

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

film, distribusi dapat dilakukan melalui berbagai platform seperti streaming digital, televisi, bioskop, dan festival film (Johnsen, 2023).

Distribusi film memiliki peran yang sangat penting, tidak hanya dalam hal promosi kepada penonton, tetapi juga dalam memahami target audiens. Strategi distribusi ini harus dapat menggambarkan *genre*, gaya, dan karakteristik khusus film tersebut untuk memenuhi harapan beragam penonton. Selain itu, pemahaman yang lebih mendalam mengenai nilai yang terkandung dalam pengalaman menonton film juga sangat krusial untuk mengembangkan strategi distribusi yang efektif (Ramallah, 2024).

Distribusi film seharusnya tidak seharusnya hanya mengandalkan bioskop, mengingat keterbatasan jumlah layar dan akses yang hanya tersedia di kota besar, serta kurangnya dukungan terhadap film lokal; karena itu, distribusi digital menjadi solusi penting (Iswahyuningtyas & Hidayat, 2021). Produser perlu mempertimbangkan strategi distribusi sejak awal produksi, termasuk mengenali target audiens dan memastikan bahwa film yang dibuat memiliki cerita yang menarik dan layar ditonton berulang kali, karena kekuatan cerita adalah kunci agar film layak untuk didistribusikan secara luas (Parks, 2012).

Menurut David (2019), perancangan strategi harus melewati tiga tahap formulasi strategi yang terdiri dari:

1. *The Input Stage*

Pada tahap ini, perumus strategi perlu mengidentifikasi dan mempertimbangkan hubungan antara faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi sebuah pembuatan strategi. Pemahaman terhadap dinamika kedua faktor ini menjadi dasar penting dalam merumuskan serta mengevaluasi alternatif strategi yang paling relevan.

2. *The Matching Stage*

Pada tahap pencocokan, perancang strategi melakukan pencocokan antara sumber daya dan kemampuan internal organisasi dengan peluang dan risiko dari faktor eksternal. Ada lima alat analisis utama yang dapat digunakan yaitu SWOT, SPACE, BCG, IE, dan *Grand Strategy Matrix*.

Alat-alat ini menggunakan informasi yang diperoleh dari tahap input untuk mencocokkan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal. Strategi bisa bersifat ofensif (memanfaatkan kekuatan dan peluang) atau defensif (mengatasi kelemahan dan menghindari ancaman). Matriks SWOT dapat digunakan untuk merumuskan berbagai alternatif strategi dalam tahap pencocokan. Strategi tersebut meliputi:

- a. Strategi SO (*Strength & Opportunity*) yang memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang secara optimal.
- b. Strategi ST (*Strength & Threats*) yang mengandalkan kekuatan guna mengurangi dampak ancaman.
- c. Strategi WO (*Weakness & Opportunity*) yang berupa memperkecil kelemahan agar peluang dapat dimaksimalkan.
- d. Strategi WT (*Weakness & Threats*) yang berfokus pada pengurangan kelemahan sekaligus mengatasi ancaman yang ada.

### 3. *The Decision Stage*

Pada tahap ini terjadi pemilihan strategi terbaik dari berbagai alternatif strategi yang telah dihasilkan pada tahap pencocokan. Keputusan diambil berdasarkan kombinasi analisis dan intuisi.

#### **2.1.2. Analisis SWOT**

Menurut Bolland (2017), analisis SWOT adalah alat yang sederhana namun efektif dalam mengatur sebuah strategi. Tidak hanya digunakan dalam bisnis, analisis SWOT tetap relevan untuk perancangan strategi bahkan untuk non-bisnis. Untuk mengaplikasikan hasil analisis SWOT, ada tiga area utama yang harus diperhatikan yaitu kondisi internal, eksternal, dan kombinasi dari keduanya. Dengan memahami ketiga aspek tersebut, strategi yang dihasilkan dapat membantu film agar efektif mencapai tujuan.

Untuk kondisi internal, organisasi harus mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, lalu menentukan kekuatan mana yang dapat digunakan untuk strategi yang efektif. Untuk kondisi eksternal, penting untuk mengenali peluang dan ancaman, serta mengambil tindakan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Terakhir, dalam menggabungkan kondisi internal dan eksternal, organisasi harus realistis. Jika lebih banyak ancaman daripada peluang, hal ini dapat membuat organisasi terhambat. Oleh karena itu, penilaian SWOT harus diperlakukan dengan matang (Bolland, 2017). Menurut Sarsby (2016), SWOT terdiri dari empat elemen yaitu sebagai berikut:

#### 1. *Strengths*

Kekuatan merupakan faktor internal organisasi yang memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan sebuah organisasi atau perusahaan. Secara umum, kekuatan dianggap sangat penting karena tidak mencerminkan persaingan. Analisis SWOT mengidentifikasi keunggulan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan para pesaingnya.

#### 2. *Weaknesses*

Kelemahan juga berkaitan dengan fungsi internal organisasi, namun umumnya memberikan dampak negatif terhadap perkembangan dan posisi kompetitifnya. Kemampuan untuk mengidentifikasi kelemahan internal organisasi secara jelas akan membantu memberi perbaikan masalah yang ada dan penyesuaian kerja untuk mengurangi kerentanannya.

