

bisnis yang bertujuan untuk jangka panjang, sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas (Rangkuti, 1998).

3. METODE PENCIPTAAN

Deskripsi Karya

Karya penciptaan penulis adalah strategi distribusi untuk film pendek yang berjudul “Yang Dibuang Yang Akhirnya Bertumbuh”. Film ini memiliki genre drama *medical*. Film ini mengisahkan hubungan emosional antara ibu dan anak laki-lakinya, di mana mereka harus belajar saling memahami dan menghargai ego serta perbedaan masing-masing untuk memperkuat ikatan keluarga mereka. Durasi dalam film ini adalah 15.00 menit. Film ini akan direkam dengan kualitas 4K dan memiliki rasio 16:9 yang akan didistribusikan ke OTT yaitu Genflix. Sasaran dan segmentasi dari film ini adalah 13 tahun ke atas.

Konsep Karya

Strategi distribusi yang dilakukan penulis pada penelitian ini adalah dengan merancang agar film “Yang Dibuang Yang Akhirnya Bertumbuh” dapat masuk ke dalam OTT. Penulis memilih melakukan distribusi melalui OTT karena platform ini mampu menjangkau audiens lebih luas. Selain itu, penonton memiliki fleksibilitas untuk menonton film yang penulis buat. Penulis memilih salah satu platform OTT yaitu Genflix, dimana Genflix merupakan salah satu OTT yang menayangkan film pendek mahasiswa.

Sebelum mendaftarkan film ke sebuah OTT, seorang produser harus merancang strategi distribusi antara lain adalah:

1. Membuat *timeline* produksi.
2. Membuat cerita yang memiliki genre yang relevan.
3. Mencari platform untuk melakukan distribusi
4. Membuat promosi (poster, instagram khusus, *trailer*, *teaser*).

Secara spesifik pada saat penulis membuat film ini, penulis kemudian memilih strategi distribusi untuk platform Genflix. Pada saat film penulis

ditayangkan di platform Genflix, pihak Genflix akan membantu untuk membagikan informasi terkait film penulis melalui *feeds* dan *story* instagram. Strategi yang penulis akan lakukan adalah dengan meminta para *crew* dan juga aktor untuk *reshare* postingan dari akun Genflix, hal tersebut dapat memperluas jangkauan promosi dan menarik lebih banyak penonton.

Sebelum penulis mendistribusikan film penulis ke Genflix, penulis harus menganalisa SWOT dari film yang ingin dibuat. Analisis ini berfungsi untuk membantu penulis memahami karya yang dibuat.



Gambar 3.1 SWOT

Tahapan Kerja

Penulis menggali lebih lanjut mengenai Genflix dengan cara melakukan *interview* via Google Meet terhadap ibu Soli selaku tim konten dari Genflix. Menurut Soli, Genflix selalu konsisten untuk menjalin kerja sama dengan *Production House* (PH) lokal menengah, serta perseorangan, dan komunitas (siswa/mahasiswa). Tujuan dari kolaborasi ini adalah untuk mendukung PH lokal

melalui penayangan film pendek maupun animasi. Genflix memiliki partner yaitu Telkom dan berbagai platform *e-commerce* lainnya yang membantu dalam mempromosikan konten-konten yang ditayangkan. Saat ini jumlah *subscribers* Genflix telah mencapai hampir 13.000.000, dengan tambahan penonton dari cabang lainnya yaitu Sushiroll (konten anime). Genflix memiliki sekitar 200.000 pengguna aktif bulanan. Saat ini, 61% pengguna Genflix adalah wanita, dan sisanya 39% adalah laki-laki. Salah satu alasan utama Genflix diminati oleh audiens wanita karena Genflix memiliki *original series* yang berformat *webseries*. Hal ini terbukti menarik perhatian audiens wanita secara signifikan (Wawancara pribadi, 09 September 2024).

Genflix memiliki beragam persyaratan untuk melakukan kerja sama. Persyaratan pertama adalah jika film yang ingin didistribusikan memiliki durasi di bawah 20 menit, maka pihak Genflix tidak dapat melakukan *monetize* (mengubah karya sehingga menghasilkan pendapatan). Namun jika film tersebut memiliki durasi lebih dari 20 menit, maka dapat di-*monetize*. Genflix terbuka terhadap semua *production house* yang ingin menjalin kerja sama, baik perorangan maupun perusahaan. Perihal distribusi film secara *independent*, pembuat film tidak perlu mengirimkan paket film secara banyak, namun pembuat film dapat mengirimkan hanya satu film saja melalui Google Drive. Salah satu syarat untuk memasukkan film secara perorangan adalah dengan melampirkan NPWP dan KTP. Kedua identitas ini dibutuhkan untuk mengisi legal dokumen, legal dokumen di sini berfungsi untuk menyatakan bahwa kedua belah pihak sedang melakukan kerjasama (Wawancara pribadi, 09 September 2024).

Salah satu *tips* agar film pendek dapat masuk ke dalam Genflix adalah dengan menentukan genre dan juga topik yang sedang viral. Genre yang diminati oleh penonton Genflix adalah drama remaja, drama keluarga, sehingga Genflix lebih tertarik kepada Production House yang menawarkan film dengan genre tersebut. Penonton Genflix berusia di range 15 tahun ke atas. Faktor lain yang diperhatikan oleh Genflix adalah *cast* (pemain). Pemain yang tidak memiliki banyak *followers* di sosial media, tetapi memiliki popularitas yang luas, akan

menambah peluang menarik untuk meramaikan penonton di OTT (Wawancara pribadi, 09 September 2024).

4. ANALISIS

4.1. HASIL KARYA

Karya penulis yang akan dibahas dalam skripsi ini berfokus pada rencana distribusi film “Yang Dibuang Yang Akhirnya Bertumbuh” (2024) yang akan didistribusikan secara mandiri melalui platform *Over the Top* (OTT). Sesuai dengan teori pada bab 2 menurut Permana, dkk (2018) bahwa produser di Indonesia akan mendistribusikan filmnya secara mandiri karena belum adanya perusahaan distribusi besar layaknya di Amerika. Penulis kemudian melakukan riset terhadap salah satu OTT yaitu Genflix dengan memperhatikan persyaratan, dan materi yang dibutuhkan untuk *submission*. Penulis kemudian membuat analisis SWOT dari film yang penulis buat agar penulis mengetahui kecocokan antara film yang penulis buat dengan OTT yang dipilih.

Salah satu alasan mengapa penulis memilih distribusi ke OTT karena menurut Parks (2012) pada bab 2, teknologi sudah berkembang pesat sehingga dengan adanya *streaming online* membuat penonton jauh lebih nyaman. Sugiarto dan Bakar (2023) juga menambahkan bahwa penonton dapat mengakses konten video kapan saja dan dimana saja. Hal tersebut yang membuat penonton memiliki fleksibilitas waktu sehingga zaman sekarang OTT sering digunakan oleh penonton. Penulis berencana untuk melakukan distribusi film ini secara mandiri melalui Genflix pada 24-28 Februari 2025, sebelum Hari Raya Idul Fitri 1446H. Pemilihan ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Parks (2012) dalam pendistribusian secara mandiri, pembuat film harus mengetahui apa menjadi kesukaan penontonnya, kapan mereka menonton film ataupun berkumpul. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Ibu Soli, yang merupakan tim konten Genflix, beliau menyebutkan bahwa sebelum Lebaran, penonton Genflix mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah penonton ini memberikan alasan tambahan bagi