

2. STUDI LITERATUR

2.1 PRODUSER

Produser merupakan orang yang bertanggung jawab pada suatu proyek film, mulai dari awal hingga akhir. Karena tujuan akhir sebuah film adalah distribusi, maka sejak tahap *development*, pra produksi, produksi, hingga pasca produksi, seorang produser harus memikirkan perencanaan distribusinya yang tentunya harus selaras dengan konsep kreatif film (Ryan, 2017, h. 28).

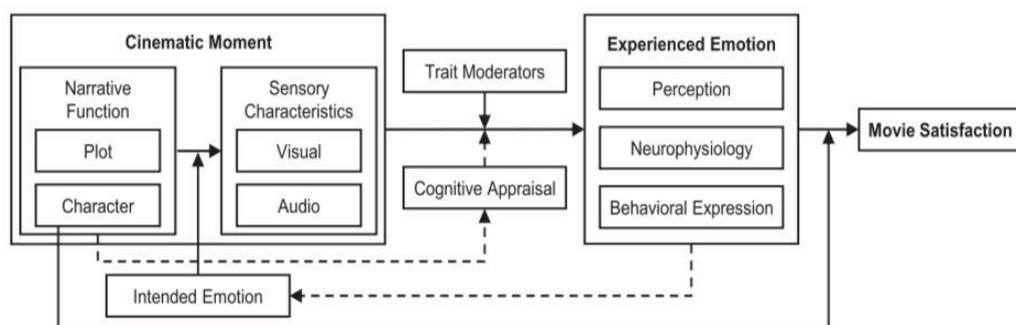
Masa *development* merupakan tahapan pertama dimana Produser, Sutradara, dan Penulis Naskah melakukan riset dan pengembangan cerita yang nantinya akan diproduksi menjadi sebuah film. Selain membantu Sutradara dan Penulis dari sisi kreatif, Produser bertanggung jawab untuk membuat *outline budget, timeline*, dan diikuti oleh proposal untuk keperluan *funding*. Maka dari itu *target* dan rencana distribusi harus sudah direncanakan sejak awal (Worthington, 2008, h. 19).

Layaknya sebuah produk, sebuah *film* akan dijual baik kepada investor maupun penonton untuk menghasilkan keuntungan, Produser juga harus memahami dengan baik SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats*) dari film yang diproduksi (Worthington, 2008, h. 63). *Strength* atau keunggulan dapat berupa Aktor terkenal, atau premis yang jarang diproduksi sehingga menjadi keunikan. *Weakness* atau kelemahan dapat berupa topik yang dibahas sudah lewat dari trend atau terlalu banyak diangkat sehingga menjadi basi. *Opportunity* dapat berupa momen - momen tertentu yang dapat dimanfaatkan untuk promosi *film* seperti hari raya keagamaan ataupun kejadian viral. *Threat* atau ancaman merupakan kebalikan dari *Opportunity* dapat berupa tanggal penayangan bersamaan dengan *film box office* sehingga *film* yang di distribusikan tertimbun, dan lain-lain.

2.2 MOVIE SCREENING TEST

Pengertian akan perilaku konsumen/penonton adalah modal awal untuk menghadapi tantangan distribusi pada hari yang akan datang (Eliashberg, 2006, h. 3). *Test Screening* dapat dilakukan dengan beberapa metode, dan tentunya menghasilkan output yang berbeda sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Survei ini dapat dilakukan dengan mempersilahkan responden untuk menonton hasil film, lalu memberikan pertanyaan mendasar yang akan dijadikan bahan diskusi. Hasil dari survei ini diperuntukan untuk melakukan eksplorasi kualitatif, dengan hasil yang bisa dimanfaatkan sebagai *campaigns marketing* ataupun sarana promosi lainnya, adapun hasil dari survei dapat menghasilkan saran dan pengertian tentang apa yang dirasakan oleh penonton terhadap sebuah film, dimana respon yang terkumpul dapat menjadi pertimbangan terhadap proses akhir dalam tahapan pasca produksi (Griff, 2012, h. 161).