#### 3. *Opportunity*

Peluang bagi sebuah organisasi tergantung pada kesempatan yang ada di lingkungan eksternal. Peluang tersebut dapat dimanfaatkan untuk mempercepat kemajuan dan memperkuat posisi kompetitif. Setelah dimanfaatkan, peluang tersebut bisa menjadi kekuatan yang memberikan dampak positif terhadap perkembangan organisasi.

#### 4. *Threats*

Ancaman adalah situasi eksternal yang dapat menghambat operasional suatu perusahaan atau organisasi. Ancaman dapat bersasal dari situasi yang tidak menguntungkan. Sebuah tingkat keseriusan ancaman dapat dilihat dari tingkat keparahan pengaruhnya dan kemungkinan terjadinya. Sebuah

ancaman juga dapat dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu ancaman utama, ancaman moderate, dan ancaman tidak utama (Fatimah, 2016).

## **2.2. Festival Film**

Menurut Valck (2016), festival film adalah sebuah acara yang biasanya dikenal sebagai acara dengan karpet merah, pemutaran film, kerumunan di bioskop, dan ruangan publik. Citra tersebut menyampaikan beragam pesan mengenai film festival sebagai tempat yang penuh kekuasaan karena memberikan kehormatan terhadap pembuat film dan film yang terpilih. Selain itu, film festival juga dapat menjadi tempat hiburan dimana masyarakat dan profesional dapat bersenang-senang dengan bertukar pikiran dengan sesama pecinta film. Sebuah film festival adalah acara yang mampu menghasilkan berita, menjanjikan dampak besar, dan mencatat sejarah serta perubahan sosial.

Film festival dapat dibedakan dengan beberapa aspek yang dapat menjadi karakteristik. Seperti yang disebut oleh Valck (2016), salah satunya adalah ukuran festival yang diselenggarakan. Ukuran tersebut mencakup jumlah film yang ditayangkan, jumlah tamu yang datang, dan juga anggaran yang disiapkan untuk penyelenggaraan event tersebut. Film festival yang besar biasanya dikenal pertumbuhannya dari tahun ke tahun. Dari pertumbuhan yang pesat, sebuah film festival dilambangkan telah mencapai keberhasilan. Keberhasilan tersebut juga dapat mengindikasikan kedewasaan sebuah festival dimana potensi untuk adanya penyelenggaraan kembali setiap tahunnya.

Indikasi sebuah festival film dapat dilihat dari jangkauannya, dimana festival tersebut dapat mengiklankan acara sebagai acara internasional yang berarti tidak hanya mencakup penonton lokal, tetapi mengundang pengunjung dan tamu internasional. Selain itu, sebuah festival film bisa menargetkan komunitas atau kelompok demografi tertentu, seperti festival film LGBT, festival film perempuan, atau festival yang berfokus pada komunitas etnis tertentu, yang bisa dikategorikan sebagai festival berbasis identitas. Pemilihan tema film dalam festival ini bertujuan untuk membahas isu-isu identitas dan representasi yang berkaitan dengan kelompok atau komunitas tersebut (Valck, 2016).

Poin penting lainnya untuk mengidentifikasi sebuah festival film adalah dengan menjadikan film sebagai dasar untuk perbandingan dan diferensiasi. Selain festival umum yang menayangkan berbagai jenis film, banyak festival justru memilih untuk memfokuskan diri pada satu genre tertentu. Acara tematik bisa menjangkau berbagai kalangan, dari kelas atas hingga kelas bawah; mencakup berbagai selera, baik yang *niche* sampai dengan yang *mainstream*. Salah satu contoh festival berbasis genre adalah festival film dokumenter. Selain itu, terdapat juga festival film horror, fantasi, animasi, eksperimental sampai dengan karya film pelajar (Valck et al., 2016).

### **3. METODE PENCIPTAAN**

#### **3.1 Deskripsi Karya**

"Homebound" adalah sebuah film pendek bergenre drama komedi berdurasi 15 menit menceritakan tentang seorang pemuda ras Tionghoa bernama Hengky yang sedang melarikan diri dari polisi untuk kabur ke luar negeri. Namun di tengah pelariannya, Hengky bertemu dengan ibunya yang sudah tidak lama bertemu dengannya. Oleh karena itu, Hengky terpaksa pulang bersama ibunya. Dengan waktu yang terus berjalan, Hengky harus tertahan di rumah dan bertemu dengan keluarganya yang belum tahu tentang keadaannya. Tidak hanya itu, Hengky juga terancam dengan polisi yang kapan saja bisa datang menangkapnya di depan keluarganya.

#### **3.2 Konsep Karya**

Film pendek fiksi berjudul "Homebound" ini mengangkat kisah seorang buronan yang berencana melarikan diri ke luar negeri, namun terpaksa kembali ke rumah setelah secara tak sengaja bertemu dengan ibunya; karya ini disajikan dalam bentuk live action berdurasi 15 menit dengan strategi perancangan distribusi sebagai fokus utama penyajiannya.

#### **3.3 Tahapan Kerja**

1. Pra produksi: