “Rumah Dokumenter”? 2. Bagaimana lembaga film “Rumah Dokumenter” Mengontak layanan distribusi?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
	b. Mempersiapkan konten untuk distribusi (pemformatan, penyesuaian, dan perlindungan)	3. Bagaimana “Rumah Dokumenter” mempersiapkan film untuk didistribusikan? 4. Bagaimana “Rumah Dokumenter” melakukan pemformatan, penyesuaian, dan perlindungan terhadap film yang akan didistribusikan?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
	c. Penjadwalan dan penyediaan layanan distribusi	5. Bagaimana “Rumah Dokumenter” mengatur jadwal pendistribusian film?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas

			dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
	d. Mendistribusikan konten melalui saluran pengiriman	6. Media apa yang digunakan “Rumah Dokumenter” untuk mendistribusikan film? 7. Bagaimana “Rumah Dokumenter” menggunakan saluran pengiriman untuk mendistribusikan film?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
	e. Menyampaikan konten	8. Bagaimana “Rumah Dokumenter” menyampaikan tujuan dalam mendistribusikan film? 9. Bagaimana agar film yang dibuat “Rumah Dokumenter” dapat tersampaikan kepada target audiens/konsumen?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
	f. Menampilkan konten	10. Bagaimana cara “Rumah Dokumenter” menampilkan film? 11. Bagaimana bentuk film yang	Tonny Trimarsanto (pendiri

		ditampilkan “Rumah Dokumenter”?	sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
	g. Melacak konten dari penyebaran hingga konsumsi	12. Bagaimana “Rumah Dokumenter” melacak penyebaran hingga konsumsi film yang didistribusikan? 13. Bagaimana lembaga film “Rumah Dokumenter” melakukan pengawasan terhadap pendistribusian film?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
	h. Menangani hubungan konsumen	14. Bagaimana “Rumah Dokumenter” menjalin hubungan dengan konsumen? 15. Bagaimana lembaga film “Rumah Dokumenter” berinteraksi dengan konsumen? lewat jalur roadshow dan ulasan di media sosial	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)

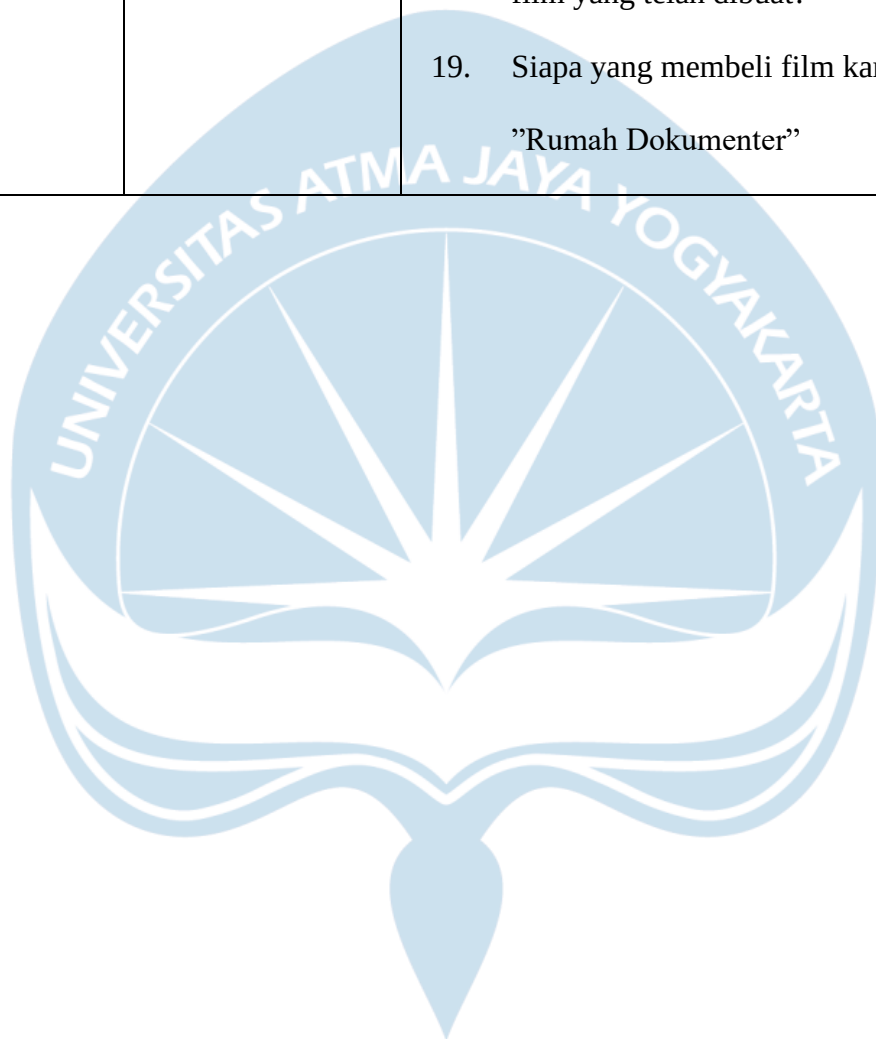
B. Model Distribusi (Tassel & Poe-Howfield, 2010: 14-15)	a. Windowing Models	1. Apakah “Rumah Dokumenter” melakukan pendistribusian film secara bertahap dalam waktu yang berbeda, platform media berbeda, dan harga yang berbeda? 2. Bagaimana “Rumah Dokumenter” melakukan pendistribusian film secara bertahap dalam waktu yang berbeda, platform media berbeda, dan harga yang berbeda? 3. Mengapa “Rumah Dokumenter” melakukan pendistribusian film secara bertahap dalam waktu yang berbeda, platform media berbeda, dan harga yang berbeda?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
	b. Cross-media/ platform Models	4. Apakah “Rumah Dokumenter” melakukan pendistribusian film ke semua jenis platform?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)

	c. Walled Garden Models	5. Apakah “Rumah Dokumenter” melakukan pendistribusian film melalui satu platform? 6. Bagaimana membuat audience tertarik berkunjung ke satu platform untuk mengakses media yang digunakan lembaga film “Rumah Dokumenter”? 7. Bagaimana lembaga film “Rumah Dokumenter” mempertahankan audience agar tetap mengakses media tersebut?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
C. Ekonomi Politik Media (Vincent Mosco, 2009:17)	Spasialisasi	8. Bagaimana lembaga film “Rumah Dokumenter” menjalin kerjasama dengan pihak-pihak terkait? Seperti dengan komunitas film atau yang lainnya? 9. Bagaimana “Rumah Dokumenter” menjangkau daerah atau kota kecil untuk mencapai target?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)

		10. Apakah “Rumah Dokumenter” mempromosikan atau melakukan proses distribusi film melalui teknologi yang ada? 11. Apakah “Rumah Dokumenter” menjalin kerjasama dengan komunitas yang berkaitan dengan target audiens/penonton? 12. Apakah “Rumah Dokumenter” memiliki kontrol atas tema film tertentu yang hanya dapat diputar di ruang tertentu atau untuk batas usia tertentu? 13. Adakah program/cara tertentu yang digunakan oleh “Rumah Dokumenter” untuk menjangkau khalayak?	Tonny
--	--	---	-------

			Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
Ekonomi Politik Media (Vincent Mosco, 2009 : 17- 18)	Strukturasi	14. Adakah cara yang dilakukan oleh “Rumah Dokumenter” untuk mewadahi audiens dalam memberi komentar? 15. Apakah “Rumah Dokumenter” memiliki cara tertentu untuk menjangkau konsumen lebih banyak dan tidak hanya dari golongan tertentu saja? 16. Bagaimana cara “Rumah Dokumenter” memberi wadah untuk audiensnya?	Tonny Trimarsanto (pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
Ekonomi Politik Media (Vincent	Komodifikasi	17. Apakah “Rumah Dokumenter” menjual film film karyanya,	Tonny Trimarsanto

Mosco, 2009 :18)		atau dengan kata lain di tukar dengan uang? 18. Mengapa “Ruamah Dokumenter” menjual film film yang telah dibuat? 19. Siapa yang membeli film karya ”Rumah Dokumenter”	(pendiri sekaligus sineas dari lembaga produksi film Rumah Dokumenter)
------------------	--	--	---





LAMPIRAN 2

Transkrip Wawancara

Narasumber : Tonny Trimarsanto

Lokasi : Rumah Dokumenter, Klaten, Jawa Tengah

P : Peneliti/Pewawancara

N : Narasumber

P : Bisa diceritakan ngga sih Pak, awal mula Pak Tonny bisa tertarik masuk dalam dunia perfilman dan selain pak Tonny adakah crew lain yang bisa menjadi narasumber untuk penelitian saya?

