

1. PENDAHULUAN

Media memiliki pengaruh di dalam masyarakat, salah satu contoh media audio visual yang digeluti oleh masyarakat adalah film. Peran dari film adalah sebagai alat penyampaian pesan kepada penonton melalui alur penceritaan yang kompleks, membuat penonton seolah hidup di ruang dan waktu yang tergambar di dalamnya (Asri, 2020). Dalam sebuah film, durasi tidak menjadi batas, namun dapat dibagi menjadi dua, yaitu film yang memiliki durasi di atas 60 menit disebut film panjang (Javandalasta, 2011), sedangkan menurut Apriliany & Hermiati (2021) film dengan durasi 1 sampai 30 menit masuk dalam kategori film pendek. Selain durasi, banyaknya genre dalam film dapat merepresentasikan keadaan penonton dan membuat film sebagai media yang menghibur (Guritno, 2018).

Agar dapat menghasilkan suatu karya yang dapat dinikmati penonton, dibutuhkan kerja sama antar kru film dan dana untuk menciptakan suatu film, namun tidak selamanya film yang baik membutuhkan dana yang besar, terutama pada film pendek. Kebanyakan film pendek merupakan film *indie*, yaitu film yang diproduksi bukan dengan tujuan komersil, namun berfokus pada materi yang terdapat dalam film, mayoritas dari film *indie* dibuat untuk kebutuhan festival film (Permana et al., 2019). Sehingga, pada produksi film *indie* dapat diperkirakan tidak membutuhkan dana yang besar, namun nilai pada film yang di produksi (Putri dalam Permana et al., 2019). Meskipun tidak membutuhkan pengeluaran yang besar di dalamnya, namun pendanaan untuk terciptanya sebuah film dibutuhkan.

Proses mencari dana berkaitan dengan tugas dari seorang produser, yang bertanggung jawab untuk mengumpulkan dana serta mengelolanya dengan baik. Terdapat banyak metode yang dapat digunakan dalam mencari pendanaan, secara internal maupun eksternal. Pengumpulan dana dari anggota internal tim merupakan salah satu bentuk pendanaan secara internal, dapat dilakukan secara perorangan atau tim. Sedangkan, dana eksternal bisa di dapatkan melalui beberapa cara, seperti *crowdfunding*, hibah pemerintah, pembiayaan dari lembaga non-komersial, misalnya lembaga *endowment* film, lembaga donor, perseorangan atau perusahaan pendanaan non-profit, atau perusahaan yang memiliki program CSR (Putri, 2017).

Salah satu bentuk hibah pemerintah Indonesia adalah Dana Indonesiana, yang merupakan suatu dana hibah dalam pengelolaan dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. Penyaluran Dana Indonesiana ini salah satunya melalui Layar Indonesiana, yang merupakan program dukungan pada sineas dan/atau komunitas untuk memproduksi film pendek dengan durasi 15-20 menit, yang diselenggarakan dalam bentuk kompetisi. Pada tahun 2024, terdapat sebanyak 10 (sepuluh) proposal yang terpilih sebagai penerima hibah pemerintah dari kegiatan Layar Indonesiana 2024, salah satunya adalah oleh Andrew Kose di bawah produksi dari Studio Antelope. Dalam penelitian ini penulis akan melakukan analisis terhadap strategi Studio Antelope dalam mengikuti proses *funding* dari Layar Indonesiana 2024.

1.1. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana strategi Studio Antelope untuk mengikuti proses *funding* Layar Indonesiana 2024 dapat dijabarkan melalui empat fase daur siklus proyek menurut Jason Westland?

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Untuk menganalisis strategi Studio Antelope dalam mengikuti proses *funding* Layar Indonesiana 2024 dari awal hingga akhir melalui empat fase daur siklus proyek menurut Jason Westland.

1.3. BATASAN MASALAH

Penulis berfokus untuk menganalisis strategi Studio Antelope dalam mengikuti proses *funding* Layar Indonesiana 2024. Fokus kepada proses mengikuti kegiatan Layar Indonesiana 2024 yang akan dibagi melalui tahapan inisiasi, perencanaan, eksekusi, dan penutupan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A