

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Di era sekarang, teknologi komunikasi telah membuat segala informasi dapat diterima oleh banyak orang secara keseluruhan dan secara bersamaan di seluruh dunia. Hampir semua informasi dengan cepat tersebar ke semua kalangan, dari anak-anak sampai dewasa dapat mengakses informasi dengan mudah. Semua yang kita butuhkan semuanya tersedia dan mudah kita dapatkan dengan adanya teknologi komunikasi. Inovasi teknologi saat ini begitu pesat seiring dengan perkembangan zaman yang begitu modern tanpa terkecuali industri film di Indonesia.

Film termasuk dalam salah satu bentuk media komunikasi, karena seorang produser membuat film dan dari film itu menghasilkan sebuah pesan maka ia telah melakukan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui sebuah media masa kepada jumlah orang yang besar atau banyak (Ardianto, Komala, & Karlinah, 2007). Film dapat dilihat sebagai karya kreatif manusia yang dapat dilihat sebagai media komunikasi yang mengandung unsur estetika tinggi, film juga dapat digunakan sebagai media untuk menyebarkan dan menyalurkan pesan dari sineas kepada publik. Film berarti sebuah rekaman cerita yang terdiri dari kumpulan rekaman gambar dan suara yang menghasilkan sebuah pesan moral untuk masyarakat yang melihat.

Sebelum di era pandemi, film di Indonesia memiliki peran distribusi yang berbeda. Semua kegiatan distribusi film secara offline, baik itu dari segi pemutaran film yang dilakukan langsung di sebuah kampus atau daerah untuk menayangkan film dan diskusi film. Selain itu pemutaran film dan penjualan tiket film di sebuah bioskop yang begitu banyak. Sedangkan disaat adanya pandemic di tahun 2020 perfilman Indonesia salah satu yang terkena dampaknya. Semua berfikir bahwa bagaimana cara tetap mempertahankan dunia perfilman. Oleh sebab itu mereka membuat strategi penayangan film secara online di media platform.

Distribusi film merupakan tahap pasca yang sangat penting setelah film selesai diproduksi. Sebaik apapun film tersebut, apabila tidak ditonton oleh khalayak, maka akan menjadi film yang sia-sia. Jika film tidak sampai kepada penonton, maka film sebagai media komunikasi telah gagal karena tidak menyampaikan pesan kepada penonton. Selain itu secara ekonomi film ini juga gagal karena tidak bisa menggunakan sumber daya yang terbatas untuk menghasilkan keuntungan atau minimal mengembalikan modal biaya produksi. Pengertian distribusi dalam film adalah penjualan dan pengiriman barang kepada para pengecer, seperti film ke bioskop atau majalah ke toko (Anderson, 2006).

Dapat diartikan bahwa proses distribusi adalah proses yang sangat penting karena yang menghubungkan antara produksi film dan pemutaran film dimana yang akan disajikan kepada penonton. Dalam mendistribusikan film, komunitas harus mengetahui film seperti apa yang ingin di distribusikan. Jika

sudah mengetahui jenis film apa, kalian bisa menyalurkan film melalui *submission* ke berbagai festival yang sesuai dengan kriteria. Selain itu alternatif lain yang dapat dilakukan yaitu melalui platform online.

Komunitas film saat ini sudah berkembang dengan pesat, sehingga banyak menghasilkan film yang beraneka ragam. Menurut Barry (2016) komunitas film dianggap sebagai “sesuatu” yang eksklusif, walaupun gerakan pendirian komunitas film telah menyebar kemana mana hingga pelosok Indonesia. Namun komunitas itu sendiri mempunyai prinsip-prinsip tertentu. Mereka yang bekerja terbantu dengan kemajuan teknologi komunikasi, terutama dengan adanya kemudahan kemampuan berinternet yang dimana menambah ke tiap sudut wilayah. Kegiatan komunitas film bermacam-macam biasanya tentang produksi film, pemutaran dan diskusi di berbagai lokasi penyelenggaraan. Ada beberapa komunitas yang mengkhususkan hanya pada pemutaran film-film pendek di bioskop, gedung teater, di ruangan terbuka dan lain sebagainya.

Di kota-kota besar bermunculan komunitas film yang banyak menghasilkan sebuah karya film, salah satunya yaitu di daerah Yogyakarta. Komunitas film di Yogyakarta saat ini tersebar puluhan komunitas film yang menyelenggarakan aktivitas berupa pemutaran film, bedah film, workshop, dan produksi film. Komunitas film yang ada di Yogyakarta Kamisinema (Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Seni Media Rekam Institut Seni Indonesia), Jemkineklub (Komunitas Film UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta), dan masih banyak lagi komunitas komunitas film di Jogja. Dalam penelitian ini komunitas

yang diteliti adalah komunitas Ciko (Cinema Komunikasi) yang ada di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Ciko (Cinema Komunikasi) adalah badan seni otonom yang bernaung di bawah Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Ciko yaitu sebuah komunitas yang bergerak di dalam bidang audio visual. Ciko (Cinema Komunikasi) itu awalnya berdiri bukan untuk membuat organisasi pembuat film, melainkan untuk membuat sebuah kumpulan bedah film dan apresiasi film. Banyak sekali film yang sudah di bedah dan diapresiasi pada tahun 2020. Diantaranya di beberapa program kerja yang sudah terlaksana di tahun 2020 yaitu Movie Culture & Sinema Rakyat.