N : Selamat siang. Baiklah saya awali dengan ucapan terimakasih, karena telah mau mewawancarai rumah produksi saya, dan saya disini sebagai pendiri “Rumah Dokumenter”, jadi mengenai informasi terkait, saya satu satunya team “Rumah Dokumenter” yang lebih memahaminya. Jadi, sejak kecil saya memang suka menonton film. Ingat sekali ketika dulu TK atau SD, saya kerap diajak oleh bapak saya nonton film di bioskop, mbak. Dulu saya suka film komedi, contohnya seperti Ateng Iskak Grup, terus ada pelawak-pelawak film Bagio. Itu sekitar tahun 70-an kalau tidak salah. Pada akhirnya terbawa hingga saya kuliah. Waktu saya kuliah di Universitas Sebelas Maret (UNS) dan sering membantu proses produksi film di kota Solo. Kala itu kru film yang latar belakangnya dari mahasiswa belum banyak. Saya juga banyak melakukan riset dan melakukan pengumpulan data. Karena selain membantu proses produksi film, dulu saya juga sempat menjadi redaktur majalah kampus. Nah karena itu, saya suka menulis yang akhirnya membawa saya untuk menulis script film.

P : Dari sekian banyak *genre* film, mengapa dokumenter Pak?

N : Mengapa di dunia dokumenter? Karena saya memiliki basic dalam menulis, penelitian, dan memiliki *passion* di bidang film. Jadi, saya merasa semuanya nyambung dan berkaitan. Dan gini mbak, dokumenter itu jarang dan

masih unik serta gak semua orang tau gitu mbak, saya awalnya tercetus ide bikin rumah film yang memproduksi film dokumenter ya bukan karna komersil mbak, melainkan untuk ngasih penonton edukasi, advokasi, penguatan jaringan dan hm... menyampaikan informasi yang mungkin belum orang2 ketahui melalui karya saya gitu lo mbak.

P : Rumah Dokumenter sudah berdiri sejak kapan sih Pak dan gimana cara memperkenalkan Rumah Dokumenter ke orang orang pak?

N : eeee, apaaa, jadi Rumah Dokumenter dulu itu berdiri tahun 2002. Lalu awalnya kita adalah kegiatan non-profit, kita screening. Screening disini (kediaman Pak Tonny, Rumah Dokumenter), lalu screening di banyak titik di kota-kota. Kita konsepnya adalah menjemput bola sebenarnya. Kita sebenarnya kenapa tidak disini terus (Rumah Dokumenter), tapi kita mendatangi komunitas ke desa, ke kampus, ke LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), karena memang kita target utamanya adalah mengenalkan film dokumenter, film dokumenter dalam banyak aspeknya ya. Karena selama ini kan yang dikenal itu cuma film fiksi, film animasi gitu kan. Dokumenter ki opo to? Gerakannya seperti itu ya sejak tahun 2002.

Dan gerakan kita itu, gatau ya, ya kita cukup strategis, lah. Misalkan begini, kita mendatangi komunitas sastra di Solo. Kita datang di komunitas *heritege*, Laweyan misalnya. Laweyan itu kota di Solo, pusat batik. Kita puter film *heritege* dan lain lain gitu. Nah, strategi itu sengaja kita lakukan. Atau kita misalnya muter film di Kraton, kita puter film dokumenter tentang Kraton Nusantara dan lain-lain. Jadi, kita menyesuaikan dengan kebutuhan segmennya. Di samping itu, kita kan lembaga ini *non-funding*, mbak. Kita ngga ada *funding*-nya.

Pie carane ngakali supaya tetep bergulir terus, kan? Saya juga ngga mau misalnya, awalnya bergantung sama *funding*. Strateginya adalah *numpang*, mbak. Misalnya gini, di Laweyan itu ada acara *selawenan*. Namanya kan laweyan, laweyan itu dari kata *selawe*. *Selawe* itu kan 25. Setiap tanggal 25 mereka itu, *anu mbak*, kumpul, terus arisan, nah kita masuk ke situ. Pertama, kita tidak perlu mengumpulkan orang, karena segmen/target kita adalah para

