

1. LATAR BELAKANG

Film merupakan sebuah media komunikasi yang dapat dinikmati oleh masyarakat dari berbagai kalangan usia (anak-anak-dewasa). Film dapat menjangkau banyak segmen sosial, oleh karena itu para ahli beranggapan bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayak umum (Susanto, 2017). Film juga dapat disebut sebagai sinema ataupun gambar hidup yang dapat diartikan sebagai sebuah karya seni yang bertujuan sebagai hiburan. Film lahir dari proses kreatifitas yang membuat pembuat film/penontonnya memiliki kebebasan berkreativitas (Sudarto, Senduk & Rembang, 2015).

Film pendek muncul pada era awal sinema (1890-1920) dimana George Melies yang merupakan seorang pembuat film berkebangsaan Prancis mulai membuat sebuah gambar bergerak yang memiliki sebuah cerita. George Melies akhirnya menampilkan film dalam satu adegan yang disebut sebagai film pendek. Setelah itu ia mulai membuat konsep cerita lainnya berdasarkan gambar yang diambil secara berurutan di tempat-tempat yang berbeda. Oleh karena itu George Melies sering disebut sebagai artis pertama dalam dunia *cinema*. Hal tersebut karena kemampuan yang dimilikinya membawa cerita dalam bentuk yang kreatif seperti filmnya yaitu *A Trip to the Moon* (Prabowo, 2020).

Seiring berkembangnya zaman, industri film pendek telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, yang didorong oleh kemajuan teknologi dan meningkatnya akses distribusi secara digital. Pada awalnya film merupakan gambar dengan warna hitam putih dan sekarang dapat dilihat bahwa film sudah memiliki warna. Melalui perkembangan tersebut membuat film menjadi komoditas industri yang baik dalam komunitas Hollywood, Bollywood dan juga Hongkong (Prabowo, 2020). Proses pembuatan film tentunya tidak mudah dan memerlukan waktu yang panjang karena diperlukan proses pemikiran yaitu ide, gagasan dan cerita yang ingin dicapai. Proses ini harus dilalui untuk mencapai sebuah gagasan yang pada akhirnya akan menciptakan sebuah film yang dapat ditonton dan dipahami oleh masyarakat.

Saat pembuat film membahas perihal produksi, maka tidak jauh dari yang namanya distribusi, hal ini saling berhubungan karena dalam produksi film tentunya melewati tahap distribusi yang hasilnya akan dipertontonkan ke masyarakat luas. Distribusi akan menjadi tahap yang penting karena penonton akan terhubung dengan *filmmaker*. Pendistribusian film di Indonesia biasanya hanya melalui festival film maupun melalui bioskop komersial. Namun tidak semua film dapat ditayangkan di bioskop, oleh karena itu *filmmaker* lebih memilih jalur distribusi lainnya yaitu festival yang banyak diselenggarakan oleh komunitas atau *Over The Top* (OTT) (Munir & Fakhruddin, 2022).

Budaya menonton lewat *streaming* atau layanan *Over The Top* menjadi cara baru masyarakat digital dalam menikmati sebuah hiburan. Film pendek mahasiswa yang tidak dapat tayang di bioskop menjadi mendapatkan ruang distribusi dan publisitas dengan adanya OTT. Penulis memilih topik ini karena merasa OTT dapat membantu penulis untuk memperkenalkan film penulis ke penonton yang lebih luas. Dengan melakukan strategi perancangan sejak awal, penulis akan lebih mudah mengkategorikan OTT yang paling cocok untuk kategori film penulis. Hal ini memudahkan penulis untuk merancang strategi distribusi yang efektif dan terarah, sehingga film penulis memiliki peluang yang besar untuk diterima.

1.1. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana merancang strategi distribusi film pendek “Yang Dibuang Yang Akhirnya Bertumbuh” melalui OTT?

1.2. BATASAN MASALAH

Penelitian ini akan dibatasi pada:

Strategi distribusi meliputi:

1. Rencana distribusi ke OTT yaitu Genflix, karena Genflix merupakan salah satu OTT yang menayangkan *short film* mahasiswa.
2. SWOT Film “Yang Dibuang Yang Akhirnya Bertumbuh”.
3. Target audiens yaitu remaja yang berusia 13+.
4. Rencana rilis.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah merancang strategi distribusi film pendek “Yang Dibuang Yang Akhirnya Bertumbuh” melalui OTT.

2. STUDI LITERATUR

2.1. *Over The Top* (OTT)

Film *independent* atau yang biasanya disebut dengan film *indie* adalah film yang diproduksi di luar *major label* atau *production house* terkenal. Setelah era orde baru, film *indie* semakin berkembang di Indonesia. Diawali dengan rilisnya salah satu film Indonesia yaitu *indie Kuldesak* (1999). Kini, dengan kemajuan teknologi, terutama internet akan memudahkan produser dalam melakukan distribusi/memasarkan karya-karyanya kepada masyarakat (Permana, Puspitasari, & Indriani, 2018). Pengertian distribusi adalah sebuah proses di mana sebuah film dapat mencapai pasar dan tersedia bagi penonton sarasanya. Secara praktis, distribusi berarti menjual film kepada distributor teater, jaringan penyiaran, Perusahaan DVD dan platform *video on-demand* (VOD) (Parks, 2012).

Pada saat ini untuk mendapatkan pasar di dalam lingkungan distribusi menjadi lebih sulit dari sebelumnya, karena ada lebih banyak film yang di pasarkan (Parks, 2012). Seiring dengan kemajuan dunia hiburan, berbagai jenis acara dapat ditayangkan di media massa pun semakin mudah untuk disaksikan oleh penontonya. Belakangan ini teknologi yang canggih membuat kegiatan menonton jauh lebih nyaman karena adanya *streaming online* atau layanan *Video on Demand* (VoD). VoD mengacu pada *streaming* konten video melalui aplikasi yang disebut sebagai *Over The Top* (OTT). Penonton dapat mengakses konten video kapan saja, dan dimana saja melalui *smartphone* masing-masing (Sugiarto & Bakar, 2023). Pada awalnya film selalu didistribusikan di bioskop dengan film yang diputar dengan layar besar dan kualitas suara yang baik, namun sekarang berbeda karena penonton tidak harus selalu ke bioskop. Penonton dapat menonton dengan mudah melalui teknologi distribusi yang praktis disebut dengan OTT (Laily & Purbantina, 2021).