

tiga festival film pelajar lokal yang menjadi target distribusi, sehingga menghasilkan distribution plan yang sistematis dan terukur.

1.3 FOKUS MASALAH

Penelitian ini membatasi cakupan distribusi pada tiga festival film pelajar lokal di Indonesia, yaitu UI Film Festival, UCIFEST UMN, dan *Petra International Film Festival* (PIFF Petra). Ketiga festival ini dipilih karena diselenggarakan oleh perguruan tinggi di Indonesia, secara eksplisit membuka kategori kompetisi untuk mahasiswa aktif, dan memiliki rekam jejak penyelenggaraan yang konsisten.

2. LANDASAN PENCIPTAAN

2.1 DISTRIBUSI FILM PENDEK

Distribusi film adalah proses menyalurkan film dari tangan pembuat ke tangan penonton melalui berbagai jalur dan platform yang tersedia (Squire, 2017). Jalur distribusi film mencakup beberapa kategori utama: bioskop, platform digital, festival film, dan pemutaran komunitas (Ulin, 2022). Bagi film pendek, jalur distribusi komersial seperti bioskop hampir tidak dapat diakses karena keterbatasan durasi dan format, sehingga festival film menjadi jalur utama yang paling relevan.

Parks (2012) menegaskan bahwa strategi distribusi idealnya mulai dirancang sejak fase pra-produksi. Komponen utamanya mencakup: mengidentifikasi dan meriset festival yang sesuai dengan profil film, mempersiapkan materi distribusi seperti press kit dan sinopsis, serta menetapkan jadwal pengiriman yang sistematis agar tenggat waktu tidak terlewat.

Herawati dan Pramesti (2022) menjelaskan bahwa distribusi film pendek di Indonesia umumnya berjalan melalui tiga jalur yang dikombinasikan secara berurutan — pemutaran komunitas di kampus, pengiriman ke festival film pelajar, kemudian platform digital setelah periode festival berakhir. Bagi film pendek mahasiswa, urutan ini menjadi kerangka distribusi yang paling realistis mengingat keterbatasan sumber daya yang ada.

2.2 DISTRIBUSI FILM PENDEK PELAJAR

Festival film pelajar adalah festival yang membuka program kompetisi atau pemutaran untuk film-film yang dibuat oleh mahasiswa atau pelajar. Bagi pembuat film muda, festival merupakan jalur terpenting untuk memperoleh eksposur, pengakuan artistik, serta kesempatan membangun jaringan dengan profesional industri manfaat yang tidak dapat diperoleh melalui jalur distribusi biasa (Iordanova, 2013). Festival film pelajar khususnya menjadi arena kompetisi yang lebih setara karena kompetitornya berada di tingkat yang sama.

Proses distribusi film pelajar melalui festival dimulai dari riset festival yang sesuai dengan jenis dan tema film. Menurut Parks (2012), setiap festival memiliki kriteria seleksi, persyaratan teknis, dan kategori yang berbeda-beda, sehingga pembuat film perlu mempelajari hal-hal ini sebelum mengirimkan film. Parks (2012) menyarankan agar pembuat film menyusun daftar festival yang ditarget secara bertahap dimulai dari yang paling sesuai dengan profil film, kemudian bergerak ke festival yang lebih besar dan kompetitif.

Iordanova (2013) menambahkan bahwa festival film memberikan nilai tambah bagi film-film pendek independen karena menyediakan ruang pemutaran, jaringan industri, serta legitimasi artistik yang dapat membuka peluang distribusi lebih lanjut. Bagi film pendek mahasiswa, keberhasilan di festival film pelajar dapat menjadi batu loncatan menuju festival yang lebih besar, baik di tingkat nasional maupun internasional.

2.3 KARAKTERISTIK FESTIVAL FILM

Setiap festival film memiliki karakter kuratorial yang unik. Iordanova (2013) menjelaskan bahwa festival film berfungsi sebagai institusi kuratorial yang aktif membentuk selera dan nilai estetika tertentu. Setiap festival mengembangkan identitas programatiknya sendiri melalui pilihan film yang ditampilkan dari tahun ke tahun, sehingga pola seleksi mencerminkan karakter dan visi kuratorial yang konsisten.

Rastegar (2016) menjelaskan bahwa keputusan kuratorial sebuah festival merupakan ekspresi aktif dari nilai-nilai dan identitas yang ingin diperjuangkan oleh festival tersebut. Artinya, karakteristik festival tidak hanya tercermin dari persyaratan teknis administrasinya, tetapi juga dari keseluruhan orientasi estetik dan tematik yang dibangun melalui pilihan programatik selama bertahun-tahun.

Parks (2012) menekankan hal yang serupa dari sudut pandang praktis: pembuat film yang ingin mendistribusikan karyanya ke festival harus terlebih dahulu memahami "kepribadian" tiap festival, apa yang mereka cari, jenis film seperti apa yang biasanya mereka pilih, dan bagaimana mereka memposisikan diri dalam ekosistem perfilman. Tanpa pemahaman ini, pengiriman film ke festival akan menjadi spekulatif dan tidak efisien.

2.4 SWOT

SWOT adalah alat perencanaan strategis yang mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pencapaian tujuan. David dan David (2023) menjelaskan bahwa SWOT terdiri dari *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) dari faktor internal, serta *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) dari faktor eksternal.

David dan David (2023) memperkenalkan *SWOT Matrix* sebagai alat pencocokan (*matching tool*) dalam perumusan strategi yang memungkinkan pengembangan empat jenis strategi: SO yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, lalu WO yang mengatasi kelemahan dengan peluang yang ada, ST yang menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman dan WT yang meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman. Proses pencocokan faktor internal dan eksternal inilah yang menjadi kunci dalam menghasilkan pilihan strategi yang layak.

Dalam konteks penelitian ini, analisis SWOT digunakan untuk mencocokkan profil internal film *Maju Mundur, Keburu Patah* (2026) dengan karakteristik kuratorial tiga festival target yang mewakili faktor eksternal. Hasil pencocokan ini menjadi dasar dalam menentukan prioritas festival dan merancang strategi distribusi yang sistematis.