pedagang. Yang setiap tanggal 25 itu kumpul di satu tempat, yang kita ngga perlu mengelola peserta. Kita juga ngga perlu mengeluarkan *snack*. Kan *snack wis ono*. Berjalan saya lupa berapa tahun, *yah*. Terus akhirnya *dicaplok*-lah sama bentara. Kita dikasih tempat di bentara. Tapi aku mikir, bentara itu kan biasanya di belakangnya ada apa, toko bukunya. Bentara tau ngga apa? Gramedia. Jadi kita diminta untuk membuat acara bulanan rutin disitu. *Tak pikir-pikir kok, aku kok dadi koyo marketing e gitu hehe*. Temen-temen saya datang, begitu, saya ajak nonton film, malah bablas ke tokonya itu. Ya sudah, akhirnya kita putuskan. Terus, karena kita lebih nyaman dengan gerakan yang komunal gitu, menjemput bola itu. Dan penontonnya lebih banyak. (04.34) Dulu kita pernah muter film dokumenter anak-anak di kampung Mojosongo, Solo. Nah itu yang nonton bisa 100. Nah awalnya seperti itu. Terus itu to dinamain pemutarn film roadshow itu sebener e ada 2 cara mbak, yang saya jeaskan tadi itu cara langsung, jadi pihak kolektif minta kita langsung muterin film disana, tapi nak cara gak langsung ki berarti saya sudah menjadi pihak kedua dari salah satu pihak jadi siapa yang membutuhkan film saya harap hubungi pihak ke 1. Sebener e sama aja si mbak, Cuma beda caranya saja hal ini masih lumayan simple buat saya daripada waktu saya muter film kami di bioskop itu mbak, hahahah, dulu itu ruwet lumayan ruwet menurut saya tak kira asal daftar mbayar udah.

P : Lalu film apa saja yang sudah di putar di roadshow pak dan bicara tentang pemutaran di bioskop film apa yang udah diputar di bioskop pak?

N : oh itu dulu ada bareng pihak kolektif namanya minikino, kita muter film “Bulu Mata” dan “The Mangoes” (di Bali tanggal 14 sampe 15 okt 2015), , “The Mangoes” (di Jakarta tanggal 12, 17, 25 Juni 2016), “Renita Renita” (di Jakarta, tanggal 12, 17, 25 Juni 2018) terus yang terakhir sebelum pandemi itu “Bulu Mata” juga mbak, di Jakarta tanggal 12, 17, 25 Juni 2018. Terus yang bioskop itu di Solo mbak, di Hartono Mall solo tahun 2018 juga, film yang kami putar itu “Di Barat Matahari”.

P : Berarti film Rumah Dokumenter Cuma bisa dinikmati di saat saat tertentu aja ya pak, misal ada roadshow atau pemutaran film di festival?

N : Oh enggak mbak, saya itu dulu tahun 2015 menjual karya saya melalui DVD sebelum saya beralih ke situs film yang online itu biar teman-teman yang mau menonton karya kami bisa kapan saja gitu mbak, gak harus saklek nunggu ada event.

P : Kalau untuk *crew* produksi biasanya dari mana Pak?

N : Kita awalnya adalah gerakan untuk screening. Jadi, kita tuh awalnya memutar. Harapannya adalah orang tau dulu, Rumah Dokumenter tuh apa, *toh?* Film Dokumenter itu apa? Nah, setelah sekian tahun itu berhasil, hingga hari ini, itu kayak sudah *nancep*. *Yen golek* film dokumenter, *yo* Rumah Dokumenter, sampai sekarang *branding*-nya kayak gitu. Saya nggak membayar marketing atau mengeluarkan duit yang banyak, *enggak*. Tapi kalau orang bicara dokumenter, tidak lagi mereka bicara tentang Jakarta-Jogja, atau Sumatera, *enggak*. Tapi di Klaten. Bahkan ketika deklarasi asosiasi dokumenter nusantara se-Indonesia, yang dari Aceh datang, dari Papua datang, itu deklarasinya disini, di rumah ini (Rumah Dokumenter Klaten). Nah, ini kenapa terjadi ya karena itu tadi mbak, orang sudah terlanjur mikir kalau dokumenter *ki yo nang kene*, di Klaten. Dan saya nggak tau kenapa *branding* ini begitu kuat sampai hari ini. Karena kegiatan kami adalah, ya mungkin itu juga sih mbak, wartawan Tempo dari Jakarta, banyak media lah, Tempo versi bahasa Inggris, di *outreach* kalau nggak salah disitu ada wawancara saya. Mereka selalu melihat bahwa kami itu gerakan *non-profit*. Jadi misal gini, kita menerima mahasiswa/siswa, disini ada 30-an anak, ngumpul di rumah ini. Yang paling jauh dari Bontang, dari Kendari, Bandung, mereka tinggal 3 bulan *lah* maksimal. Kalau rumah ini nggak cukup, mereka dipersilahkan ngekos di depan. Nah, awalnya seperti itu, karena kita menguatkan kapasitas, lalu *malah* banyak *sing ndandakke*, mbak. *Ndandakke* film dokumenter. Selain itu, saya kan juga punya karya, ya. Dan kebetulan karya saya juga banyak masuk festival. Jadi, bisa menjadi referensi juga dimana-mana. Ya sudah, antara saya dan rumah dokumenter itu *gathuk*. Disini dapat pengetahuan, dan pengetahuan film dokumenter, dan kalau mau bicara film dokumenter standar itu ya disini. Maksudnya standar itu adalah tidak cuma film dokumenter *youtuber* gitu

