

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Film merupakan sebuah media hiburan berbentuk *audio visual* yang bisa dinikmati penonton. Adanya istilah film pendek di Indonesia mulai populer digunakan para sineas film pada dekade tahun 1980-an. Sebelum istilah film pendek banyak digunakan, para sineas film lebih sering menggunakan istilah film mini, tepatnya pada dekade tahun 1970-1980-an. Adanya perubahan istilah dari film mini ke film pendek ini dikarenakan banyak sineas Indonesia yang mengikutsertakan karya film mininya ke ajang festival internasional, sehingga istilah film pendek lebih mudah diterima karena lebih terdengar meng-*global* (Prakosa, 2006). Selain itu, istilah film pendek bisa dirujuk sebagai “*short films*” yang merupakan terjemahan dari Bahasa Inggris (Hutomo, Setio Budi H.; Lukmantoro, Triyono; Junaedi, Fajar; Arifianto, Budi Dwi; Setiawan, Lukas Deni; Sokowati, Muria Endah; Nuswantoro, Ranggabumi; Sanjaya, 2016).

Untuk dapat dipertontonkan, film pendek haruslah didistribusikan terlebih dahulu. Film pendek memiliki jalur distribusinya sendiri. Jalur distribusi film pendek berdasarkan perbedaan zaman, dibagi menjadi dua, yakni jalur distribusi sebelum era *digital* dan setelah adanya era *digital*.

Pada sebelum era *digital*, terlebih pada dekade 1990-an, bioskop yang berada di kota-kota kecil, lebih memilih untuk menutup tempat tersebut

karena tidak bisa mengimbangi pasokan film-film impor yang menambah masa tayangnya di bioskop yang berada di kota-kota besar, sehingga sulit untuk mendapatkan masa tayang film, terlebih lagi popularitas VCD bajakan yang marak dan mulai dikenal oleh masyarakat di kota-kota kecil. Kehancuran bioskop di kota-kota kecil semakin memperluas dominasi jaringan Bioskop 21 dengan membuka bioskop multiplex atau banyak layar yang memungkinkan untuk memutar film di waktu dan yang sama pada beberapa layar bioskop.

Para sineas film yang menolak kehadiran jaringan Bioskop 21, pada akhirnya memilih untuk mendistribusikan film ke sinema alternatif, di antaranya dengan mengadakan *roadshow* mengunjungi kampus-kampus, mengunjungi satu per satu komunitas film yang terdapat pada kampus maupun komunitas film di luar kampus. (Arifianto, Budi Dwi; Junaedi, 2017).

Sedangkan pada era digital ini, teknologi sudah banyak berkembang, hal ini mengakibatkan munculnya kemudahan dalam distribusi film dan keberagaman jalur distribusi film. Berbeda dengan jalur konvensional seperti festival dan *roadshow*, pada era *digital* banyak bermunculan *platform* pemutaran film berbasis *digital*, baik yang berbayar maupun tidak, di antaranya Iflix, Netflix, Vidio, GoPlay, Genflix, Catchplay, VIU, dan Disney+ Hotstar. (Suryanto, 2020). Untuk *platform digital* video yang tidak berbayar salah satunya adalah Youtube. Youtube banyak digunakan para sineas film independen untuk mendistribusikan film. Salah satu sineas yang menggunakan Youtube sebagai jalur distribusi adalah rumah produksi Ravacana Films. Hampir setiap film yang diproduksi oleh Ravacana Films yang telah berumur

lebih dari dua tahun, diunggah ke *channel* Youtube Ravacana Films. Salah satu film mereka yang diunggah ke Youtube adalah Film Anak Lanang.

