

1. LATAR BELAKANG

Film adalah sebuah bentuk media visual berupa gambar bergerak yang dapat menyampaikan sebuah cerita. Film merupakan gambar bergerak yang mengandung cerita dan umumnya dinikmati oleh masyarakat sebagai media hiburan dan pembelajaran (Angela, 2023). Perfilman di Indonesia memiliki perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini dipengaruhi oleh pergerakan sosial, budaya, dan teknologi yang terus berubah. Menurut Thomas Barker (2019), sinema Indonesia memiliki perubahan sejak 1998, tepat saat pergeseran orde lama ke orde baru. Pada saat itu, sudut pandang orang terhadap sinema mulai berubah karena sinema dianggap sebagai bagian dari budaya populer global, yang dipengaruhi oleh pergerakan sosial, perubahan teknologi, serta ekonomi politik. Tidak hanya sebagai sarana hiburan, film juga dapat dianggap sebagai sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan sosial maupun budaya. Oleh karena itu, setiap pembuatan film memiliki tujuan yang berbeda, sehingga sebuah film perlu memiliki strategi distribusi yang efektif untuk mencapai tujuan dan audiens yang tepat.

Perancangan distribusi film sangat berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah film. Selain tahap produksi yang merupakan proses penting sebuah pembuatan film, hasil akhir sebuah film harus dapat menjangkau audiens dan menghasilkan keuntungan. Sistem distribusi film juga semakin bervariasi karena adanya perkembangan teknologi yang pesat. Sebagai produser film, hal ini menjadi tantangan dan juga peluang untuk memilih strategi distribusi yang paling efektif dan sesuai dengan target pasar yang dijangkau. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam sebuah strategi distribusi film adalah jenis film, target audiens, dan juga saluran distribusi yang digunakan (Kirkpatrick, 2023).

Salah satu saluran distribusi film yang dapat digunakan adalah melalui festival film. Festival film adalah tempat utama bagi pertemuan agen film internasional dan membangun koneksi global untuk memperluas sirkulasi film alternatif seperti dokumenter, etnografi, dan sinema *non-mainstream* (Vallejo, 2017). Festival film sering kali menjadi cara bagi film independen untuk mendapatkan perhatian audiens secara global. Oleh karena itu, memilih pendekatan

distribusi melalui festival film menjadi sangat penting terutama bagi film-film independen yang sedang berusaha untuk memasuki pasar internasional.

Sebagai produser untuk film pendek ini, penulis mengerti bahwa film yang telah diproduksi harus memiliki perancangan strategi distribusi yang baik agar dapat mencapai target audiens yang sesuai dengan pesan film. Pesan yang dibawakan oleh film pendek ini mengenai budaya keluarga Tionghoa dan nilai kekeluargaan. Dengan penelitian ini, penulis berharap dapat mendistribusikan film “Homebound” kepada penonton dan pasar yang tepat sehingga tujuan pembuatan film sebagai sarana hiburan sekaligus edukasi mengenai budaya Tionghoa dapat tercapai. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam kepada pembaca mengenai cara distribusi film agar dapat mencapai target audiens yang sesuai khususnya melalui festival film.

1.1. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi produser dalam merancang distribusi film pendek “Homebound” melalui festival film? Penelitian ini akan dibatasi pada analisa matriks SWOT film pendek “Homebound”, pemilihan festival, rencana timeline distribusi dan persiapan dokumen submisi ke Busan International Film Festival, Singapore International Film Festival. dan Shanghai International Film Festival,

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penciptaan karya tulis ini adalah untuk mengetahui peran produser dalam merancang strategi distribusi untuk film pendek berjudul “Homebound” melalui festival film.

2. STUDI LITERATUR

2.1. Strategi Distribusi Film

Strategi adalah rencana untuk mencapai tujuan dalam kondisi ketidakpastian (Barad, 2018), yang dalam konteks manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, penataan sumber daya manusia, pengarahan, dan pengawasan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Pratama, 2024). Dalam industri