

1. LATAR BELAKANG

Menurut I.P. Putri (dalam Belasunda et al., 2021), film adalah sebuah bentuk karya yang berasal dari penggabungan banyak hal, yaitu mencakup berbagai macam teknologi dan banyak unsur seni di dalamnya (hlm.186). Film juga merupakan media komunikasi yang sangat populer saat ini. (Sethio & Hakim, 2021. hlm 1-2). Menurut Worthington (2008) distribusi adalah kesempatan penting bagi pembuat film untuk menyajikan film mereka dan akan sangat berdampak pada jalur karir film mereka. Hal itu menjadikan strategi distribusi yang baik itu sangat penting bagi produser secara individu (hlm. 33). Dalam industri film independen, hal distribusi juga berlaku sama, malah merupakan suatu tahapan yang sangat penting. Namun sebelum menjalankan proses distribusi, produser perlu menentukan target *market* dan apa objektif yang dituju.

Film pendek “*As the Wind Blows*” mengangkat emosi “*Pain*” yang kuat dalamnya. Tantangan bagi produser selaku penulis adalah merancang alur distribusi supaya film pendek ini dapat menjangkau audiens yang tepat, terutama lewat berbagai festival film. Penulis juga dapat menyalurkan film ini ke *niche* festival (festival bertema khusus), misal tentang *humanity*, perempuan, *violence*, dan banyak topik lainnya.

Penulis secara personal ingin mendistribusikan film ini karena film ini mencoba menggambarkan sudut pandang dari penyandang autisme yang ditinggal di asrama. Bagi penulis, tujuan dari distribusi ini adalah untuk berusaha menyorakan isu banyaknya penyandang autisme yang ditinggal oleh orang tuanya. Dengan harapan para audiens mendapatkan pandangan baru yang membuka wawasan baru.

1.1.RUMUSAN MASALAH

Bagaimana perancangan strategi distribusi untuk film pendek “*As the Wind Blows*”?

1.2. BATASAN MASALAH

Dalam skripsi ini penulis membatasi penelitian dalam penentuan target audiens, riset festival, dan pembuatan *timeline* distribusi festival film.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan untuk membantu produser film pendek dalam merancang alur distribusi ke festival film, termasuk *niche festival* yang relevan dengan tema film.

2. STUDI LITERATUR

2.1. DISTRIBUSI FILM PENDEK

Menurut Parks (2012), distribusi film adalah proses sebuah produk film disalurkan ke *market* atau pasar sesuai target audiens. Proses ini dapat disebut sebagai penjualan produk film berupa karya kepada distributor, OTT, dan jaringan siaran (hlm. 1). Menurut Putri et al. (2023), distribusi membuka jalur untuk apresiasi karya film dan juga mempertemukan antara film dan penikmat. Ada tiga unsur yang tidak kalah penting, yaitu produksi, distribusi, dan konsumsi. Produser independen atau mahasiswa film sering menasar festival film dan penayangan mandiri/independen karena tidak/belum memiliki publisitas (hlm. 257).

Menurut Bordwell et al. (2017), *filmmaker* independen dan *filmmaker* di luar amerika biasanya tidak memiliki akses untuk mendapatkan *funding* dari distributor besar, jadi mereka berusaha menjual hak distribusi untuk mendapatkan uang produksi. Di sisi lain, ada distributor yang mendapatkan hak film-film luar dan film *indie* untuk direntalkan ke *art cinema*, kampus, dan museum. Proses produksi film memang krusial untuk diperhatikan karena dari situlah tercipta suatu produk seni. Namun proses yang sering dilupakan adalah proses distribusi dan ekshibisi. Perancangan anggaran yang dibutuhkan untuk dua proses tersebut juga sering dilupakan oleh *filmmaker* amatir. Proses-proses ini yang akhirnya membuat suatu produk film bisa berdampak bagi audiens. (hlm. 34-38).