bukan. Maksudnya, standar pola pengerjaan, bahwa film yang dikerjakan disini pun bisa punya daya jelajah ke banyak festival.

P : Tentang masalah produktifitas nih pak, seberapa produktif si rumah dokumenter itu?

N : Bagi film kecil kaya rumah dokumenter ini menurut saya sudah cukup produktif mbak, setiap tahun kami selalu ada proyek, nanti saya kasih bagan produksi filmnya ya, tapi ada yang sudah jadi baru sampe tahun 2018, nanti yang 2019 sampai 2021 ada di buku mbak.

P : Dan anak-anak yang pada disini itu magang ya Pak? Dan ada ngga Pak yang terlibat sama pembuatan film di sini Pak?

N : Saya ngga tega, e. Jadi gini, misalnya gini, kami itu selalu *clientn*-nya, biasanya produksinya jauh-jauh. Misalnya di Papua, di Sulawesi, Gorontalo dan lain-lain. Kalau ngajak *bocah kui*, itu *wong tuane kuat mbayar ora*? Kan tiketnya dan lain-lain harus dari mereka. Nah biasanya, anak-anak yang magang disini itu saya ajak produksi yang seputar Jawa Tengah aja. Misalnya, saya ajak mobilan ke Dieng kalau ada *client* di sana. Atau misalnya kemarin yang terakhir dengan Pemda Boyolali, ada *rock* atau apa *sih*, *heavy metal* gitu, *lah*. Kita diundang untuk jadi dokumentasi. Ada musisi Fajar Merah juga kita yang dokumentasi. Nah, kalau pola pelibatan teman-teman yang magang seperti itu. Cuma, mereka terpikat dengan Rumah Dokumenter, bahkan yang dari luar Jawa pun datang kesini. Misalnya, dari Bontang ya. Mereka datang kesini melalui perjalanan darat. Anak-anak dari Bandung juga datang kesini. Setelah saya tanya, ternyata mereka dikirim oleh kampus. Jadi, kampus mereka sudah tau tentang Rumah Dokumenter.

P : Nah, kalau berbicara tentang genre film Rumah Dokumenter ini memang semua minoritas, atau ada genre lain?

N : Kita memang *concern* dengan isu-isu yang tidak pernah didiskusikan di ruang publik. Misalnya gini, *yen gawe* film politik *ki* banyak yang buat. Kita ingin menysar isu-isu yang sangat sederhana. Seperti waria, tionghoa, masyarakat adat, masyarakat pegunungan yang tidak pernah terekspos.

Kemarin malem saya baru selesai *shooting* di Gunung Kidul, 2 jam. Saya juga sudah mulai ikut produksi itu dari tahun 2018, 2017, sampai hari ini belum selesai, tentang komunitas Jathilan.

P : Untuk *crew* yang membantu, apakah dari komunitas-komunitas film lainnya?