Komunitas cinema komunikasi melakukan distribusi film secara offline dan online. Distribusi offline dan online memiliki perbedaan, yang dimana distribusi offline dilakukan sebelum adanya pandemi dan online dilakukan ketika pandemi di tahun 2020. Pada saat distribusi offline cinema komunikasi mendistribusikan film dengan cara membagikan poster-poster dan beberapa undangan untuk komunitas lainnya. Kemudian dilakukan pemutaran secara offline dan mendatangkan khalayak untuk menonton film secara langsung dan melakukan bedah film.

Sedangkan pada tahun 2020 adanya pandemi covid 19 yang menimbulkan beberapa dampak yang terjadi di komunitas Ciko. Misalnya terhambatnya proses produksi film dan penayangan film. Kemudian komunitas Ciko melakukan sebuah strategi agar tetap bisa melakukan distribusi film.

Komunitas Ciko mendistribusikan film secara online dengan membagikan poster-poster melalui media sosial seperti Instagram dan mengirimkan link melalui YouTube dan Zoom. Komunitas Ciko melakukan distribusi ini bukan serta merta untuk menghasilkan sebuah ekonomi, seperti pengembalian modal produksi film. Tetapi hal ini dilakukan untuk mengapresiasi film yang sudah dibuat oleh Ciko.

Komunitas Ciko mengadakan pemutaran online dengan harapan agar pesan dari film ini tersampaikan oleh penonton. Komunitas Ciko juga mengemas pemutaran online dengan semenarik mungkin yaitu dengan menggabungkan film lama dan film baru untuk dijadikan di satu pemutaran film, agar menghasilkan banyak penonton. Dibawah ini adalah beberapa judul film dan jumlah penonton yang ditayangkan di tahun 2020 yaitu Movie Culture #3 dan Sinema Rakyat #2.

Tabel 1. Judul Film Movie Culture #3 di tahun 2020

MOVIE CULTURE 3			
Judul	Sutradara	Produser	Media
Sugeng tanggap warsa	Handarbe Linwih	Oktavia Rizki Pratama	Youtube dan Zoom
Suwung	Khalda Maura	Iradianti Aisiah Munir	
Linda Nigra	Adam Iqbal	Kevin Maheswara	
Nadir	Fahmi Fahriza	Hudi Waluyo	

Sumber : Anggota divisi event tahun 2020

Tabel 2. Jumlah Penonton Movie Culture #3 di tahun 2020

Mahasiswa UMY	Mahasiswa luar UMY	Umum	Total
28 Mahasiswa	11 Mahasiswa	5 Orang Umum	44 Penonton

Sumber : Anggota divisi event tahun 2020

Tabel 3. Judul Film Sinema Rakyat #2 di tahun 2020

SINEMA RAKYAT 2			
Judul	Sutradara	Produser	Media
Mak cepluk	Wahyu Agung Prasetyo	Bella	Youtube dan Zoom
Tak kunjung usai	Danang Prasetyo	Mara rengga	
Mbokmati.com	Lucky Eka Candra	Afriandi	
Riyoyo	Atha muyassar	Lina Mahmuda	

Sumber : Penanggung jawab dari divisi distribusi tahun 2020

Tabel 4. Jumlah Penonton Sinema Rakyat #2 di tahun 2020

Mahasiswa UMY	Mahasiswa luar UMY	Umum	Total
22 Mahasiswa	10 Mahasiswa	8 Orang Umum	40 Penonton

Sumber : Penanggung jawab dari divisi distribusi tahun 2020

Tabel 5. Judul Penayangan Sinema Mahasiswa di tahun 2020

SINEMA MAHASISWA			
Judul	Sutradara	Produser	Media
She	Bicky Reza	Wahyu Titis Dwiani	Youtube dan Zoom
Biroterasi	Alif Filza Harahap	Ganang Agung Wicaksono	
Luwung Bawani	Bicky Reza	Bella Efrillia	

Sumber :Penanggung jawab dari divisi distribusi tahun 2020

Tabel 6. Jumlah Penayangan Sinema Rakyat #2 di tahun 2020

SINEMA MAHASISWA	
Mahasiswa/Mahasiswi Ilmu Komunikasi	46 orang
Mahasiswa/Mahasiswi Hubungan internasional	3 orang
Mahasiswa/Mahasiswi Agribisnis	3 orang
Mahasiswa/Mahasiswi Ekonomi Syariah	2 orang
Mahasiswa/Mahasiswi Pendidikan Bahasa Inggris	1 orang
Mahasiswa/Mahasiswi Ilmu Hukum	2 orang
Mahasiswa/Mahasiswi Pendidikan Bahasa Arab	1 orang
Mahasiswa/Mahasiswi Elektro Medis	1 orang
TOTAL	59 orang

Sumber : Penanggung jawab dari divisi distribusi tahun 2020



Sumber: <https://www.instagram.com/p/CE4MtJpgKvV/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



Sumber: <https://www.instagram.com/p/CDWTMBggc8s/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Berdasarkan dari tabel jumlah penonton di atas, bahwa keberhasilan proses pemutaran yang dilakukan secara online dengan model satu arah dan dua arah, salah satunya ditentukan oleh pemanfaat teknologi penyedia layanan interaksi antara anggota komunitas dan penonton. Hal yang menarik dari pemutaran di atas yaitu komunitas Ciko menentukan tema film sesuai dengan sasarannya. Sinema rakyat yaitu pemutaran film secara online yang ditonton oleh masyarakat seperti anak-anak, lansia, dan orang tua. Sehingga film yang ditayangkan nya film yang relate dengan kehidupan sehari-hari dan film yang ringan untuk diterima. Sedangkan untuk sinema mahasiswa film yang ditayangkan untuk para mahasiswa dan film yang ditayangkan pun lebih berat seperti isu-isu politik dan lain sebagainya. Disaat pemutaran sebuah film komunitas Ciko secara online, ada beberapa kendala yang

dihadapi oleh komunitas Ciko. Jaringan yang tidak stabil membuat proses pemutaran film dan diskusi film terhambat. Karena tidak semua masyarakat tinggal di daerah yang memiliki sinyal yang kuat.

Platform media online yang digunakan untuk mendistribusikan film Komunitas Cinema Komunikasi universitas muhammadiyah Yogyakarta di saat pandemi ialah menggunakan YouTube dan Zoom. Teknis pelaksanaan acaranya dilalui secara online menggunakan aplikasi live streaming YouTube juga Zoom. Semua peserta akan mendapatkan link YouTube live setelah pendaftaran event melalui Locket.com (bit.ly/sinemarakyatonline2020). Sementara akses untuk ke Zoom akan dilampirkan di deskripsi YouTube live. Akses ke Zoom dibatasi hanya untuk 100 partisipan saja, dan untuk peserta lainnya yang tidak tergabung dalam 100 orang partisipan tetap bisa menonton dan diskusi via YouTube live. Teknis publikasinya melalui instagram Ciko dan Instagram Ads.

Penelitian terdahulu dalam strategi distribusi film juga pernah dilakukan oleh Rangga Saptya Mohamad Permana, Lilis Puspitasari, Sri Seti Indriani, dan Hanny Hafiar (2018) dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Film Indie: Model Pemasaran dan Distribusi Film Indie Indonesia”. Penelitian ini dilakukan karena untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran film indie Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas para sineas film indie di Indonesia menjadikan festival-festival film (baik nasional maupun internasional) sebagai media pemasaran utama bagi karya-karya mereka. Selain menggunakan festival film sebagai ajang distribusi, para sineas film indie Indonesia juga menggunakan beberapa media atau cara lain, yaitu melalui ruang

putar alternatif, media platform, website yang memasarkan film-film alternatif, digital TV platform, roadshow, dan melalui press screening. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi, studi pustaka dan Focus Group Discussion (FGD) digunakan untuk mengumpulkan data-data riset yang dibutuhkan.

Penelitian terdahulu selanjutnya terkait strategi distribusi film dilakukan oleh Edwina Putri Primananda dan Dr. Novi Kurnia M.A (2015) dengan judul “Distribusi Film Independen di Yogyakarta (Studi Kasus Strategi Distribusi Film pada Komunitas Pabrik Film)”. Alasan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengkaji bagaimana konsep strategi distribusi film independen yang diterapkan dalam komunitas film Pabrik Film. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa distribusi film independent dapat membuat film beredar cukup luas bahkan bisa menjangkau daerah yang belum memiliki sebuah bioskop. Hal tersebut karena Komunitas Pabrik Film bekerjasama dengan jaringan komunitas lain dengan dibantu dengan media platform untuk mempromosikan sebuah film. Pemilihan media adalah salah satu cara untuk mendistribusikan film. Metode yang dilakukan yaitu dengan metode penelitian studi kasus deskriptif untuk menggambarkan dan menginterpretasi distribusi film independen yang dilakukan komunitas Pabrik Film. Dengan berbeda objek

Dari beberapa contoh hasil penelitian diatas yaitu terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaan tersebut terdapat pada pembahasan mengenai penayangan sebuah film yang dibantu dengan adanya media platform, sehingga bisa dijangkau lebih banyak lagi dengan orang lain. Dengan berbeda bantuan promosi oleh

komunitas lain untuk mencapai sebuah tujuan dan hasil yang diharapkan. Di dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi distribusi komunitas film Ciko (Cinema Komunikasi) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta di era pandemi tahun 2020?.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari uraian latar belakang, maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Strategi Distribusi Komunitas Film CIKO (Cinema Komunikasi) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta di Era Pandemi Tahun 2020?

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Strategi Distribusi Komunitas Film Cinema Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Di Era Pandemi Tahun 2020.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi awal guna melakukan penelitian atau kajian lebih lanjut tentang film, khususnya tentang distribusi komunitas film.

2. Secara praktis

Dari penelitian yang dilakukan ini penulis berharap agar apa yang diteliti dapat bermanfaat bagi

a. Komunitas film

Dari penelitian ini diharapkan komunitas film di luar sana bisa menambah wawasan dan pengetahuan terkait dengan mendistribusikan film secara online dan offline agar lebih menarik. Selain itu juga bisa menyempurnakan proses produksi dan distribusi film.

b. Komunitas film Ciko UMY

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebuah evaluasi mengenai sistem distribusi film agar membantu komunitas film ciko UMY lebih sempurna untuk mendistribusikan film. Selain itu juga bisa menjadi acuan atau sarana dalam mendistribusikan sebuah film secara online.

c. Penikmat film

Dari hasil penelitian ini diharapkan untuk menguak segala permasalahan yang muncul terkait distribusi film. Selain itu mampu menumbuhkan kesadaran para penikmat film untuk bisa menghargai sebuah karya film, karena masih banyak yang belum paham para pembuat film terhadap sebuah karya film.

d. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu para peneliti selanjutnya untuk mencari referensi bahan-bahan peneliti yang dibutuhkan, khususnya terkait dengan distribusi film.