Film Anak Lanang merupakan film yang telah mendapatkan penghargaan di berbagai festival film, di antaranya *Panasonic Young Filmmaker 2017 (Honorable Mention)*, *Indonesian Film Festival Australia ke-14 tahun 2019 dalam Short Film Competition (Outstanding Achievement)*, *Indonesian Short Film Festival SCTV 2019 (Best Film)*. (Darmawan, 2020). Hingga Juli 2021, Film Anak Lanang sudah ditonton sebanyak 3,3 juta kali di *channel* Youtube Ravacana Films. (Films, 2019).

Film Anak Lanang merupakan film garapan Sutradara Wahyu Agung Prasetyo yang dirilis pada tahun 2017. Film yang diproduksi oleh Ravacana Films dan dan Humoria Films ini bercerita tentang empat orang anak sekolah dasar (SD) yang membahas kehidupan sehari-hari mereka di atas becak langganannya saat perjalanan pulang sekolah. Anak-anak tersebut bernama Sul, Sigit, Yudho, dan satu anak lagi yang tidak diketahui namanya karena tidak disebutkan. (Darmawan, 2020). Dalam *Indonesian Film Festival Australia ke-14*, Film Anak Lanang menjadi satu-satunya film Indonesia yang berhasil menjadi pemenang dalam *Short Movie Competition* dengan Tema “*The Unknown*”, kategori film pendek ini merupakan yang pertama kalinya diselenggarakan oleh pihak *IFF* Australia pada tahun tersebut. (Ari, 2019).

Selain itu, jika dilihat dari jalur distribusi film, antara film industri atau komersial dan film indie memiliki perbedaan. Ada dua jalur distribusi film

yang digunakan di Indonesia, yakni jalur *mainstream* atau arus utama untuk film industri atau komersial dan jalur *sidestream* atau jalur alternatif untuk film independen.

Pertumbuhan film independen di Indonesia, khususnya di Yogyakarta berkembang dengan sangat pesat. Yogyakarta memiliki potensi yang sudah diakui oleh para sineas di tanah air, dengan kehadiran sekelompok anak muda Yogyakarta yang mengaktualisasikan kreativitas yang mereka miliki sebagai pembuat film independen. Ada 20 *filmmaker* yang tersebar di Yogyakarta yang berasal dari berbagai kalangan, yakni mulai dari pelajar sampai dosen. Rumah produksi film yang ada di Yogyakarta antara lain: Four Colours Films, Kasatmata, Langit Cerah, Comer, Inside, KawanKu, dan lain sebagainya. Keberadaan institusi-institusi pendidikan juga mendukung perkembangan film di Yogyakarta, antara lain Institut Seni Indonesia (ISI), Akademi Seni Drama dan Film (ASDRAFI), D-3 Komunikasi UGM, Studio *Audio Visual* PUSKAT, dan berbagai komunitas kine klub lainnya.

Selain itu, ada beberapa festival film yang juga pernah diselenggarakan di Yogyakarta dan ada yang masih diselenggarakan hingga sekarang, di antaranya adalah Nasional Indie Film Video Festival (NIFVF) pada tahun 2001 yang diselenggarakan oleh MM Kine Klub Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) dan Festival Film Pendek Pelajar Mahasiswa Indonesia (FFPPMI) oleh Komunitas Nawa. (Riza, 2004). Selanjutnya ada Festival Film Pelajar Jogja (FFPJ) adalah festival film pendek yang khusus mengapresiasi karya dari para pelajar Indonesia. Festival film yang diselenggarakan oleh

Yayasan FFPJ ini sudah ada sejak tahun 2010 dan masih aktif hingga sekarang. Selain itu juga ada Jogja-NETPAC Asian Film Festival (JAFF), festival film internasional berasal dari Yogyakarta yang berfokus pada Film-film Asia kontemporer yang diselenggarakan tiap tahun oleh Yayasan Sinema Yogyakarta mulai dari 2006 hingga sekarang. Di ranah film dokumenter, Yogyakarta memiliki Festival Film Dokumenter (FFD). Festival ini merupakan yang tertua di Asia Tenggara. Festival ini sering digunakan sebagai acuan untuk melihat perkembangan film dokumenter di Indonesia. Festival ini berlangsung dari tahun 2002 dan diselenggarakan oleh Forum Film Dokumenter. FFD masih aktif hingga sekarang. (Yazid, 2019)