N : Untuk pola produksinya, kalau produksinya ada biaya, saya akan ajak orang karena setiap pekerjaan kan lebih baik dilakukan bersama ya mbak atau bahasa lainnya ada struktur organisasinya lah, dan dibaginya ya sesuai kebiasaan anak-anak saja, kalau butuh sistem organisasinya bisa mbak...oh iya balik lagi untuk pola produksinya Tapi kalau tidak ada duitnya, ini saya gampang bosan ya di rumah, saya *shooting* sendiri, karena ngga ada *funding*. *Njenengan* kalau *searching* film saya menang Piala Citra judulnya Bulu Mata, saya *shooting* 1 tahun di Aceh, bolak-balik empat kali dengan dana 40 juta. Film itu menang di Piala Citra, dan saya sendiri sebagai kamera, sutradara, *sound* dan produser. Lokasinya di tengah-tengah antara Medan dan Banda Aceh. Tapi 2 minggu atau 3 minggu saya pulang, kemudian berangkat ke Aceh untuk *shooting* lagi. Nah kalau disana supaya *ngirit*, saya cari hotel yang paling cuma 100.000, lalu saya juga sewa motor ngga pake mobil saya lakukan sendiri. Ketika film tersebut menang di FFI 2017 saya juga kaget. Karena film itu disandingkan dengan karya-karya diatas 1M biaya produksinya dan *crew*-nya besar. Kemarin bersaing dengan film Banda yang memiliki kamera cukup profesional.

P : Kalau riset yang dilakukan seperti apa sih untuk membuat film, sehingga bisa tau kejadian-kejadian yang terjadi di suatu tempat yang bahkan tidak disadari oleh masyarakat?

N : Jaringan, mbak. Jadi begini, sejarahnya ya, saya itu pernah mengerjakan film waria judulnya Renita Renita, tahun 2006. Nah, dari situ, film itu menang dimana-mana. Dan dengan film itu, saya dapet duit. Duit itu saya kembalikan lagi ke pemainnya namanya Renita. “Ren, film kemarin menang ini ada sekian puluh juta. Kamu mau apa?” Terus Renita jawab “Mas, saya sudah lama ngga pulang ke Sulawesi. Bisa ngga duit itu untuk pulang?”

akhirnya dibelikan tiket ke Sulawesi sekalian *travelling*. Tapi disitu saya bilang “saya bawa *camera* ya?” nah, disitu jadilah film kedua judulnya Mangga Golek.

Kalau yang Renita, Renita diputar di Singapura, Filipina, India. Nah, Renita Renita ini kan film berdurasi 15 menit, lalu Mangga Golek durasinya 98 menit. Saya diundang ke Amsterdam, ke beberapa festival dan dijadikan diskusi judulnya “Suara dari Asia Tenggara”, disana dengan para professor. Film Bulu Mata itu film waria saya yang ketiga, itu udah sistem rekomendasi kalau itu. Dalam arti gini, ketika anda sudah dikenal dengan spesialisasi tertentu, orang pasti akan “*ndandakke*” dengan gaya yang sama. Nah, film Bulu Mata saya dapat rekomendasi dari temen-temen NGO, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Mereka merekomendasikan seperti ini, “kalau film Waria, Tonny wae”, begitu sampai hari ini.

Dan saya masih menyimpan, ada yang paling baru judulnya Someday (Pada Suatu Hari Nanti) sekarang sedang beredar di Festival Eropa, itu juga tentang Waria, lokasinya di Bandung. Nah, dari mana saya dapat itu? Jawabannya adalah dari rekomendasi. “Eh, kita ada dana nih segini. Mas, tolong *dibuatke* ya film Waria di Bandung. Terus, saya juga masih nyimpen judulnya “Di bawah Sinar Bulan” itu waria juga di Jogja, Kotagede, ada pesantren waria, *mbak*. Lalu, yang satu lagi judulnya.....tentang waria pelakor. Di luar tema waria, film saya lainnya totalnya 53.

P : Kapan mulai menggarap film tentang waria/transpuan dan mengapa memilih mengangkat film tentang waria Pak?

N : Jadi saya mulai menggarap film tentang transpuan itu dimulai dari tahun 2006. Karya pertama saya tentang waria yaitu berjudul Renita, Renita. Film Renita Renita ini bercerita tentang transpuan bernama Muhammad Zein Pundagau atau Renita. Lalu setelah itu saya memproduksi kembali film tentang waria yang berjudul *Mangga Golek Matang di Pohon* dan *Bulu Mata*.