E. KAJIAN TEORI

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa teori yang digunakan sebagai dasar untuk melakukan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Film

Film berkembang di kehidupan masyarakat dari zaman ke zaman pada masanya. Menurut Ekky (2012) film merupakan alat komunikasi di media komunikasi massa yang menyampaikan pesan tertentu kepada orang banyak. Sofyan (2021) berpendapat bahwa film merupakan media elektronik paling lama dari pada media-media lainnya, film juga telah berhasil mempertunjukkan gambaran hidup yang seolah olah berada di dalam layar. Film yang disebut sebagai media komunikasi massa benar-benar telah memasuki kehidupan masyarakat yang sangat beraneka ragam (Liliweri & Alo, 2004).

Film bukan hanya menyajikan pengalaman hidup tetapi juga pengalaman yang mengasyikkan sehingga menjadi menarik. Film yang tercipta sebagai karya dari tenaga-tenaga kreatif memiliki nilai seni tersendiri yang profesional di bidangnya (Mudjiono, 2011). Film ini adalah rangkaian cerita yang ditulis oleh orang, terkadang benar dan terkadang fiksi (Imanto, 2007). Kemudian film juga terdapat beberapa fungsi lainnya diantaranya :

- Sebagai media ekspresi dan artistik sutradara.
- Sebagai media hiburan.

- Sebagai media komunikasi massa.
- Sebagai media pendidikan.
- Khalayak menonton film terutama untuk hiburan.

Dalam membuat sebuah film terdapat beberapa tahapan produksi. Tahapan produksi yaitu ada pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Pra-produksi adalah proses sebelum produksi film. Pra-produksi adalah tahap persiapan sebelum pasca-syuting (Denis, 2008). Oleh karena itu, proses pra-produksi ini harus dilakukan sejauh mungkin. Produksi ini proses melakukan segala sesuatu yang telah disiapkan dalam proses pra-produksi sesuai dengan skenario dan storyboard yang dihasilkan (Javandalasta, 2011). Dengan cara ini, segala sesuatu yang diperlukan dapat saling mendukung. Pasca produksi merupakan salah satu tahapan akhir dari proses produksi film. Editing adalah proses menyusun, memotong, dan menggabungkan kembali rekaman menjadi sebuah cerita yang lengkap dan utuh (Mabruri, 2013).

2. Komunitas

Secara istilah, komunitas berasal dari suku kata Inggris “*community*” yang mengarah pada ikatan tertentu dari interaksi sosial masyarakat. Di Kampus *Oxford Learner’s Dictionary* disebutkan “*community is all the people living in one place atau group of people with the same interest*” (Masduki, 2010). Namun Istilah komunitas film bisa diartikan sebagai kelompok orang yang mempunyai visi dan misi yang

memiliki ketertarikan yang sama dan bergabung dalam suatu organisasi tertentu yang bergerak dalam bidang perfilman (Dewi, 2017). Komunitas film pun tersebar di seluruh Indonesia baik itu yang terdaftar dalam suatu badan pendidikan sekolah ataupun universitas (Garnis, 2011).

Menurut Alo (2014) komunitas bukan hanya kumpulan individu, tetapi komunitas merupakan kebudayaan tersendiri yang berbeda dengan kebudayaan masyarakat umum. Dengan demikian pergerakan komunitas sinema independen Indonesia sangat terbatas. Aspek-aspek tersebut melatarbelakangi kenapa film pendek yang menjadi sinema alternatif pada saat tersebut dan belum menjadi tontonan alternatif bagi masyarakat umum (Putri, 2013).

Tidak semua komunitas bergerak di bidang yang sama yaitu produksi film. Ada beberapa jenis karakter komunitas yang bergerak di bidang apresiasi dan wacana seputar film (Garnis, 2011). Seperti komunitas yang ada di universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yaitu Ciko (Cinema Komunikasi). Cinema Komunikasi ini membuat sebuah kumpulan bedah film dan apresiasi film. Pada tahun 2020 banyak sekali film yang sudah dibelah dan diapresiasi kemudian didistribusikan baik secara offline maupun online.

3. Distribusi

Distribusi film merupakan tahap setelah produksi yang sangat penting setelah film selesai. Sebaik apapun film, apabila ia tidak ditonton oleh penonton, maka akan jadi film yang sia-sia. Distribusi yang efektif

sangat penting bagi kesuksesan sebuah film, dan banyak film yang berpotensi makmur telah gagal dalam mendistribusikan film (Allbaran, 2001). Sehingga kesuksesan sebuah film secara ekonomi ditentukan oleh proses distribusi tersebut karena adalah tugas dari distributor untuk mencari agen-agen yang akan memutar film tersebut dan akhirnya bertemu dengan penonton.

