

5. KESIMPULAN

Strategi distribusi untuk film pendek *As the Wind Blows* dirancang melalui penerapan teori *STP* (*Segmentation, Targeting, Positioning*) untuk menentukan target audiens yang tepat. Setelah target audiens ditentukan, dilakukan riset terhadap festival-festival film yang relevan dengan tema dan gaya film. Festival yang dipilih adalah *International Special Film Festival*, *As Film Festival (AsFF)*, dan *Art Without Limit International Film Festival (Disability Film Festival)*. Langkah terakhir adalah menyusun *timeline* distribusi untuk mengatur proses pengiriman film ke festival secara terstruktur dan berkelanjutan. Perancangan ini bertujuan agar film *As the Wind Blows* dapat menjangkau audiens orang tua penyandang autisme, masyarakat atau komunitas yang peduli dengan isu autisme, penikmat film pendek dan komunitas film. Perancangan ini juga dilakukan agar film memperoleh eksposur maksimal melalui jalur festival.

Kedepannya penulis perlu melakukan pemetaan audiens yang lebih dalam berdasarkan wilayah atau komunitas lokal. Strategi distribusi juga sebaiknya mengeksplor di luar dari film festival, seperti komunitas, *OTT*, dan lainnya. Penulis menyadari bahwa metode *segmenting, targeting, dan positioning (STP)* perlu melihat daya tarik struktural segmen, serta sasaran dan sumber daya perusahaan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, B., & Junaedi, F. (2014). Distribusi dan Eksibisi Film Alternatif di Yogyakarta, Resistensi atas Praktek Dominasi Film di Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 2(2), 74-84.
- Belasunda, R., Tohir, M., & Hendiawan, T. (2021). Representasi hubungan keluarga dalam teks film indie *We Need to Talk about Mom*. *ProTVF*, 5(2), 183–202.
- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2017). *Film Art: An Introduction*. McGraw-Hill Education.

- Fair, M. (2024). *Film Festival Submitters Handbook 2024*. Amazon Digital Services LLC - Kdp.
- Gore, C. (2009). *Chris Gore's Ultimate Film Festival Survival Guide, 4th Edition: The Essential Companion for Filmmakers and Festival-Goers*. Clarkson Potter/Ten Speed.
- Grunwell, S., & Ha, I. S. (2008). Film festivals: An empirical study of factors for success. *Event Management*, 11(4), 201–210.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). Principles of marketing (19th ed., Global ed.). Pearson Education Limited.
- Parks, S. (2012). *The Insider's Guide to Independent Film Distribution*. Elsevier/Focal Press.
- Putri, C. N., Hardinata, A. P., & Rais, H. Z. (2023). Manajemen Produksi, Distribusi, dan Ekshibisi Film Pendek Yulia's First Love. *Jurnal Audiens*, 4(2), 254–263.
- Ryan, M. A. (2010). *Producer To Producer: A Step by Step Guide to Low Budgets Independent Film Producing*. Michael Wiese Productions.
- Sethio, G., & Hakim, S. (2022). Visual Metaphors in Set and Properties Design for 'Setengah Nada Bergeming' Film Trailer. *VCD*, 6(2), 61–71.
- Worthington, C. (2008). *Basics Film-Making 01: Producing*. A V A Publishing.

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