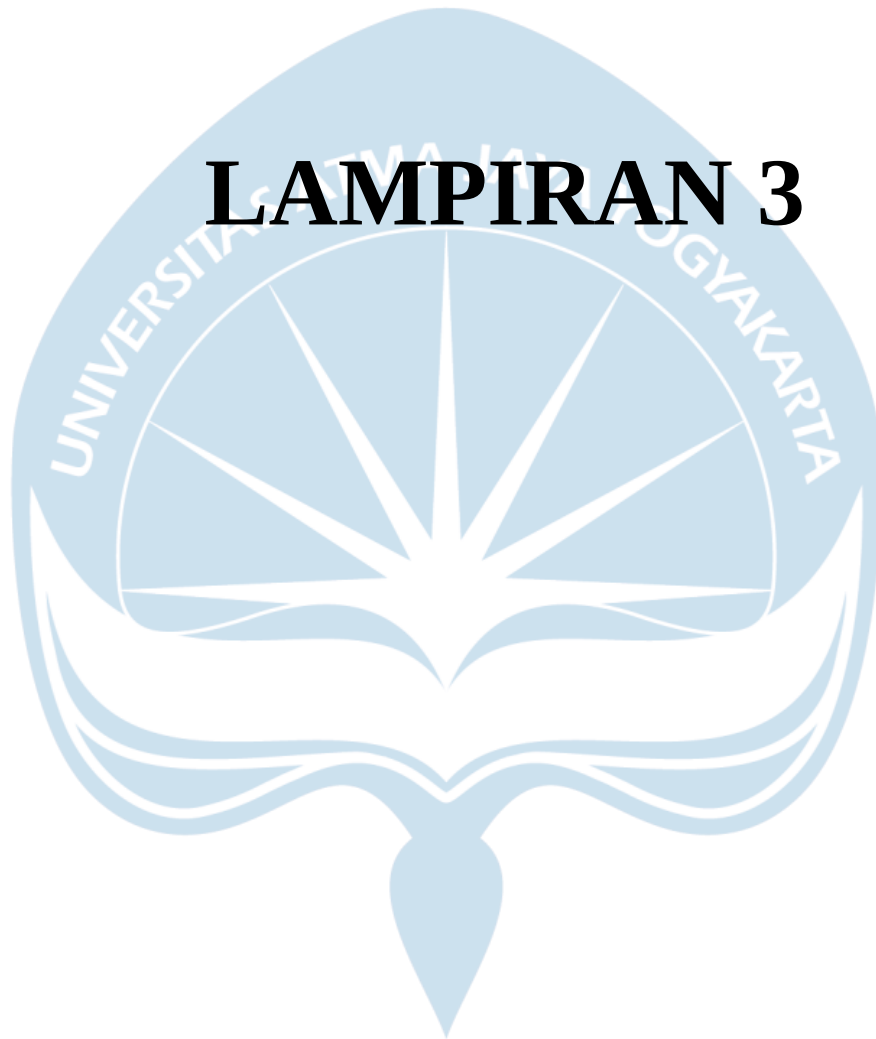
P : Kan awalnya tadi dari Laweyan, lalu bagaimana bisa sampai ke festival di luar negeri?

N : Saya sendiri beruntung sih, *mbak*. Film-film saya polanya saya kerjakan dengan sangat *home industry*, ya. Jadi, orang datang kesini dan melihat karya saya, ya saya ngga tau ya mereka mengapa tertarik dengan karya saya. Kalau sampe festival, ya mereka tertarik gitu aja. Entah mereka punya kriteria penilaian sendiri dll.

P : Film-film yang memiliki *genre* minoritas itu diputar di daerah-daerah juga ngga sih, Pak? Mungkin dengan tujuan ingin memberikan pesan-pesan yang ada dari dalam film yang dibuat.

N : Kalau itu engga. Kalau saya cuma gini, ketika saya membuat film, saya akan memutar film itu kepada mereka yang butuh. Kalau ngga butuh, saya engga. Misalnya gini, film Renita Renita tentang waria durasi 15 menit, sampai hari ini masih jadi bahan materi ajar di beberapa kampus, misalnya di UI dan UNHAS. Nah, kalau untuk penonton spesifik mereka NGO. Atau, mereka seniman misalnya dan punya tema acara tentang “tubuh” atau “kemerdekaan tubuh”,

LAMPIRAN 3



Dokumentasi Wawancara

Gambar 10
Proses Wawancara dengan Tonny Trimarsanto, 24 Oktober 2021



Sumber : Dokumentasi Pribadi. 24 Oktober 2021

Gambar 11
Proses Wawancara dengan Tonny Trimarsanto, 24 Oktober 2021



Sumber : Dokumentasi Pribadi. 24 Oktober 2021