Dengan menonton film, kita dapat memahami informasi yang dikirimkan oleh film dan mencernanya, dan dapat menggunakan hal-hal yang diperoleh setelah menonton film. Tentu saja, film diproduksi dan didistribusikan ke penonton. Target penonton adalah seluruh bagian dari pembaca, pendengar, dan penonton yang menerima konten media (McQuail, 2011). Gaya distribusi yang dilakukan distribusi film independen membuat sistem baru dalam pergerakan film independen di Indonesia, dengan proses distribusi film tersebut melalui USB dan bekerjasama dengan komunitas film independen dan disertai media internet (Suardi, 2017). Menurut Permana, dkk (2018) tidak semua film indie bisa tampil dan mendapatkan kesempatan di festival-festival film. Karena, ada beberapa film indie yang didistribusikan via *home video*, TV kabel, atau internet (misalnya menggunakan *website* berbasis pemutaran video seperti YouTube).

Media sosial sebagai wahana yang efektif bagi sineas film indie pada menciptakan basis calon penontonya pada Indonesia (Permana, dkk, 2018). Masih ada motif berdasarkan sineas buat menghasilkan sebuah film, & motif sineas perfilman sidestream sejatinya tumbuh tergantung

berdasarkan syarat latar belakang sosial dimana dia tumbuh (Ardiyono, 2015). Gaya distribusi film yang dilakukan sang Butonijo yang menciptakan sebuah sistem baru pada film independen di Indonesia, yaitu menggunakan cara pendistribusian melalui USB dan menggunakan jaringan komunitas film independen & dibantu menggunakan media internet (Sueardi, 2017).

- **Strategi distribusi film**

Dalam mendistribusikan sebuah film, ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam mendistribusikan film. Sebelum mendistribusikan film hal yang terlebih dahulu dilakukan yaitu mengetahui durasi film yang akan di distribusikan agar kita mengetahui film ini akan di distribusikan kemana. Yang kedua distribusi, perlu diketahui distribusi adalah tahapan yang paling penting. Dan yang selanjutnya ruang pemutaran yang seperti apa yang akan kita gunakan. Bisa di bioskop-bioskop komersial, platform online atau pemutaran film. Pemutaran film yaitu sebagai pertunjukan film dan salah satu bagian dari pra produksi, tidak hanya penayangan film saja tetapi sampai proses diskusi (Lokamaya, 2019). Dan yang terakhir adalah tema cerita, dengan mempertimbangkan tema cerita. Film ini mau dibawa ke penonton yang seperti apa, oleh sebab itu tema cerita juga harus disesuaikan.

Selain itu adapun beberapa strategi distribusi film yang dapat dilakukan. Menurut Gayatri (2020) adapun beberapa hal yang dapat dilakukan dalam mendistribusikan film:

- a. Submit ke festival film: salah satu tempat yang dapat dijadikan andalan yaitu mencoba submit ke beberapa festival film. Memastikan semua kriteria film sudah masuk kedalam kategori. Apakah film yang didaftarkan sudah cocok dengan tema film.
- b. Menawarkan ke bioskop alternatif: sudah banyak bioskop alternatif yang tersedia, baik memiliki jadwal reguler atau belum. Kalian harus mengetahui kapan bioskop alternative itu dilaksanakan. Tapi, biasanya bioskop alternatif tidak selalu ada. Jadi harus mengetahui kapan jadwal penayangannya. Mempermudah masyarakat dalam mengakses film maka membuat film yang diproduksi lebih dikenal banyak kalangan (Aurellia, 2021).
- c. Platform online: saat ini banyak sekali film film didistribusikan melalui platform online. Kalian juga harus mempertimbangkan menggunakan ini, karena semakin banyak pengguna, maka semakin banyak penonton lain mengakses film melalui media online dan disebarluaskan.

- **Distribusi film di era digital**

Era digital tidak hanya meningkatkan kualitas dan kemudahan akses bagi khalayak dalam menonton film, tetapi juga mengoptimalkan biaya bagi produser untuk menjangkau khalayak massa yang lebih luas. Karena alasan ini, pemain dalam industri film harus cukup fleksibel untuk beradaptasi

dengan tren baru atau perubahan preferensi pasar terhadap konsumsi media. Distribusi film di era digital misalnya melalui Zoom, Instagram, YouTube dan lain-lain.

a) *Zoom (Media Conference)*

Zoom sering juga kita dengar dengan kata lain yaitu video conference. Dengan video conference setiap pengguna bisa saling terhubung dan bertatap muka. Zoom adalah aplikasi komunikasi video berbasis cloud computing yang dikembangkan oleh perusahaan Amerika (Latifah, 2020). Menurut Permana (2022) zoom meeting adalah platform online dengan berbagai fitur untuk rapat, seminar, dan diskusi. Perlu diketahui bahwa zoom meeting adalah perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk bertemu secara online. Begitu pula untuk kegiatan perkuliahan dan proses pembelajaran mahasiswa menggunakan zoom untuk institusi pendidikan. Mengingat fitur yang dimilikinya, sangat cocok untuk presentasi, ujian, dan penyempurnaan materi. Kelebihan Zoom meeting dan fiturnya yaitu sebagai berikut:

☐ *Share screen:* Zoom menyediakan fitur berbagi layar yang memungkinkan pengguna untuk berbagi layar komputer mereka. Ini memungkinkan Anda untuk melihat dokumen, file yang diambil secara online, atau catatan yang telah Anda masukkan.