Yogyakarta sebagai kota seni dan budaya tidak hanya menjadi pusat perkumpulan komunitas film independen, namun juga memiliki berbagai macam festival film independen yang sudah banyak dikenal di masyarakat dan juga menghasilkan banyak film pendek independen berbagai *genre* dan cerita dengan banyak prestasi yang telah diraih di berbagai macam festival film baik dalam maupun luar negeri.

**Tabel 1.1 Data Film Anak Lanang**

<b>Tahun Rilis</b>	2017
<b>Jumlah Penonton</b>	376.854 x (16 Juli 2021)
<b>Prestasi</b>	- <i>Panasonic Young Filmmaker 2017 (Honorable</i>

	<p><i>Mention).</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Indonesian Film Festival Australia ke-14 (2019) dalam Short Film Competition (Outstanding Achievement).</i></li> <li>- <i>Indonesian Short Film Festival SCTV 2019 (Best Film).</i></li> </ul>
--	--

**B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah penelitian ini adalah “bagaimana strategi distribusi pada Film Anak Lanang?”

**C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi distribusi Film Anak Lanang.

**D. MANFAAT PENELITIAN**

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberi banyak manfaat baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pembaca serta dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang akan datang dalam konteks distribusi film pendek.

### 2. Manfaat Praktis

Bagi Ravacana Films dan sebagai rumah produksi film, diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan terkait dengan distribusi film pendek.

## **E. KAJIAN PUSTAKA**

Penelitian ini menggunakan Buku dan *e-book* sebagai sumber pustaka.

Adapun beberapa buku yang dijadikan sebagai sumber pustaka adalah :

1. Cicilia Susanti, skripsi Program studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta, yang berjudul *Empat Jalur Distribusi Film Siti Tahun 2014-2016*. (Susanti, 2017). Objek dari penelitian skripsi ini adalah Film Siti. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teori penelitian yang digunakan adalah Distribusi film dan ekshibisi film. Skripsi ini dipakai, karena menjelaskan tentang empat jalur distribusi film yang digunakan untuk mendistribusikan Film Siti, yakni festival film, *platform online*, dan *roadshow* untuk jalur distribusi *sidestream* dan pemutaran melalui layar bioskop untuk jalur distribusi *mainstream*. Sedangkan pada skripsi ini, hanya akan membahas jalur distribusi *sidestream* sebagai jalur distribusi Film Anak Lanang.

2. Surya Adhy Wibowo, skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang berjudul *Distribusi Film Pendek Indonesia (Studi kasus film pendek berjudul SHELTER yang diproduksi oleh hide Project Indonesia dan BERMULA DARI A yang diproduksi oleh Lima Enam Films)*. (Wibowo, 2013). Objek dari penelitian skripsi adalah Film “Shelter” dari Hide Project Indonesia dan “Bermula Dari A” dari Lima Enam Films. Metode penelitian menggunakan metode penelitian studi kasus. Teori penelitian yang digunakan adalah Bauran pemasaran dan strategi distribusi film pendek. Skripsi ini dipakai, karena menjelaskan tentang jalur distribusi Film Shelter dan Film Bermula Dari A yang melalui festival film dalam dan luar negeri, jaringan pertemanan, *website* film pendek, dan forum diskusi dan pemutaran film. Antara Film Shelter dan Bermula Dari A terdapat perbedaan dalam hal distributor. Film Shelter menggunakan distributor luar negeri dan juga terdapat proses jual beli film, sedangkan Film Bermula Dari A juga menggunakan distributor film, namun tidak ada proses komersialisasi di dalamnya. Yang membedakan penelitian ini dengan milik Surya Adhy Wibowo adalah bahwa dalam distribusi Film Anak Lanang, tidak terdapat proses komersialisasi.
3. Sartika Devi Putri Endra Ayu Astuti, tugas akhir skripsi Program studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta, yang berjudul *Strategi Distribusi Film Naura & Genk Juara*. (Astuti, 2018). Skripsi ini menggunakan

metode penelitian deskriptif kualitatif. Teori penelitian yang digunakan adalah strategi, distribusi film, promosi, dan ekshibisi. Skripsi ini digunakan sebagai penelitian terdahulu, karena menjelaskan tentang jalur distribusi film yang didistribusikan melalui *roadshow*, bioskop, *platform online (over the top)*. Yang membedakan penelitian ini dengan milik Sartika Devi Putri yakni, dalam distribusi Film Anak Lanang, tidak menggunakan jalur *mainstream* atau arus utama (bioskop) untuk memutar film.

4. Ahmad Azhari, skripsi Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanuddin, yang berjudul *Strategi Komunikasi Pemasaran Film Uang Panai*. (Azhari, 2018). Skripsi ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teori penelitian yang digunakan adalah komunikasi pemasaran, strategi, film, dan promosi. Skripsi ini dipakai, karena menjelaskan tentang strategi komunikasi pemasaran Film Uang Panai, dan jalur distribusi Film Uang Panai. Yang membedakan antara penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Azhari dengan penelitian ini adalah dalam penelitian ini, hanya fokus membahas mengenai jalur distribusi Film Anak Lanang, tidak membahas komunikasi pemasaran secara keseluruhan.

Pada beberapa penelitian terdahulu yang telah dicantumkan di atas, belum ada yang pernah meneliti tentang jalur distribusi Film Anak Lanang. Oleh karena itu, penelitian yang akan dilakukan terhadap jalur distribusi Film Anak Lanang bersifat *original*.

## **F. KERANGKA TEORI**

### **1. Strategi**

Strategi merupakan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. (Tjiptono, 2008). Selain itu, strategi merupakan cara dan alat yang digunakan untuk mencapai tujuan akhir (sasaran atau objek). (Rivai & Prawironegoro, 2015). Dari dua pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa, strategi merupakan cara dan alat yang digunakan untuk menyusun kekuatan untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam film, terdapat sebuah strategi, terutama dalam melakukan proses produksi, distribusi, hingga ekshibisi. Strategi tersebut diperlukan agar proses-proses tersebut dapat berjalan lancar dan dapat memenuhi target yang sudah direncanakan. Selain itu, strategi juga dapat digunakan sebagai bahan analisis, evaluasi, berupa kelemahan, kekuatan, serta peluang yang mungkin terjadi untuk kegiatan serupa pada masa yang akan datang.

### **2. Distribusi Film**

Dalam proses distribusi film, hal tersebut dikerjakan oleh seorang publisist. Publisist memiliki peran yang penting dalam menyalurkan film ke penonton ketika sebuah film telah selesai diproduksi. Tak hanya itu, seorang publisist juga memiliki tanggungjawab untuk membuat strategi pemasaran film dan mengkomunikasikan dengan baik kepada penonton agar sebuah film banyak menarik minat dari masyarakat penonton. (Puspitasari, Mahameruaji, & Indriani, 2017).

Publisis merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam proses pendistribusian film. Seorang publisis berperan mulai dari awal sebelum film dibuat, hingga film tersebut siap didistribusikan dan dikonsumsi oleh penonton.