Ketika menonton sebuah film, pembuat film juga berusaha untuk memetakan tindakan, respon, dan emosi calon penonton (Vidler, 2015, h. 167). Dalam pemahaman dari Vidler, terdapat suatu kesepakatan bahwa diperlukan pemahaman akan sisi naratif (plot & karakter) dan karakteristik sensorik penonton (penglihatan & pendengaran) untuk menghasilkan emosi yang diharapkan oleh *filmmaker*, yang dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar 2.1 Bagan Alur Vidler

Sumber : Vidler, 2015

Dengan kata lain *Movie Screening Test* dapat diartikan sama dengan riset pasar. Dengan menunjukkan film kepada *target audience* yang tepat, pembuat film dapat mengetahui perspektif baru dari audiens mereka. *Feedback* yang dikumpulkan dapat menjadi bahan pertimbangan terhadap proses pasca-produksi, serta materi distribusi.

2.3 AUDIENCE TESTING

Terlepas dari proses pra-produksi, produksi, pasca produksi yang sudah umum diketahui, sering kali para pembuat film hanya terfokus untuk mewujudkan film sesuai idealisme dari visi kreatif sutradara, tanpa memikirkan market. Distribusi diperlukan untuk memperluas pasar, dimana film yang telah diproduksi akan bertemu langsung dengan penontonya (Smits et al., 2018, p.1).

Audiens adalah salah satu faktor penting dalam sistem operasi media massa. Mereka adalah pihak yang membeli tiket, membayar biaya berlangganan, membeli rekaman dalam bentuk fisik (DVD), atau bahkan membeli *merchandise* yang dikeluarkan (Webster, 2006, h. 1). Sama dengan proses tahapan lainnya, tahap distribusi pun memerlukan riset. Riset yang dilakukan diperlukan untuk mengetahui target penonton dan mengidentifikasi media yang paling tepat untuk menayangkan sebuah film. Melalui riset ini, pada akhirnya akan diolah menjadi strategi promosi / pemasaran yang bertujuan untuk meraih keuntungan.

Persepsi audiens juga dapat diartikan sebagai apa yang audiens rasakan ketika menonton karya audio visuals (Wayne, 2016, h. 44). Namun tentu saja audiens yang akan menjadi responden dari sebuah *audience test* harus mempunyai minat ataupun penghargaan atas karya yang berkaitan dengan topik *survey*. Penting untuk responden dari *survey* memiliki kemampuan untuk mengkritik karya dokumenter berdasarkan perspektifnya (Godmilow, 2002, h. 99).

Penting bagi produser film serta peneliti untuk memiliki sistem dan tenaga ahli yang dapat memprediksi kesuksesan sebuah film, hal ini berkaitan dengan keputusan dalam memimpin sebuah produksi dengan akurasi yang sesuai (Sahu, 2022, h. 1). Target audiens pun dapat ditentukan dengan beberapa faktor seperti

genre film, aktor, sutradara, dan aspek kreatif lainnya yang berkorelasi (Sahu, 2022, h. 2). Dalam sebuah pemahaman marketing, proses yang tepat adalah menyampaikan pesan yang tepat kepada orang yang tepat, dengan menggunakan media yang tepat, efisien, dan menguntungkan (Kennedy, 2011, h. 20).

2.4 SURVEY KUALITATIF

Metode *survey* kualitatif berfungsi untuk mengembangkan ataupun membentuk sebuah teori atau pemahaman konseptual. Metode kualitatif dapat membantu untuk mengidentifikasi pola dan konfigurasi diantara variabel dan membuktikan sebuah hipotesis (Sofaer, 2005, h. 34). Proses survey kualitatif dapat dilakukan dengan penjelasan dari individu audiens akan sebuah pertanyaan, lalu data yang didapatkan disandingkan dengan teori terkait Keunggulan metode kualitatif adalah, penelitian yang dihasilkan tidak hanya membuktikan suatu hipotesis, namun dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam (Pawson, 2006, h. 38).