- ☐ Membuat jadwal: Anda dapat membuat jadwal konferensi dalam aplikasi ini terlebih dahulu ketika dibuat sebelum rapat. Pengguna lain tahu kapan konferensi video berlangsung. Anda dapat mengatur tanggal dan waktu sesuai kebutuhan dan tampilan pemberitahuan dari zoom.
- ☐ Memiliki Fitur Chat: Selain dapat saling berbincang di forum online Anda juga dapat menggunakan fitur chat untuk berpartisipasi dalam diskusi.
- ☐ Recording: Rapat mungkin perlu direkam sebagai bukti pelaksanaan atau ditinjau untuk tujuan tertentu. Itu sebabnya pengembang Zoom telah memperkenalkan fitur perekaman sehingga mereka dapat menyimpan semua percakapan dan diskusi yang sedang berlangsung.

b) Instagram

Instagram adalah aplikasi media sosial berbasis Android untuk smartphome, iOS untuk iPhone, Blackberry, Windows Phone, dan bahkan komputer dan PC (Riyadi,2019). Namun, ketika digunakan di komputer, tidak persis sama dengan ponsel. Umumnya, orang menggunakan Instagram untuk berbagi atau berbagi foto dan video. Prinsip ini cenderung berbeda dengan aplikasi media sosial lain yang menekankan penggunaan kata dan status untuk berbagi dengan masyarakat umum.

c) YouTube

Menurut Faiqah, Nadjib, dan Amir (2016) YouTube adalah situs web berbagi video populer yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. YouTube adalah situs web tempat pengguna dapat berbagi video dan menikmati berbagai klip video yang diunggah oleh berbagai pihak (Riyadi, 2019). Ada berbagai jenis video yang dapat diunggah ke website ini, yaitu seperti video klip musik untuk musisi tertentu, film pendek, film TV, trailer film, video pendidikan, blog video vlogger, video tutorial berbagai aktivitas dan banyak lagi.

Gasella (2020) menyatakan bahwa banyak cara yang dapat dilakukan untuk mendistribusikan film secara digital, yaitu di antaranya:

- a. Menggunakan media sosial: distribusi menggunakan media sosial sangat cepat terdengar oleh banyak orang. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok memainkan peranan penting dalam pemasaran film. Instagram ads adalah salah satu fitur untuk promosi sebuah produk (Riyadi, 2019). Hanya dengan memposting satu cerita orang lain sudah mengetahui.
- b. Penggunaan ponsel: seiring dengan pesatnya perkembangan era digital, telepon seluler semakin banyak peminatnya dan sudah menjadi kebutuhan pokok. Penggunaan telepon seluler lebih tinggi dibandingkan komputer dalam aktivitas online. Tren tersebut dapat dijadikan sebagai sasaran untuk mendistribusikan film.

c. Platform online: banyaknya platform online yang disediakan, sampai sampai menggantikan DVD/bluray dan siaran TV konvensional. Contoh dari media platform online yaitu seperti Netflix, Disney+Hotstar, KlikFilm, iTunes, dan lain sebagainya. Platform tersebut juga dapat digunakan dalam mendistribusikan film.

- **Distribusi Film Profesional dan Amatir**

Distribusi adalah proses untuk membuat sebuah film agar bisa dilihat oleh banyak penonton. Tugas ini biasanya dilakukan oleh distributor film. Distribusi film yang profesional yaitu dimana film tersebut bisa dipamerkan di ruang lingkup yang besar (Sevima, 2021). Film bisa dipamerkan langsung kepada masyarakat melalui bioskop, televisi, Netflix ataupun media besar yang lain. Tetapi distribusi film profesional tidak mudah untuk bisa menayangkan film ditempat media yang besar. Semua memiliki kriteria yang harus sesuai, misalnya kualitas gambar yang bagus,

Distribusi film amatir yaitu distribusi film yang masih bisa dilakukan oleh komunita-komunitas film (Riyadi, 2019). Biasanya distribusi film amatir tidak susah kriteria yang ditentukan oleh distribusi film profesional. Distribusi ini banyak tersebar di website yang mudah kita temukan. Misalnya sebuah komunitas sudah memproduksi film, kemudian mereka masih dengan kriteria film yang masih standar, mereka bingung mendistribusikan kepada penonton

seperti apa. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara mendistribusikan melalui festival-festival yang gratis maupun berbayar. Banyak media atau website yang legal dapat digunakan untuk mendistribusikan Film Anda. Selain itu distribusi film amatir juga bisa dilakukan pemutaran film secara kecil kecilan. Baik itu di lingkungan kampus atau desa yang terpencil. Hal ini dilakukan agar pesan dari film ini bisa tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

4. Konsep dalam Siaran

Siaran adalah mengirimkan informasi ke lokasi yang berbeda melalui proses transmisi elektromagnetik sehingga publik dapat menyiarkan secara bersamaan dengan menggunakan perangkat penerima siaran seperti komunikasi data diswot televisi, radio, jaringan, dan media lainnya (Rud, 2021). Dalam bahasa Inggris dikenal sebagai Broadcast. Seluruh proses penyiaran mulai dari persiapan materi, produksi, persiapan untuk panggilan siaran, dan bahkan penyiaran untuk penerimaan oleh pendengar/pemirsa di satu tempat. Dalam memperluas sebuah informasi terdapat sinkronus dan asinkronus.