Pada tahap awal atau pra-produksi, publisis bertugas untuk membantu menentukan bagaimana sebuah film dikemas, menentukan target pasar film, mencari dan menentukan media *relation* yang sesuai agar pemberitaan mengenai sebuah film dapat tersampaikan ke target pasar yang telah dituju, dan menganalisa kekuatan film untuk dimasukkan ke dalam materi promosi film, serta membuat materi promosi, publikasi, serta iklan. Selain itu juga, dalam mempersiapkan promosi, seorang publisis harus menyusun *media planning*, yakni menyusun perencanaan media yang akan digunakan untuk kerjasama dalam pemberitaan film, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dan dijangkau oleh target penonton (Astuti, 2018). Selain itu, publisis juga ikut dalam pembuatan materi promosi, mengurus perizinan, dan persiapan untuk melakukan promosi ke beberapa pihak yang bersangkutan.

Pada tahap produksi film, publisis melakukan media *monitoring*. Media *monitoring* merupakan serangkaian upaya yang dilakukan untuk mengumpulkan berita dari berbagai media, baik yang termasuk ke dalam media *partner* ataupun tidak. Media *monitoring* digunakan untuk memantau dan memberikan informasi siaran berita (Fill & Fill, 2018), yakni mengenai film yang sedang diproduksi, seberapa besar dan seberapa luas popularitas film tersebut di masyarakat. Selain itu, publisis juga melakukan media

*coverage*, yaitu mengecek hasil dari media *monitoring* yang sudah dilakukan sebelumnya untuk mengetahui perkembangan film dari pemberitaan di berbagai media (Astuti, 2018).

Di tahap terakhir atau *pasca*-produksi, publisitas menjalin kerjasama antar individu atau dengan komunitas untuk mempromosikan film yang akan ditayangkan. Selain itu juga menjalin hubungan dengan media *partner* untuk menjangkau promosi yang lebih luas.

Dalam melakukan tugasnya, seorang publisitas haruslah berkoordinasi dengan berbagai pihak, baik pihak internal maupun eksternal. Publisitas bekerjasama dengan media pemberitaan, produser dan sutradara, komunitas-komunitas, pihak penyelenggara pemutaran film, hingga *influencer* dan media *partner* untuk mencapai target dari sebuah film yang sudah direncanakan sebelumnya.

Distribusi merupakan sebuah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen (Putri, 2017).

Sedangkan, menurut Eric Sasono dalam bukunya *Menjegal Film Indonesia*, distribusi merupakan satu dari tiga unsur yang tidak dapat dipisahkan dari perekonomian film, yakni produksi, distribusi, konsumsi. Distribusi film adalah sebuah “seni yang tak tampak”, karena sepenuhnya berjalan di belakang layar, jauh dari kegiatan produksi dan masyarakat. (Sasono, Imanjaya, Ismail, & Darmawan, 2011).

Film dalam UU No. 33 tahun 2009 merupakan karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.

Jika digabungkan dari tiga pengertian di atas, maka distribusi film merupakan pemasaran sebuah karya seni budaya yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi yang dipasarkan dan dipertontonkan oleh distributor film atau publisitas kepada penonton. Distribusi film merupakan salah satu dari tiga bagian ekonomi film yang tidak dapat dipisahkan, yakni produksi – distribusi – konsumsi. (Sasono, Imanjaya, Ismail, & Darmawan, 2011). Sebuah film tidak hanya berhenti di tahap produksi saja, namun juga harus diistribusikan atau disalurkan kepada konsumen, dalam ini penonton atau penikmat film, agar dapat dinikmati oleh target pasar film tersebut.

Film berdasarkan panjang durasinya, digolongkan menjadi beberapa macam, antara lain:

1. *Spot* film, yakni film yang memiliki durasi antara 10-50 detik;
2. *Pocket* film, yakni film yang memiliki durasi antara 50 detik – 2 menit;
3. Film pendek, yakni film yang memiliki durasi antara 2-29 menit;
4. Film *medium length*, yakni film yang memiliki durasi antara 30 – 60 menit;
5. Film *length*, yakni film yang memiliki durasi antara 60 menit – 2 jam, atau lebih dari 2 jam. (Hutomo, Setio Budi H.; Lukmantoro, Triyono; Junaedi,

Fajar; Arifianto, Budi Dwi; Setiawan, Lukas Deni; Sokowati, Muria Endah; Nuswantoro, Ranggabumi; Sanjaya, 2016).