A. Sinkronus

Sinkronus adalah sebuah aktivitas yang dilakukan secara bersamaan, menggunakan dengan media *conference* atau *chattingan* (Mina, 2020). Dalam penyiaran sinkronus dikenal dengan sebutan *live streaming* atau secara langsung misalnya seperti *live streaming* di YouTube, Instagram, ataupun media lainnya. Sinkronus dilakukan

sesuai dengan waktu saat itu juga atau *real time*. Kelebihan dari sinkronus yaitu sebagai berikut:

- Lebih mendekatkan interaksi antara peserta dan pembicara, sehingga menghindari perasaan terisolasi dan tidak canggung.
- Komunikasi secara langsung juga dapat mengurangi terjadinya perbedaan pemahaman.

B. Ansinkronus

Ansinkronus adalah kegiatan yang tidak serempak dilakukan Bersama-sama. Misalnya persiapan materi berupa file video, PPT, atau PDF kemudian di upload di sebuah forum (Sevima, 2021). Peserta bisa mengakses file tersebut kemudian dipelajari atau ditonton sendiri. Waktunya juga lebih *flexible* dan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Kelebihan dari ansinkronus yaitu sebagai berikut:

- Waktunya lebih fleksibel untuk peserta dan pembicara, sehingga kegiatan bisa disesuaikan dengan kondisinya masing-masing.
- Dapat berpikir lebih mendalam dan mengutarakan pendapat karena waktu yang lebih fleksibel dan lebih panjang.
- Bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

5. Promosi dalam Mendistribusikan Film

Untuk mendukung film ini kita harus melakukan promosi. Promosi dilakukan dengan tujuan menarik perhatian pada masyarakat untuk tertarik menonton film. Media untuk mempromosikan film ini termasuk dalam media lini yaitu sebagai berikut:

a. Media Sosial

Kamu bisa memakai media sosial untuk promosi secara gratis dengan memproduksi konten secara rutin atau menggunakan layanan iklan berbayar, seperti Facebook, Instagram, dan Tik Tok untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan lebih tertarget. Dengan cara ini kamu akan mendapatkan eksposur yang besar, mengingat pengguna media sosial hampir seluruh dunia saat ini. Jadi, bisa dibayangkan berapa banyak calon pembeli potensial yang dapat dijangkau dengan memanfaatkan promosi melalui media sosial.

b. Forum Online

Forum online juga dikenal sebagai salah satu media yang banyak digunakan. Di sini, kamu bisa membuat konten yang dapat menarik traffic ke halaman website atau produk kamu. Selain itu, ada juga layanan iklan berbayar yang dapat dipilih untuk menjangkau lebih banyak pengguna.

c. Poster

Poster banyak digunakan oleh industri film, poster sering dijumpai pada tempat-tempat umum sehingga banyak yang melihatnya (Pratama, 2010). Poster film berisi judul film disertai gambar yang mencirikan film itudan kebanyakan adalah tokoh utama. Poster ini akan diletakan di tempat dimana film ini akan diputar.

d. Brosur

Selain media promosi online, kamu juga bisa melakukan promosi secara offline. Salah satu caranya dengan menggunakan brosur. Kamu bisa membuat brosur dengan desain yang menarik dan dibagikan kepada target pasar yang tepat. Media promosi yang satu ini bisa cukup efektif menjangkau dan memikat calon pembeli potensial. Selain sebagai media promosi, brosur juga bisa digunakan untuk menyebarkan informasi.

F. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiono (2010) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan peneliti sebagai alat sentral, dikombinasikan dengan teknik pengumpulan data, untuk merangkum dan menganalisis data. Penelitian kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa bahasa tulisan atau lisan orang dan perilaku yang diamati. Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data deskriptif sebanyak mungkin dan menyajikannya dalam bentuk laporan dan deskripsi (Nasution, 1996).

Penelitian deskriptif biasanya bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, objektif, dan akurat tentang karakteristik-karakteristik, atau faktor tertentu dari suatu populasi atau wilayah tertentu. Penelitian ini bersifat deskriptif, karena untuk menggambarkan persepsi komunitas film cinema

komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap strategi distribusi yang dilakukan selama pandemi pada tahun 2020.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah salah satu hal yang paling penting dari penelitian. Objek penelitian merupakan sesuatu yang akan dicapai agar mendapatkan sebuah solusi dari sebuah permasalahan. Menurut Sugiyono (2010:41) objek penelitian adalah sebuah sasaran untuk mendapatkan data dengan kegunaan dan tujuan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan reliabel. Pada penelitian ini objek penelitian yang menjadi sasaran yaitu Komunitas Cinema Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berlokasi di gedung fakultas ilmu sosial dan politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, jalan Brawijaya, Geblagan, Tamantirto, Kec. Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183.

3. Sumber data

Di dalam sebuah penelitian sumber data sangat diperlukan untuk memecahkan sebuah permasalahan. Menurut Suharsimi (2010:27) sumber data adalah sebuah subjek yang mana data yang dikumpulkan agar mudah didapat. Selain itu menurut Indriantoro dan Supomo (2013:13) sumber data merupakan salah satu faktor penting yang akan menjadi sebuah pertimbangan untuk menentukan metode pengumpulan data. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa sumber data adalah faktor utama dari pembuatan metode pengumpulan data agar dapat mengetahui dari mana subjek sebuah data yang

didapatkan. Data yang akan didapatkan dari penelitian ini dibagi menjadi 2 jenis, yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Menurut Hasan (2002: 82) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer didapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data primer ini antara lain catatan hasil wawancara, hasil observasi lapangan, dan data-data mengenai informan. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan yaitu menggunakan metode wawancara secara mendalam yang relevan dengan komunitas cinema komunikasi UMY.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002). Data sekunder digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu bisa dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari komunitas cinema komunikasi UMY berupa data penonton, dan data dari internet meliputi instagram.

4. Informasi Penelitian

Dalam wawancara secara mendalam nantinya peneliti akan melakukan wawancara kepada informan untuk mendapatkan sebuah informasi. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2019. Peneliti akan memilih 3 mahasiswa dari angkatan 2019 sebagai informan dalam penelitian ini. Peneliti akan melibatkan mahasiswa angkatan 2019 sebagai anggota yang terlibat dalam komunitas film cinema komunikasi (Ciko) karena di antara informan yang akan diteliti bertanggung jawab atas jalannya distribusi film yang telah dilakukan pada tahun 2020. Informan tersebut yaitu sebagai berikut:

- Wandy Musyafa R. Ketua cinema komunikasi (ciko) periode 2020-2021, yang paham tentang bagaimana komunitas tersebut berjalan dan berproses di era pandemi.
- Ana Balqis Alifah. Koor divisi distribusi periode 2020-2021. Yang mengetahui program kerja terkait distribusi apa saja yang telah dilakukan selama pandemi.
- Nisa Amaliza. Penanggung jawab distribusi Sinema Rakyat#2 periode 2020-2021. Yang bertanggung jawab atas kelangsungan program kerja Sinema Rakyat#2 yang dilakukan di era pandemi secara online.

5. Teknik Pengambilan Informan

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan informan menggunakan teknik sampling purposive dengan sebuah teknik sampling non

random sampling. Penelitian ini akan menentukan sampel dengan menggunakan beberapa kriteria khusus. Sehingga sampel yang diambil tidak boleh secara acak dan diharapkan sampel yang didapatkan bisa menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2010) *purposive sampling* adalah sebuah teknik untuk mengambil sampel dengan sumber data dan dengan pertimbangan tertentu. Menggunakan teknik ini akan membuat pengambilan data tidak sembarangan karena memiliki pertimbangan yang matang.

Dalam penelitian ini, informan yang memenuhi kriteria yaitu Wandy Musyafa R sebagai ketua cinema komunikasi (Ciko), Ana Balqis Alifah sebagai koor divisi distribusi, dan Nisa Amaliza sebagai penanggung jawab distribusi Sinema Rakyat#2. Informan yang digunakan yaitu menjabat dalam satu periode di tahun 2020/2021 di masa pandemi. Oleh sebab itu informan tersebut memenuhi kriteria penelitian untuk mengolah semua informasi dalam penelitian ini.

6. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi untuk memperoleh sumber data. Penjelasan wawancara dan observasi sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara mendalam biasanya digunakan untuk mengungkap pengalaman hidup objek penelitian, yang menekankan pada struktur simbol dan identitas kontekstual objek penelitian (Deddy, 2004). Teknik ini dilakukan untuk memberikan informasi secara detail sehingga banyak informasi yang didapatkan. Selain itu untuk memudahkan peneliti dalam memberikan pertanyaan maka digunakan purposive sampling yang sudah dijelaskan sebelumnya.

b. Dokumentasi

Di Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi. Dokumentasi adalah cara untuk mendapatkan informasi dan dijadikan sebuah arsip dalam bentuk buku, foto, sketsa, dokumen, angka yang akan menunjang penelitian (Basrowi & Suwandi, 2008). Dokumentasi juga bisa berupa sebuah laporan yang berisi sebuah keterangan yang dapat mendukung penelitian ini. Menurut Sugiyono (2015) teknik dokumentasi yaitu sebagai pelengkap dari pengumpulan sebelumnya yaitu wawancara. Dengan menggunakan teknik ini maka akan membuat penelitian bisa dijadikan sebuah bukti.

7. Uji Validasi Data

Validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2015). Sebuah alat ukur dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tinggi rendahnya validitas alat ukur

menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, agar mendapatkan sebuah informasi dan pemahaman yang lebih luas maka teknik pengumpulan data yang digunakan bersifat triangulasi. Menurut Moleong (2012) triangulasi adalah mengumpulkan sebuah informasi dan wawancara yang sudah dilakukan. Menggunakan triangulasi karena data yang didapatkan dari banyak sumber dan dapat dilakukan secara terus menerus. Selain itu Sutopo (2006) berpendapat bahwa triangulasi yaitu metode yang dapat digunakan dengan cara mengupas sebuah data yang sama dengan jenis data yang diteliti tetapi dengan metode berbeda. Pengumpulan data dengan wawancara dengan beberapa informan maka dapat mendeskripsikan dan mengidentifikasi sebuah masalah didalam penelitian ini.

8. Teknik Penulisan

I. BAB I PENDAHULUAN

- a) Latar belakang
- b) Rumusan masalah
- c) Tujuan penelitian
- d) Manfaat penelitian
- e) Kajian teori
- f) Metode penelitian

II. BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

- a) Sejarah ciko
- b) Lokasi
- c) Visi misi
- d) Logo ciko
- e) Struktur organisasi
- f) Tugas dan wewenang pengurus ciko
- g) Karya ciko tahun 2020

h) Prestasi Ciko Tahun 2020

III. BAB III SAJIAN DAN PEMBAHASAN

a) Sajian data

b) Pembahasan

IV. BAB IV PENUTUP

a) Kesimpulan