Jika diklasifikasikan berdasarkan durasi, ada beberapa jenis film, di antaranya adalah film pendek yang merupakan film yang memiliki durasi di bawah 30 menit. Film pendek biasanya digunakan sebagai batu loncatan untuk selanjutnya dapat memproduksi film panjang berdurasi lebih dari 60 menit. Jenis film ini banyak dihasilkan oleh para mahasiswa jurusan film atau orang/kelompok yang menyukai dunia film dan ingin berlatih membuat film dengan baik. (Iroth et al., 2014).

Film pendek berdasarkan pembuatannya termasuk dalam kategori film independen atau film indie. Film indie merupakan film yang dibuat dengan tujuan untuk lebih dapat mengekspresikan karya atau seni dalam bentuk *visual* dengan banyak melakukan berbagai macam eksplorasi, baik dari sisi alur cerita, pengambilan gambar maupun suara, dan juga kreativitas dalam pembuatannya. (Putra, Juliarti, Wibowo, Ardham, & Julianti, 2019).

Ada dua jalur distribusi yang biasa digunakan dalam proses distribusi film, yakni jalur distribusi *mainstream* dan *sidestream*. Dalam jalur distribusi *mainstream*, terdapat biokop sebagai sarana pemutaran. Bioskop sudah lama menjadi jalur utama distribusi film di Indonesia. Banyak rumah produksi film yang memilih bioskop sebagai sarana pemutaran untuk menayangkan filmnya. Bioskop di Indonesia sudah ada sejak tahun 1900-an dan masih terus berkembang hingga sekarang. Bahkan pada zaman sebelum perang, di

Indonesia sudah terbentuk Organisasi Bioskop, namun pada masa perang, organisasi ini sempat terhenti, karena hanya pemerintah pendudukan Jepang yang boleh menyelenggarakan kegiatan pemutaran film. (Biran, 2009).

Bioskop merupakan sebuah ruang di dalam gedung yang dilengkapi dengan layar besar, proyektor, seperangkat alat *audio*, dan juga kursi penonton yang digunakan untuk kegiatan pemutaran film. Bioskop sudah banyak tersebar di Indonesia, berbagai perusahaan bioskop pun sudah muncul, di antaranya *Cineplex 21* yang meliputi *Cinema XXI*, *The Premiere*, dan *Cinema 21*, kemudian ada *Platinum*, *CGV*, *Cinemaxx*, dan beberapa jaringan bioskop lainnya yang juga tersebar di beberapa kota di Indonesia.

Pada jalur distribusi film *sidestream*, yang merupakan jalur pemutaran film alternatif, memiliki beberapa macam sarana dalam mendistribusikan film, di antaranya festival film, *roadshow*, dan *online* atau *over the top*.

a. Festival film

Festival film menjadi ajang para sineas untuk memutar film di kalangan komunitas-komunitas film yang bergabung di dalamnya. Tak jarang juga festival dijadikan sebagai acara perlombaan untuk mengapresiasi karya-karya dari para sineas film independen. Selain itu, festival film juga Beberapa festival film yang ada dan masih aktif hingga sekarang adalah Festival Film Dokumenter (FFD), Jogja-Netpac Asian Film Festival (JAFF), Jakarta International Film Festival (JIFF), Festival Film Pelajar Jogja, dan masih banyak lagi festival film yang lainnya. (Yazid, 2019).

b. *Roadshow*

*Roadshow* atau bioskop alternatif merupakan kegiatan pemutaran film yang dilakukan dengan berkeliling di berbagai tempat tertentu. Biasanya film-film yang diputarkan dengan melakukan *roadshow* ini menasar pada suatu kelompok masyarakat dengan ruang ekshibisi dan jumlah penonton yang terbatas, seperti di kampus ataupun di kelompok budaya tertentu. Tujuan dari *roadshow* sendiri biasanya untuk memberikan hiburan tontonan film pada kelompok masyarakat tertentu dan juga untuk mendapatkan atensi atau perhatian dan apresiasi dari kalangan masyarakat sebagai target sasaran film yang ditayangkan.

c. *Online (over the top)*

Pendistribusian film melalui *platform online* adalah *platform* yang berbasis internet. Sedangkan, berdasarkan Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia no 3 tahun 2016, *Over the Top (OTT)* adalah penyedia semua layanan yang memungkinkan terjadinya komunikasi dan penyedia semua bentuk informasi digital yang dapat berupa pesan singkat, panggilan suara dan video, *chatting*, pengambilan dan penyimpanan data, permainan, tulisan, suara, gambar, musik, film, dan kombinasi dari sebagian/semuanya.

Di era modern seperti sekarang ini, banyak film yang didistribusikan melalui jalur *online*. Jalur ini memungkinkan memberikan kemudahan akses bagi siapa saja yang ingin mengaksesnya, sehingga memberikan peluang untuk mendapatkan lebih banyak atensi dari penonton dalam

jangka waktu yang tidak terbatas selama film tersebut masih tersedia. Jalur ini juga digunakan Film Anak Lanang untuk mendapatkan atensi dari penonton.

## **G. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis penelitian**

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang menggambarkan proses dari waktu ke waktu dalam situasi alami atau konteks natural (*natural setting*) tanpa rekayasa peneliti, dan dapat mengungkap hubungan yang wajar antara peneliti dan *informan*. (Nugrahani, 2014).

### **2. Objek penelitian**

Objek penelitian adalah film Anak Lanang, fokus penelitian mengenai jalur distribusi yang telah ditempuh oleh film Anak Lanang.

### **3. Data penelitian**

#### **a. Primer**

Sumber data primer merupakan sumber data yang memuat data utama yakni data yang diperoleh secara langsung di lapangan, misalnya narasumber atau *informan*. (Nugrahani, 2014). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan beberapa narasumber terkait dan sejumlah data arsip yang dimiliki Ravacana Films terkait beberapa jalur distribusi Film Anak Lanang melalui festival dan Youtube.

b. Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data tambahan yang diambil tidak secara langsung di lapangan, melainkan dari sumber yang sudah dibuat orang lain. (Nugrahani, 2014). Data sekunder yang digunakan untuk mendukung data primer di antaranya adalah beberapa informasi dari *web* resmi Ravacana Films, buku-buku, dan berita yang berhubungan dengan film dan distribusi sebagai penunjang dalam penulisan, melalui pengumpulan data dari Ravacana Films.

4. Pengumpulan data

a. Observasi dan Wawancara

Observasi dapat dilakukan secara partisipatif ataupun nonpartisipatif. Dalam observasi partisipatif (*participatory observation*) pengamat ikut serta dalam kegiatan yang sedang berlangsung, pengamat ikut sebagai peserta rapat atau peserta pelatihan. Dalam observasi non-partisipatif (*non participatory observation*) pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, dia hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan. (Hardani, et al., 2020). Pengamatan non-partisipatif ini dilakukan dengan mengamati jalur distribusi Film Anak Lanang melalui arsip dan dokumen terkait Film Anak Lanang.

Wawancara, merupakan teknik penggalian data melalui percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, dari dua pihak atau lebih. Pewawancara (*interviewer*) adalah orang yang memberikan pertanyaan, sedangkan orang yang diwawancarai (*interviewee*) berperan sebagai

narasumber yang akan memberikan jawaban atas pertanyaan yang disampaikan. (Nugrahani, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan jenis wawancara semi-terstruktur, yakni dalam mewawancarai narasumber, peneliti berpedoman pada daftar pertanyaan, namun jika dibutuhkan, peneliti dapat mengajukan pertanyaan tambahan di luar daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. (Rachmawati, 2007). Dalam melakukan penelitian, peneliti harus menentukan sampel atau *informan* yang akan diwawancarai, tujuan dari penentuan sampel atau *informan* tersebut ialah untuk mendapatkan informasi yang kredibel dan berkualitas. Maka dari itu, untuk bisa dijadikan sebagai *informan*, haruslah memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:

- 1) Informan menguasai informasi mengenai distribusi Film Anak Lanang.
- 2) Informan terlibat langsung dalam pembuatan Film Anak Lanang, mulai dari proses *pra*-produksi, produksi, hingga *pasca*-produksi.
- 3) Informan memiliki cukup waktu untuk diwawancarai.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan salah satu teknik *sampling* yang *informan*-nya dipilih atau dicari berdasarkan kriteria pertanyaan penelitian yang telah disusun sebelumnya. (Kusumastuti & Khoiron, 2019).

Informan yang dipilih dalam penelitian ini merupakan pihak yang memiliki kompetensi dan informasi mengenai strategi dan jalur distribusi Film Anak Lanang di antaranya sebagai berikut:

1) Sutradara Film Anak Lanang, Wahyu Agung Prasetyo.

2) Produser Film Anak Lanang, Jeihan Angga.

b. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. (Hardani, et al., 2020). Dokumen-dokumen yang diperlukan untuk mendukung data penelitian ini, di antaranya arsip yang diperoleh dari Ravacana Films, artikel yang telah dimuat di berbagai berita di media yang berkaitan dengan Film Anak Lanang.

c. Validasi data

Validasi data dilakukan dengan menggunakan triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Dalam proses verifikasi data, penulis akan menggunakan triangulasi metode, yakni membandingkan hasil yang telah diperoleh dari beberapa metode yang telah dilakukan.

5. Analisis data

a. Reduksi data

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan terhadap data hasil observasi, *interview*, dan arsip dari Ravacana Films. Dari data primer dan sekunder yang telah diperoleh, maka dirampingkan, dipilih mana yang penting, disederhanakan, dan diabstraksikan. (Riyanto, 2003).

b. Penyajian data

Setelah melakukan reduksi data, lanjut pada tahap penyajian data, yakni menyajikan data-data yang berkaitan dengan penelitian, di antaranya tentang rumah produksi Ravacana Films, distribusi Film Anak Lanang, penghargaan yang pernah diraih oleh Film Anak Lanang.

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan puncak atau tahap akhir dalam proses analisis data. Kesimpulan dan verifikasi diambil dari latar belakang disusun berdasarkan jalur distribusi yang telah ditempuh oleh Ravacana Films dalam mempromosikan Film Anak Lanang melalui festival dan *platform* Youtube di *channel* Ravacana Films. Sedangkan verifikasi dilakukan melalui pencocokan ulang hasil penelitian dengan rumusan masalah, tujuan penelitian yang telah disusun, dan teori yang melandasinya. Setelah itu, dirumuskan saran yang diperlukan.

## H. SISTEMATIKA PENULISAN

1. **BAB I** Pendahuluan, berisi paparan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Landasan Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.
2. **BAB II** Film Anak Lanang, berisi tentang rumah produksi Ravacana Films; Film Anak Lanang, prestasi/penghargaan, dan format atau spesifikasi Film Anak Lanang, jalur pendistribusian.

3. **BAB III** Sajian Data dan Pembahasan, pada bab ini, penulis akan menjelaskan tentang proses dan pola distribusi yang dijalankan oleh Film Anak Lanang. Di dalam bab ini, juga akan dipaparkan bahasan dari hasil penelitian serta analisis berdasarkan teori-teori yang telah disampaikan di Bab I dan dipadukan dengan keseluruhan penelitian.
  
4. **BAB IV** Penutup, berisi tentang kesimpulan dan saran, serta di lembar berikutnya memuat daftar pustaka dan lampiran hasil penelitian.