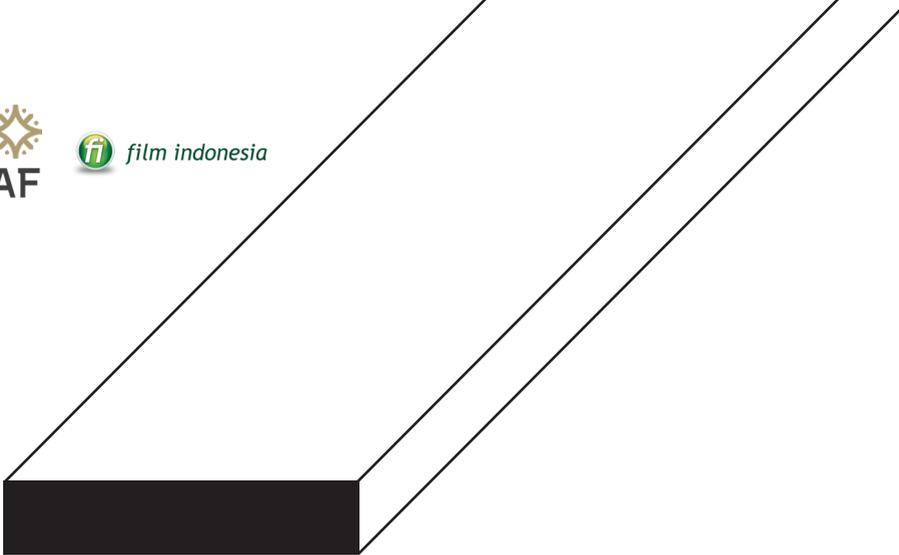


BE
KRAF

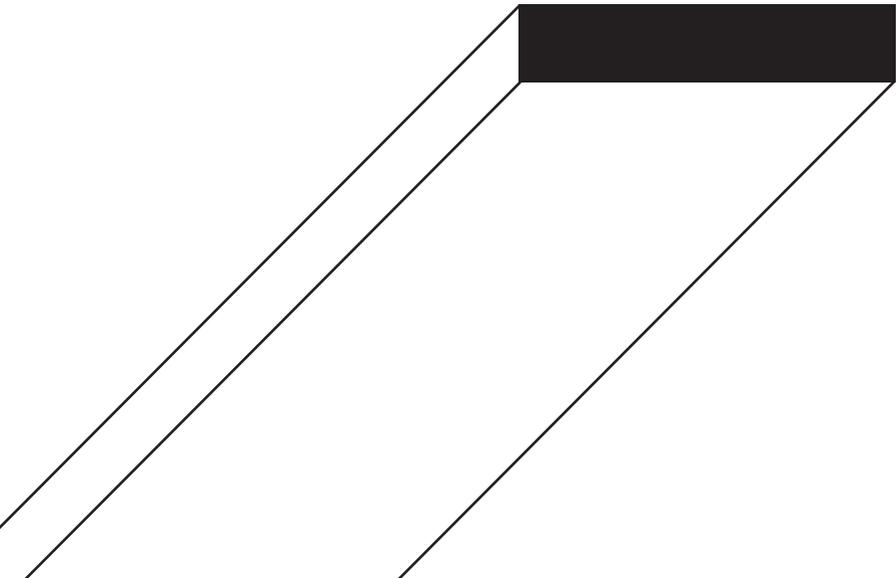


film indonesia



PEMANDANGAN UMUM INDUSTRI FILM INDONESIA

2019



DAFTAR TARISI

*Data yang tersaji di dalam
buku ini diolah dan dibahas
dalam rangkaian Diskusi
Terarah di Jakarta*

17-18 Mei 2019

5 PRAKATA: KEMAJUAN INDUSTRI FILM INDONESIA HARI INI

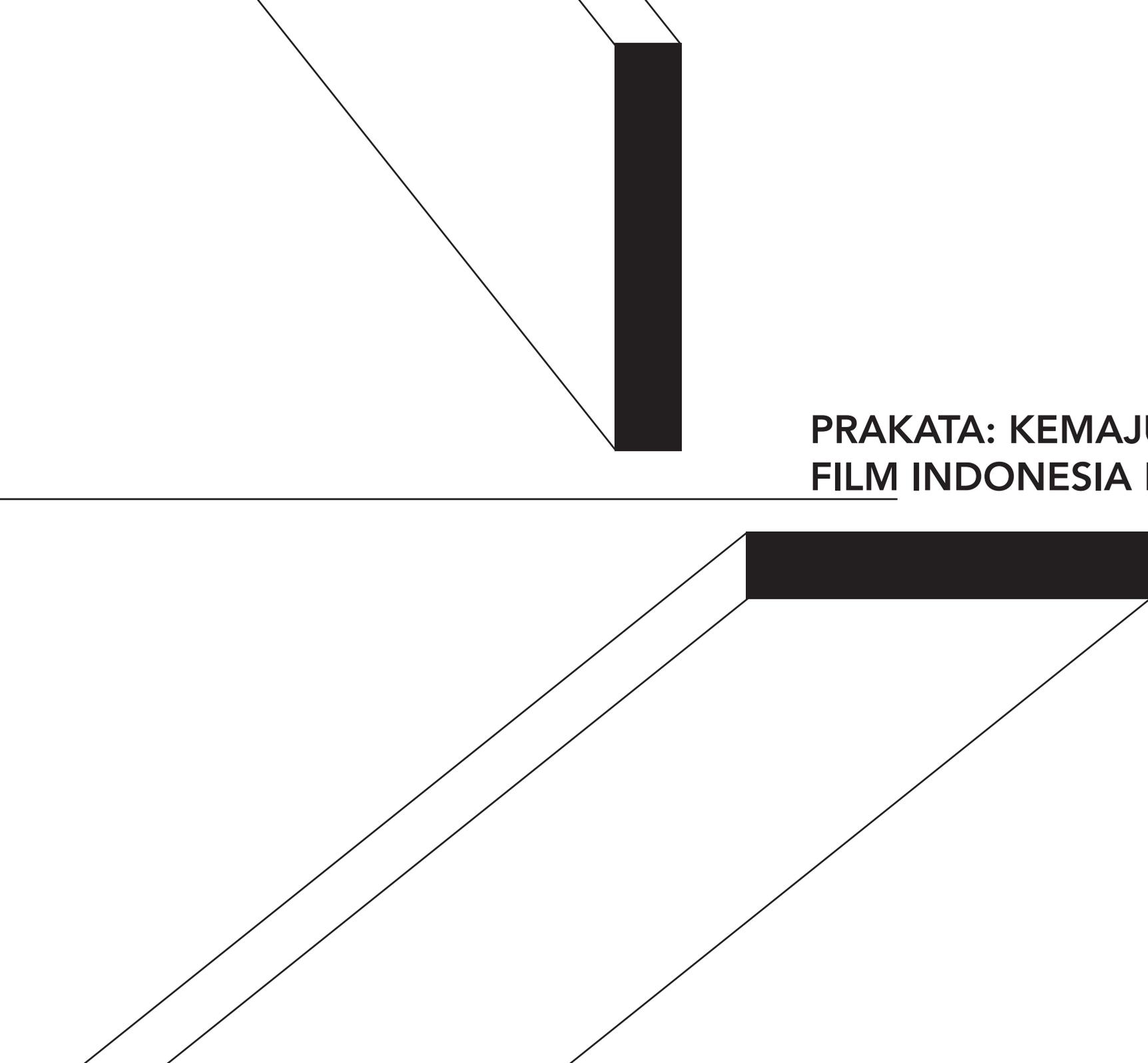
8 EKSPANSI BIOSKOP DAN LAYAR, SUDAHKAH MENGUNTUNGGAN FILM INDONESIA?

15 PEKERJA FILM: KUALITAS, KUANTITAS DAN PERLINDUNGAN PEKERJA

25 KERAGAMAN KONTEN

"Didukung oleh Badan Ekonomi Kreatif / BEKRAF"

"Data disediakan oleh filmindonesia.or.id"



**PRAKATA: KEMAJUAN INDUSTRI
FILM INDONESIA HARI INI**

Berbagai angka menunjukkan industri film Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Pertambahan jumlah layar hingga mencapai ribuan dalam satu dasawarsa terakhir, perolehan penonton yang mencapai angka 51,2 juta pada tahun 2018, serta semakin banyaknya film Indonesia yang menembus perolehan box office, menjadi pertanda semakin baiknya perfilman Indonesia hari ini. Namun apakah kenaikan angka-angka tersebut juga dimaknai sama oleh para pemangku kepentingan lainnya? Apa makna kemajuan di mata mereka?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, filmindonesia.or.id, bekerja sama dengan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) menyelenggarakan rangkaian diskusi kelompok terarah bersama berbagai pemangku kepentingan di dalam industri perfilman, meliputi sutradara, produser, perwakilan bioskop, hingga asosiasi-asosiasi pekerja film. Diskusi ini berupaya untuk memberikan gambaran umum tentang industri film Indonesia hari ini serta berbagai narasi dibalik angka-angka fantastis yang berterbaran. Hasil diskusi ini akan membantu filmindonesia.or.id dan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) dalam memahami dinamika yang terjadi di dalam industri film Indonesia serta peluang maupun tantangan yang dihadapi para pelaku di dalam industri film Indonesia hari ini. Sehingga, upaya yang lebih konkrit dapat dilakukan untuk mewujudkan industri film yang lebih baik, sehat dan berpihak kepada tumbuh kembang industri film Indonesia di masa yang akan datang.

Secara garis besar, mayoritas narasumber di dalam diskusi ini memandang industri perfilman Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif. Dalam amatan JB Kristanto, penggagas [website filmindonesia.or.id](http://filmindonesia.or.id), menyebutkan bahwa salah satu indikasi kemajuan industri film Indonesia hari ini adalah partisipasi aktif produser film untuk mengembangkan budaya data di dalam perfilman Indonesia.

Kelengkapan data, menjadi penting dalam melakukan analisis data penonton yang selama ini dilakukan oleh filmindonesia.or.id. Selama ini, filmindonesia.or.id mengandalkan beberapa sumber data penonton, mulai dari data dari jejaring bioskop, PPFI hingga data dari produser langsung. Kelengkapan data dari produser langsung sangat membantu filmindonesia.or.id untuk melengkapi maupun melakukan

“Budaya (sadar) data di dalam industri film Indonesia semakin tumbuh. Produser yang tadinya menyembunyikan datanya, sekarang justru berlomba mengumparnya lewat twitter, instagram dan lain-lain (tentu untuk film yang sukses). Data, kini menjadi iklan.”

— JB Kristanto, filmindonesia.or.id

pemeriksaan ulang dan verifikasi terhadap data yang diperoleh dari bioskop maupun PPFI. Sehingga, filmindonesia.or.id dapat mengetahui mana data-data penonton yang mendekati akurat dan mana data-data penonton yang cenderung untuk kepentingan publisitas saja.

Berdasarkan data yang dihimpun oleh filmindonesia.or.id, sumbangan data dari produser memang cukup besar berkontribusi dalam kelengkapan data penonton. Pada tahun 2018 misalnya, terdapat 67 persen (88 dari 132 judul) data penonton diperoleh dari produser langsung. Kontribusi data pada semester pertama 2019 juga telah mencapai 65 persen (33 dari 51 judul sampai Juni 2019) dari keseluruhan data yang diperoleh. Semakin banyak data produser yang diberikan dan diterbitkan, maka akurasi semakin tinggi dan semakin mendekati kondisi sebenarnya.

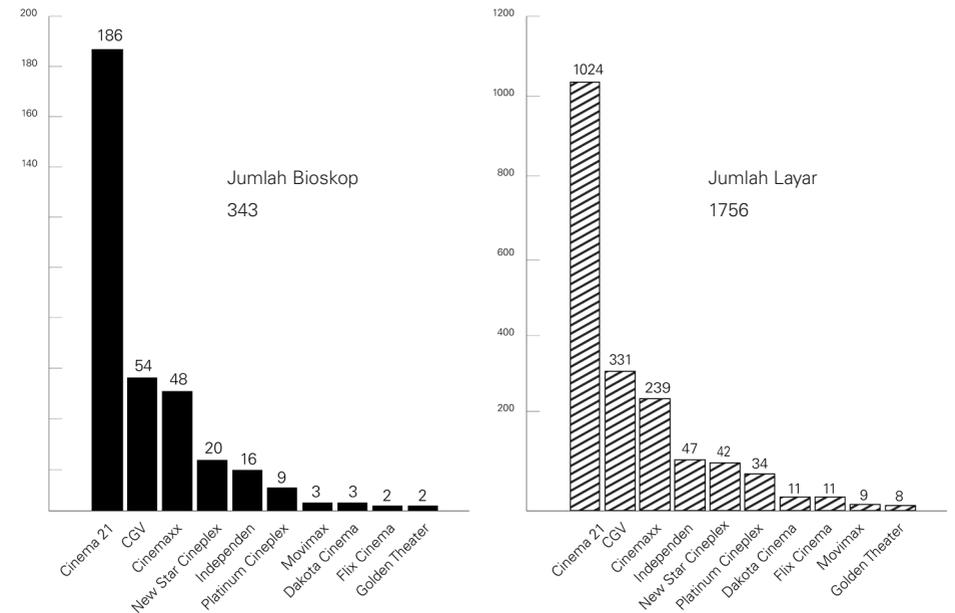
Pendapat serupa juga diamati oleh perwakilan produser film seperti Ifa Isfansyah. Dalam amatannya, dia melihat terjadi peningkatan pada aspek penonton dan distribusi dalam beberapa tahun terakhir. Dahulu, film yang dianggap non-komersial sulit untuk mendapatkan 1.000 penonton selama masa edarnya. Namun, saat ini film-film tersebut dapat memperoleh penonton 15.000 hingga 30.000 penonton. Perolehan penonton yang tinggi tersebut juga didukung dengan hubungan baik antara para pelaku perfilman dengan pemerintah.

Pada aspek distribusi, ekspansi teater dan layar pun terus dilakukan oleh pengusaha bioskop. Pihak CGV, salah satu perwakilan pengusaha bioskop yang hadir menyatakan bahwa hingga Mei 2019, CGV berhasil membangun bioskop di 59 lokasi dan ditargetkan mencapai 100 lokasi pada 2020. Dari pencapaian kuantitatif itu, tren pertumbuhan layar memperlihatkan perkembangan positif lain, yaitu pendirian bioskop baru yang kini cenderung menjangkau wilayah kota-kabupaten dan tidak lagi hanya menyasar ibukota provinsi. Kondisi ini jelas kabar baik bagi masyarakat Indonesia yang selama ini tinggal di luar ibukota provinsi dan tidak memiliki akses ke bioskop.

Capaian dan perolehan ini jelas merupakan tanda positif bagi industri film Indonesia hari ini. Namun, di balik kemajuan-kemajuan di atas, terdapat juga tantangan-tantangan yang dihadapi oleh para pelaku perfilman. Misalnya saja keragaman cerita, jumlah jam tayang untuk film Indonesia, kesempatan dan jenjang karir bagi lulusan sekolah film, hingga persoalan kompetensi SDM. Tantangan-tantangan yang akan diulas di dalam buku ini menjadi penting diperhatikan oleh para pemangku kepentingan di dalam industri perfilman Indonesia agar momentum kemajuan industri film dapat terus terjaga Indonesia di masa yang akan datang

EKSPANSI BIOSKOP DAN LAYAR, SUDAHKAH MENGUNTUNGGAN FILM INDONESIA?

Salah satu pertumbuhan yang cukup signifikan dari industri film Indonesia hari ini adalah pertumbuhan jumlah layar dan bioskop. Pada tahun 2012, Indonesia hanya memiliki 145 bioskop dengan 609 layar. Jumlah ini meningkat tajam menjadi 343 bioskop dengan 1.756 layar pada Desember 2018. Artinya, dalam waktu enam tahun terakhir, jumlah bioskop bertambah hingga 136,5 persen dan jumlah layar bertambah hingga 188,34 persen. Hingga Desember 2018, Bioskop sudah tersebar di 32 provinsi di Indonesia. Hanya Provinsi DI Aceh dan Provinsi Kalimantan Utara yang saat laporan ini ditulis tidak memiliki bioskop.



Data disediakan oleh filmindonesia.or.id

Grafik 1. Pertumbuhan Bioskop dan Layar Tahun 2018

Selain jejaring bioskop besar yang terus menambah jumlah bioskop dan layar, keberadaan jejaring bioskop lain yang menambah jumlah bioskop dan layar juga patut diperhitungkan. Misalnya saja New Star Cineplex, Platinum Cineplex, Dakota Cinema, Flix Cinema, Movimax, Golden Theater, hingga yang terbaru yaitu Lotte Cinema.

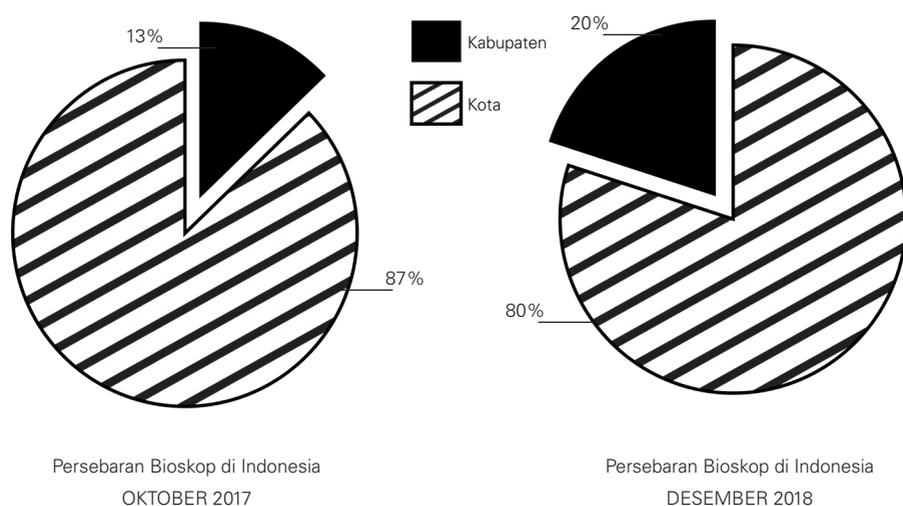
Meskipun bioskop terus bertambah, namun konsentrasi bioskop masih terpusat di Pulau Jawa dengan konsentrasi 69 persen. Konsentrasi ini hanya menurun sekitar satu persen dibandingkan tahun lalu. Provinsi seperti DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur masih mendominasi jumlah bioskop secara keseluruhan.

Meskipun masih terpusat di Pulau Jawa, hal yang cukup menarik adalah penambahan ekspansi bioskop dan layar di luar ibukota provinsi. Hal ini diungkapkan oleh JB Kristanto dari filmindonesia.or.id:

“Pertambahan pesat ini berarti pertumbuhan pasar/potensi penonton. Apalagi, pertumbuhan sekarang menyasar kota-kota kabupaten, karena kota-kota provinsi rasanya sudah terisi semua (kecuali Banda Aceh), meski tetap belum cukup merata, karena konsentrasi masih terjadi di Jawa: 69 persen. Juga perbandingan antarjaringan masih timpang.”

– **JB Kristanto, filmindonesia.or.id**

Penambahan bioskop di luar ibukota provinsi memang terjadi. Hal yang paling signifikan adalah semakin banyaknya Kabupaten yang saat ini memiliki bioskop. Hal ini dapat dilihat pada grafik berikut:



Data disediakan oleh filmindonesia.or.id

Grafik 2. Persebaran Geografis Bioskop di Indonesia

Berdasarkan grafik di atas, pada Oktober 2017, 87 persen bioskop berada di perkotaan, baik ibukota provinsi maupun kota-kota tingkat II lainnya. Hanya 13 persen bioskop berada di Kabupaten. Namun, hanya dalam waktu satu tahun, presentase bioskop di kabupaten naik hingga tujuh persen. Dengan kata lain, saat ini 20 persen bioskop di Indonesia saat ini berada di Kabupaten.

Jika sebelumnya di Kabupaten terdapat 33 bioskop, pada Desember 2018 ini bertambah menjadi 67 bioskop. Artinya terdapat peningkatan 34 bioskop di Kabupaten dalam satu tahun atau meningkat di atas 100 persen.

Pertambahan jumlah dan ekspansi bioskop dan layar ini juga dikonfirmasi oleh perwakilan bioskop yang hadir dalam diskusi kelompok terarah, yaitu CGV dan Cinemaxx. Dalam paparannya, pertumbuhan bioskop di luar ibukota provinsi dikarenakan areal ritel yang terbatas di ibukota provinsi, sehingga pengusaha bioskop mulai berekspansi ke kota-kota di luar ibukota provinsi yang belum tersentuh jaringan Grup 21. Hal menarik dari ekspansi ini adalah meningkatnya perolehan film Indonesia di lokasi-lokasi di luar ibukota provinsi atau kota-kabupaten. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Manael Sudarman (CGV, *marketing and sales*):

“Ketersediaan area ritel di kota besar terbatas. Analisa singkat saya, ketika ekspansi ke daerah daerah kota-kota kedua, seperti [yang dilakukan] CGV dan Cinemaxx, perolehan film lokal [Indonesia, ed] semakin tinggi.”

– **Manael Sudarman, CGV**

“Pastinya uang dari film Hollywood, tetapi untuk di daerah kita bisa mengandalkan film Indonesia. ...Kalau saya lihat, [perolehan] box office film lokal [film Indonesia saat ini] sudah bisa menyaingi film Hollywood. Dari perspektif bisnis, hal ini menguntungkan.”

– **Alex Bastian, Cinemaxx**

Optimisme bioskop mengenai adanya kontribusi yang signifikan antara pertumbuhan jumlah bioskop dan layar dengan perolehan penonton tidak serta merta diamini oleh para pelaku perfilman lain. Bagi mereka, tantangan terbesar dalam memperoleh jumlah penonton yang besar bukan pada jumlah layar, tetapi pada jumlah slot jam tayang. Dalam banyak kasus, seringkali film Indonesia mendapatkan jumlah layar yang banyak, tetapi hanya mendapatkan satu hingga dua jam tayang dalam satu hari penayangan. Pada kasus lain, terdapat sembilan judul film yang memperoleh satu juta lebih penonton, walau hanya beredar kurang dari 500 layar.

Ifa Ifansyah, mewakili produser film yang hadir, memiliki pandangan yang berbeda terkait data-data di atas. Menurutnya, tidak semua produser film memerlukan ratusan layar atau ratusan slot jam tayang di minggu pertama penayangannya karena setiap film bergantung pada lokasi, jenis film dan sebagainya. Sayangnya, pengusaha bioskop memperlakukan pola yang sama tanpa melihat karakteristik filmnya.

“Menurut saya, sistem programming di bioskop sekarang ini masih sama: polanya adalah banyak-banyakan layar di hari pertama, dan menurun terus menerus. Padahal terdapat kondisi yang berbeda-beda untuk tiap film: berdasarkan lokasi, slow burn, dan seterusnya. Tidak selalu diberi 100 layar cocok. Ada beberapa film yang lebih cocok dengan pendekatan roadshow.”

— Ifa Ifansyah, Produser Film

Pada dasarnya, mekanisme pemilihan lokasi tayang sebuah film dilakukan secara sederhana. *Cinema manager on-site* di masing-masing kota akan memberikan dukungan data-data tentang tren film-film yang laris di masing-masing lokasi bioskop. Berdasarkan data-data tersebut, maka *cinema manager* yang berada di pusat akan memilih lokasi-lokasi tertentu sesuai dengan film yang akan tayang, yang biasanya berdasarkan *genre* atau jenis film (film Indonesia atau film impor). Menariknya, film Indonesia relatif lebih laris dibandingkan film impor di Indonesia Timur.

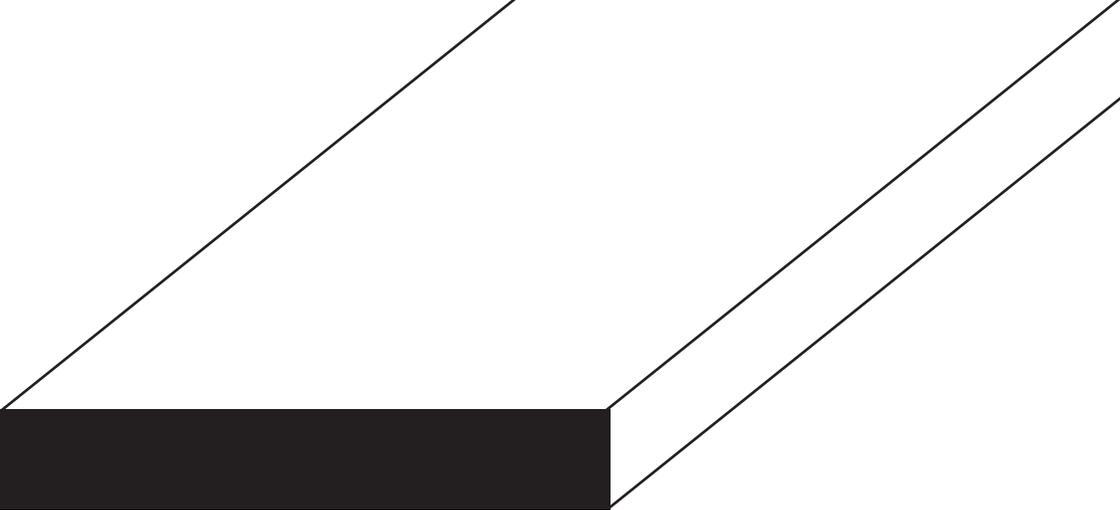
Pola edar dengan pendekatan *roadshow* (berkeliling), menurut Ifa Ifansyah, pernah diterapkan pada beberapa filmnya dan berhasil. Pola edar *roadshow* ini memungkinkan film diluncurkan dengan jumlah layar yang sedikit namun terus berpindah antar kota setiap minggu. Melalui kabar dari mulut ke mulut atau media sosial, film jenis

seperti ini mengumpulkan penontonnya secara perlahan tetapi konstan. Jika diedarkan dengan cara *roadshow*, masa edarnya dapat jauh lebih lama sehingga kesempatannya untuk meraih lebih banyak penonton juga lebih besar. Kalau film-film dari jenis serupa diperlakukan seperti film pada umumnya, diberi banyak layar pada awal masa tayang lalu jumlah pemutarannya dikurangi ketika tidak langsung menarik penonton dalam jumlah besar, maka film-film jenis ini akan kandas di pasaran bioskop Indonesia dalam waktu singkat.

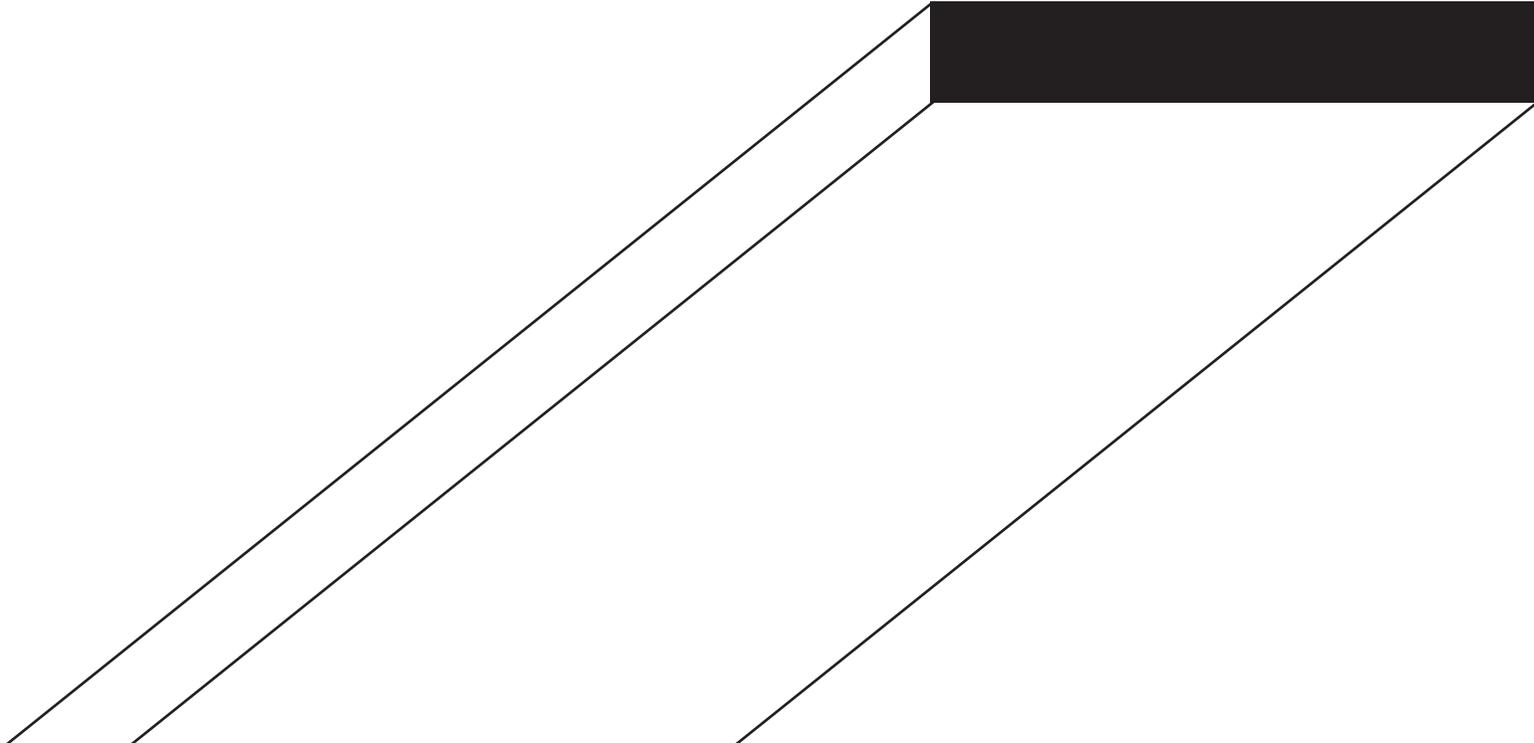
Strategi pola edar demikian memang dimungkinkan untuk diterapkan di bioskop, selama ada permintaan dari produser. Hal ini turut ditegaskan oleh *Film Programmer* dari CGV dan Cinemaxx. Namun, hal itu tidak dapat selalu disetujui oleh pengusaha bioskop. Hal ini dengan pertimbangan okupansi film Indonesia yang masih belum signifikan terhadap pendapatan bioskop. Terlebih, biaya yang diperlukan untuk membangun sebuah bioskop relatif cukup besar, sekitar 30 – 40 milyar rupiah untuk setiap bioskop. Kondisi inilah yang membuat pengusaha bioskop cenderung berfokus pada peningkatan okupansi hingga ke 100 persen dan tidak selalu menyetujui proposal-proposal untuk pola edar alternatif seperti yang ditawarkan oleh Ifa Ifansyah maupun produser film semi- atau non-komersial lainnya.

Persebaran bioskop dan layar di luar kota-kota besar di Indonesia patut diapresiasi. Hal tersebut akan memperluas akses masyarakat Indonesia untuk menonton film Indonesia yang selama satu dekade terakhir hanya dapat dinikmati masyarakat perkotaan.

Namun, tata dan pola edar jelas tetap harus dibenahi. Pemerintah harus mengambil kebijakan yang lebih jelas untuk memastikan film Indonesia memiliki kesempatan akses yang sama untuk disaksikan oleh penonton di kota-kabupaten di luar ibukota provinsi. Jangan sampai, hanya akses masyarakat terhadap bioskop saja yang bertambah besar, namun kesempatan untuk menonton film Indonesia tetaplah kecil.

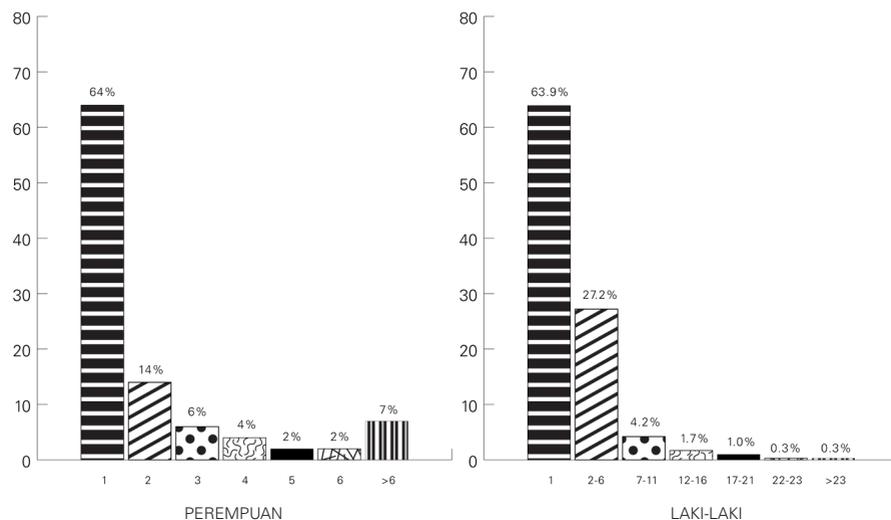


**PEKERJA FILM:
KUALITAS, KUANTITAS DAN
PERLINDUNGAN PEKERJA**



Seiring pertumbuhan jumlah produksi film Indonesia, jumlah pekerja film Indonesia juga turut meningkat secara signifikan. Berdasarkan data filmindonesia.or.id, jumlah orang-orang yang bekerja di industri film terus meningkat setiap tahun. Secara keseluruhan, sejak tahun 1998 sampai dengan 2017, jumlah orang yang pernah terlibat sebagai pekerja film di Indonesia mencapai 23 ribu orang.

Namun, kenaikan jumlah pekerja film juga dibayangi dengan tingginya tingkat *turnover* pekerja film. Hampir sebagian besar pekerja yang baru terlibat di dalam produksi film tidak meneruskan karirnya di sektor ini. Sementara, lulusan sekolah-sekolah film dan kegiatan perfilman lainnya (seperti *workshop*, festival dan kompetisi), setiap tahunnya terus menghasilkan talenta baru yang hendak masuk ke industri film.



Grafik 3. Keterlibatan Bekerja Sebagai Kru Berdasarkan Jumlah Judul Dalam Produksi Film 1998 - 2017

Tingginya *turnover* pekerja terjadi baik pada pekerja film laki-laki maupun perempuan, dengan kisaran 64 persen. Artinya lebih dari separuh pekerja film memutuskan untuk tidak lagi terlibat dalam produksi film lain setelah produksi film pertamanya.

Tingginya *turnover* ini menjadi fenomena yang dapat membahayakan bagi pertumbuhan industri. Di dalam industri film, peningkatan kemampuan dan keahlian diasah dari banyaknya keterlibatan pekerja dalam produksi yang berbeda. Rendahnya jumlah orang yang tetap bekerja menjadi salah satu petunjuk rendahnya jumlah pekerja film yang berpengalaman, serta memiliki kemampuan dan keahlian yang tinggi. Di tengah tumbuhnya jumlah produksi film Indonesia, keadaan kurangnya pekerja film

berpengalaman justru sangat membahayakan industri film nasional. Selain itu, dari tingginya angka *turnover* pekerja juga memberikan petunjuk adanya faktor-faktor atau lingkungan tertentu di industri film yang tidak bisa diandalkan oleh seorang pekerja untuk bertahan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Agus Mediarta dari filmindonesia.or.id:

“Tingkat turnover industri film tinggi sekali. Yang bekerja [hanya] pada satu produksi lebih dari 60%. Yang kerja lebih dari satu produksi [jumlahnya] minoritas. Ini artinya orang yang keluar dari industri ini cukup banyak. Artinya pertumbuhan industri ini tidak berkorelasi dengan pertumbuhan SDM-nya.”

– Agus Mediarta, filmindonesia.or.id

Permasalahan *turnover* dan kekurangan pekerja film berpengalaman dan kompeten ini juga disadari para pelaku perfilman. Permasalahan ini bahkan sudah pada tahap serius karena ketersediaan pekerja dianggap lebih penting dibandingkan ketersediaan investasi. Hal ini diungkapkan oleh Pandu Birantoro dari Ideosource yang mewakili investor film.

“Cari duit buat bikin film, enggak susah. Jadi investasi bukan lagi masalah. Yang jadi masalah itu SDM.”

– Pandu Birantoro, Ideosource

Ada beberapa pandangan yang mencoba menjelaskan mengapa *turnover* pekerja di dalam industri film sangat tinggi. Agni Ariatama, mewakili Indonesian Cinematographers Society (asosiasi profesi sinematografer), melihat fenomena ini terjadi disebabkan oleh timpangnya antara jumlah produksi dengan ketersediaan pekerja film dalam industri film Indonesia yang belum terbuka. Ketidakterbukaan itu terjadi karena hilangnya agensi yang berfungsi untuk menyalurkan pekerja film yang kompeten kepada para produser. Beliau meyakini bahwa agensi memiliki peran signifikan untuk memenuhi kekosongan SDM tersebut, seperti yang pernah dilakukan oleh KFT (Karyawan Film dan Televisi, organisasi pekerja sektoral) berperan menyalurkan tenaga pekerja film. Melalui organisasi pekerja, orang-orang yang memiliki potensi atau kompetensi dan sedang tidak memiliki pekerjaan, dapat tersalurkan.

Berbeda dengan Agni, Ifa justru melihat permasalahannya bukan terletak pada agensi maupun kuantitas, melainkan pada kualitas pekerja film itu sendiri. Ifa beranggapan, bahwa dari segi jumlah pekerja film itu sebenarnya mencukupi, namun kualitas pekerja film lah yang seharusnya menjadi perhatian utama.

“Output (industri perfilman) kita yang bisa maksimal tayang di bioskop per tahun hanya sekitar 130 judul... Kalau sutradara bikin 2 film setahun, kita hanya butuh 65 orang sutradara. Ini dari IFDC (Indonesian Film Director’s Club) saja sudah terpenuhi.”

“....Jadi kalau saya hitung kasar kelihatannya persoalannya adalah kualitas dan bukan kuantitas. Kita sebetulnya sudah kebayang berapa kebutuhan kita akan SDM berkualitas. Tapi kenyataannya film makin banyak pemainnya dan investornya, ini yang membuat SDM rasanya selalu kurang.”

– Ifa Isfanyah, Produser film

Pemerintah berupaya untuk mencari jalan keluar dari permasalahan kualitas dan ketersediaan pekerja film ini dengan menyelenggarakan sertifikasi kompetensi pekerja film. Gunawan Pagaru, mewakili tim sertifikasi kompetensi pekerja film sekaligus BPI (Badan Perfilman Indonesia), meyakini bahwa sertifikasi adalah salah satu solusi untuk memecahkan persoalan *turnover* dan kekurangan pekerja film. Menurut Gunawan Pagaru, sertifikasi akan membantu memverifikasi SDM yang berkualitas sehingga produser film dapat dengan mudah mengetahui kompetensi pekerja film yang akan terlibat di dalam produksi.

Keberadaan sertifikasi film ditanggapi beragam oleh para pelaku perfilman. Mereka ragu bahwa sertifikasi akan mempermudah calon tenaga kerja masuk ke dalam industri film Indonesia. Hal ini terjadi karena industri film ini terbentuk dengan pola rekrutmen tertutup berdasarkan jaringan sosial yang dimiliki pekerja film. Relasi dan jaringan sosial pekerja film dianggap jauh lebih penting dibandingkan kompetensi pekerja film itu sendiri.

Sertifikasi juga belum menjadi acuan utama dalam memilih kru film karena adanya hambatan masuk (*barrier-to-entry*) yang menyulitkan orang-orang baru untuk masuk ke dalam industri. Pekerja film Indonesia, menurut Agni, terbagi atas tiga lapisan:

-
- 1) Lapisan pertama, yaitu kreator (penulis, sutradara, produser)
 - 2) Lapisan kedua, master (artistik, sinematografer, dan lain-lain (pelaku kerja konseptual membantu kreator), dan;
 - 3) Pekerja (kru film dan lain-lain yang lebih menekankan pada keterampilan).

Dari ketiga lapis ini, permasalahan yang terjadi adalah jumlah tenaga master semakin banyak, namun mayoritas mereka tidak memiliki kesempatan untuk mengerjakan proyek film. Sehingga, kesempatan untuk mengembangkan keahlian tidak merata. Situasi ini juga semakin kompleks dan berdampak pada lapis ketiga, yaitu pekerja, karena hanya para master yang telah atau sering mendapatkan proyek saja yang dapat menciptakan kesempatan kerja. Hal tersebut seperti juga yang diungkapkan oleh Fauzan Zidni dari Asosiasi Produser Film Indonesia (APROFI):

“Memang kalau di film barrier to entry-nya berdasarkan rekomendasi/rekrutmen langsung. Master akan membawa kru-nya sendiri. Jadi magang harus dari produksi dulu baru masuk ke bidang lain.”

– Fauzan Zidni, Aaprofi

Selain permasalahan rekrutmen tertutup dan keraguan pada sistem sertifikasi, sekolah film juga belum menjadi jawaban atas persoalan SDM di dalam industri film Indonesia hari ini.

Sekolah film, yang jumlahnya sangat sedikit, mendapatkan beban yang cukup berat. Sekolah film idealnya menjadi jembatan antara ekspektasi industri dan kompetensi pekerja para lulusannya. Sayangnya, ekspektasi itu belum berhasil dicapai oleh sekolah film. Terdapat dua penyebab utama: minimnya ruang diskusi antara industri dan lembaga pendidikan, serta regulasi Kementerian Riset dan Pendidikan Tinggi (Kemendikbudristek) yang mengharuskan sekolah film memiliki kurikulum untuk program sarjana dengan 60 persen kajian dan 40 persen praktik. Lulusan dari pendidikan film dengan kurikulum seperti ini lebih menguasai teori kajian, tetapi tidak memiliki keterampilan yang cukup untuk mencipta atau menerapkan suatu visi kreatif.

Hal lain yang turut terungkap adalah persoalan ketersediaan tenaga pengajar, terutama dari kalangan profesional. Para pekerja film profesional hari ini hanya sedikit yang memiliki gelar magister atau S-2. Gelar magister merupakan syarat akademik untuk pengajar di tingkat sarjana. Akibatnya, banyak sekolah film saat ini mengalami kekurangan tenaga pengajar.

KERENTANAN PEKERJA FILM

“Jumlah mahasiswa prodi film 1.124 orang dari 4 angkatan. Kita sampai tidak pernah beriklan karena kekurangan SDM pengajar.”

– Kus Sudarsono, Universitas Multimedia Nusantara (UMN)

Selain kekurangan tenaga pengajar, ketersediaan alat-alat pendukung juga menjadi permasalahan. Alat-alat belajar film relatif mahal, sehingga penyediaannya untuk proses belajar membutuhkan biaya yang besar. Ditambah lagi, siklus pergantiannya sangat pendek, per tiga tahun, karena harus selalu mendekati perkembangan teknologi yang digunakan oleh industri. Hasilnya peralatan di kampus tidak dapat menyamai standar industri sehingga para lulusan sekolah film masih perlu beradaptasi dengan peralatan yang digunakan di dalam produksi film setelah mereka lulus sekolah.

“Persoalan lain adalah perkembangan teknologi begitu cepat dan biayanya mahal. Peralatan di kampus tidak mencapai standar industri. Kalau mengejar kualitas, kita menciptakan generalis, anak-anak tahu dari A sampai Z tapi tidak dalam.”

– Kus Sudarsono, Universitas Multimedia Nusantara (UMN)

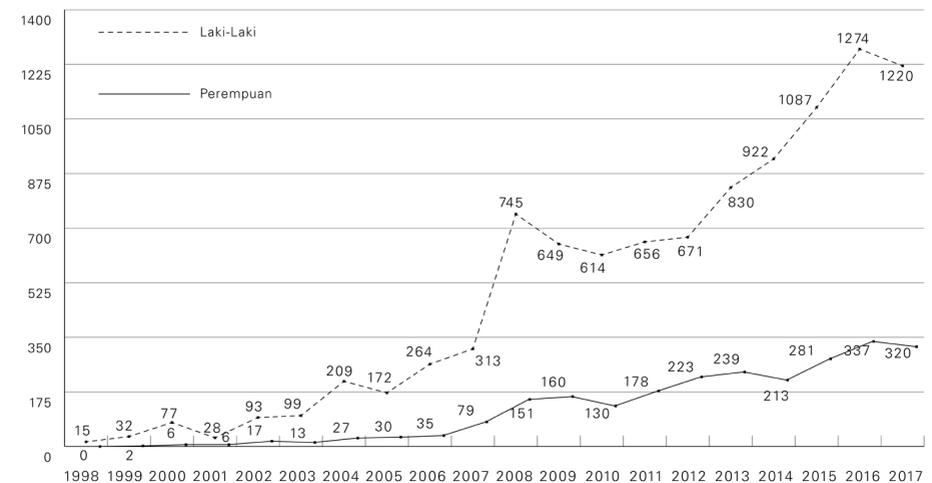
Situasi-situasi di atas masih menjadi permasalahan yang perlu segera ditangani oleh pemangku kepentingan. Hal ini penting karena produksi yang semakin tinggi dan belum terpenuhinya kompetensi pekerja film membuat beberapa produksi film Indonesia mulai melibatkan pekerja film asing. Misalnya saja pada film *Marlina* yang melibatkan Caíque de Souza sebagai *colorist* dan Danny S. Kim untuk efek visual di dalam departemen penyuntingan.

Kondisi ini, jika terus terjadi, akan menimbulkan tantangan atas keberlanjutan industri film Indonesia ke masa yang akan datang.

Pada akhir 2018, terdapat survei daring untuk mengetahui kondisi pelecehan seksual di tempat kerja yang dilakukan oleh *Never Okay Project*, sebuah inisiatif sosial yang bertujuan mencegah terjadinya pelecehan seksual di tempat kerja terjadi secara berulang. Survei ini melibatkan 1.240 responden dari 34 provinsi di Indonesia dengan mengukur pengetahuan dan pengalaman responden terhadap kondisi pelecehan seksual di tempat kerja.

Penelitian ini menemukan bahwa baik laki-laki maupun perempuan pernah mengalami pelecehan seksual. Dari segi persentase, perempuan lebih banyak mengalami pelecehan seksual di tempat kerja dalam bentuk pelecehan fisik sebesar 44 persen dibandingkan laki-laki yang berkisar 40 persen. Pada industri media/kreatif, bentuk-bentuk pelecehan yang dialami adalah dalam bentuk disentuh/digenggam orang lain tanpa persetujuan, berdiri terlalu dekat, dilirik dengan ekspresi seksual tertentu dan digoda rekan kerja/bawahan bernuansa seksual.

Potensi kekerasan seksual terhadap pekerja juga terjadi pada industri film Indonesia hari ini. Meskipun secara kuantitas, pertumbuhan pekerja film dari tahun ke tahun terus meningkat, namun, kesenjangan antara jumlah pekerja perempuan dan laki-laki yang terlibat di dalam produksi film tetap lebar.



Grafik 4. Jumlah Kru Kreatif Berdasarkan Credit Title

Dominasi laki-laki di dalam industri film hari ini adalah potensi kekerasan terhadap para pekerja film perempuan. Kasus pelecehan seksual yang dilakukan oleh produser film Hollywood, Harvey Weinstein, pada Oktober 2017, terhadap 80 perempuan yang bekerja di industri film, menjadi pengingat agar industri film Indonesia juga perlu mengambil upaya preventif dalam melindungi pekerjanya dari segala bentuk kekerasan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Dian Novita dari LBH APIK:

“Pekerja film kan pekerja kreatif yang waktunya nggak pasti, kontrak kerja pun jadi masalah dan segala macam. Kalau orang kerja di pabrik ini masuk kontrak kerja. Di film ini harus masuk kode etik. Kalau aturan sudah ada, jangan sampai tidak tahu bagaimana menjalankannya. Misalnya sexual harassment, berarti harus ada mekanisme penanganan dan konselingnya. Karena sexual harassment biasanya adalah soal power. Beda antara kalau pelaku sesama kru atau yang hirarkinya lebih tinggi. Biasanya kalau pelaku hirarkinya lebih tinggi solusinya damai.”

– Dian Novita, LBH APIK

APROFI mulai berinisiatif merespon kerentanan pekerja film dari kekerasan seksual dengan memperbarui kode etiknya. Fauzan Zidni, ketua umum APROFI, menjelaskan bahwa kode etik yang akan diterapkan kepada seluruh anggota APROFI ditujukan untuk melindungi pekerja film dari potensi kekerasan seksual yang mungkin terjadi terhadap pekerja film.

Terdapat 14 poin kode etik, yaitu diskriminasi, pelanggaran hak kekayaan intelektual, persaingan bisnis, pemenuhan komitmen kontrak, hingga pada aspek kekerasan seksual dan fisik yang terjadi pada proses produksi.

“Dua hari lalu launching kode etik: salah satu poin penting adalah konsekuensi pelecehan seksual dalam produksi. Hal lain adalah hak kekayaan intelektual. Seluruh kontrak produksi anggota Aprofifi harus mencantumkan kewajiban menghindari narkoba dan pelecehan seksual.”

– Fauzan Zidni, Aprofifi

Namun, permasalahan perlindungan kekerasan/pelecehan seksual memang belum menjadi topik utama di dalam perlindungan terhadap pekerja film. Hal yang sama juga terjadi pada pengaturan jam kerja para pekerja film. Meskipun undang-undang mengatur keselamatan pekerja, namun pada praktiknya, perlindungan industri film terhadap aspek ini masih belum maksimal.

“Sekuritas [tingkat keamanan, ed] kerja di film kurang baik. Hak anak juga tidak dipenuhi dengan baik. Misalnya, jam kerjanya tidak diperhatikan dan lain-lain, ini kan tidak layak buat pemenuhan hak-hak manusianya. Undang-undang mengharuskan kita dijamin keselamatan kerjanya. Hak anak juga sudah dibahas bahwa anak maksimal bekerja selama 3 jam harus istirahat. Saya tahu hak-hak ini sering tidak diterapkan karena macam-macam alasan, misalnya kejar tayang dan lain-lain. Ada banyak instrumen internasional yang sebetulnya bisa melindungi kita. Turnover tinggi di film bisa jadi karena pekerjanya terlalu capek dan tidak terlindungi.”

– Alysa Bachtiar, Indonesia Global Compact Network (IGCN) dan associate produser film Night Bus

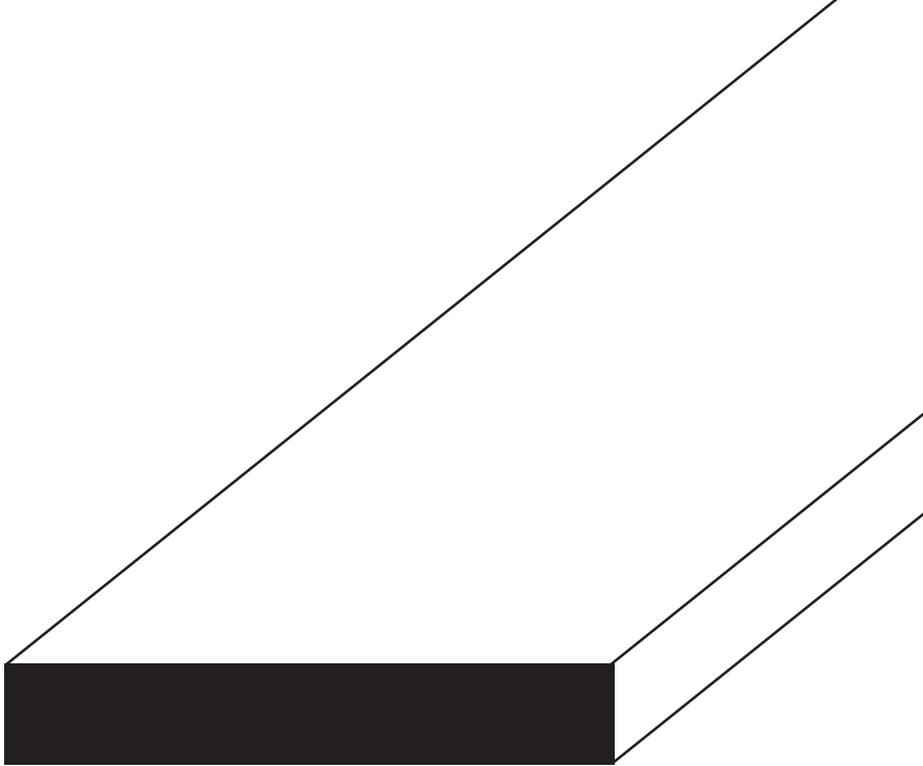
Mengatur jam kerja memang tidak mudah. Hal ini karena mengatur jam kerja akan banyak menimbulkan perubahan besar di dalam industri film. Pengaturan jam kerja memiliki efek cukup signifikan yang mengakibatkan investasi dalam produksi menjadi semakin mahal.

Ifa Isfanyah mengusulkan untuk memperkuat aspek kontrak kerja antara pekerja dan produser. Karena produser adalah muara kontrak di dalam produksi film. Apabila perhatian produser tinggi pada aspek perlindungan terhadap tenaga kerja di industri, baik pada aspek jam kerja maupun perlindungan dari kekerasan, maka semua lini akan lebih peduli terhadap permasalahan ini dan tidak lagi menjadi perhatian satu atau dua orang saja.

Persoalan pemenuhan hak pekerja ini memang masih menjadi perdebatan di kalangan pekerja film di Indonesia. Hal yang menjadi masalah adalah karena regulasi pemerintah tentang ketenagakerjaan masih bias industri ekstraktif, sehingga ketika diterapkan

kepada industri kreatif, seperti perfilman Indonesia, menimbulkan banyak tantangan. Para produser belum menempatkan hak pekerja sebagai elemen penting perencanaan produksi, yang seharusnya sama pentingnya dengan pertimbangan efisiensi biaya serta penciptaan etika baru dalam produksi film.

Dengan situasi tersebut, asosiasi-asosiasi pekerja film seharusnya juga punya peran untuk mengutamakan kesejahteraan dan keamanan pekerja film. Asosiasi harus mengambil langkah lebih konkret untuk mendiskusikan permasalahan ini secara tripartit dengan melibatkan pemerintah dan investor. Sehingga, industri film Indonesia yang sedang berkembang hari ini, tetap memenuhi hak-hak pekerja film sehingga tidak lagi terabaikan.



KERAGAMAN KONTEN

Sejumlah perkembangan menarik muncul di industri perfilman Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Di level nasional, pemerintah Indonesia secara progresif menerbitkan beberapa kebijakan baru yang bertujuan mendorong kompetisi dan mendukung pertumbuhan perfilman Indonesia. Melalui Peraturan Presiden Nomor 44 tahun 2016, pemerintah membuka pintu investasi asing di bidang perfilman dengan merevisi Daftar Negatif Investasi (DNI)¹. Dengan revisi tersebut, persentase investasi asing diizinkan mencapai batas atas maksimal. Sebagai institusi negara yang bertanggung jawab dalam pengembangan ekonomi kreatif, BEKRAF turut mengambil peran dalam memfasilitasi akses permodalan yang kini terbuka lebih lebar melalui forum pendanaan film, Akatara, yang memasuki tahun ketiga pada 2019.

Lebih jauh, produksi film nasional menemukan momentum positif lain dengan kebijakan pembentukan Komisi Film Daerah (KFD). KFD merupakan hasil kolaborasi Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) dengan Badan Perfilman Indonesia (BPI), dan mulai aktif diluncurkan di berbagai kota sejak pertengahan 2018. Melalui kemudahan perizinan dan insentif pajak lokal, kebijakan tersebut diharapkan akan memfasilitasi para produser dan perusahaan film untuk memanfaatkan potensi sejumlah wilayah di tanah air sebagai lokasi shooting.

Di sisi industri, perfilman Indonesia tumbuh positif yang ditandai dengan volume produksi film panjang nasional yang terus meningkat. Dalam satu tahun, lebih dari seratus judul film panjang yang tayang di berbagai grup jaringan bioskop konvensional. Seiring dengan tren positif di produksi film, jumlah penonton domestik turut meningkat. Berdasarkan data yang dikumpulkan Film Indonesia, terdapat lebih dari 51 juta penonton bioskop pada 2018, yang berarti terjadi kenaikan sekitar 20% dari jumlah penonton tahun 2017.

Tak heran melihat industri film menjadi arena baru dalam modal ventura, sejumlah proyek produksi film pun berhasil memperoleh suntikan kapital dan iklim investasi di sektor perfilman tampak akan menguat. Namun, di tengah indikator-indikator kuantitatif yang secara umum positif, data menunjukkan bahwa keragaman konten terus menjadi tantangan. Bila keragaman diartikan secara sempit, yakni genre, film drama, komedi dan horor mendominasi layar lebar Indonesia, paling tidak, dalam periode 2016 hingga 2018. Data Film Indonesia menunjukkan bahwa 1 dari 4 judul film yang tayang di bioskop adalah film dari genre horor, kerap disisipi unsur dengan komedi dan konten sensual.

¹ Syahrul, Y 2016, 'Tarik Investasi Asing, Kepala BKPM Temui Produser Film Hollywood', Katadata.co.id, 27 Mei 2016. Diakses dari: <https://katadata.co.id/berita/2016/05/27/tarik-investasi-asing-kepala-bkpm-temui-produser-film-hollywood>

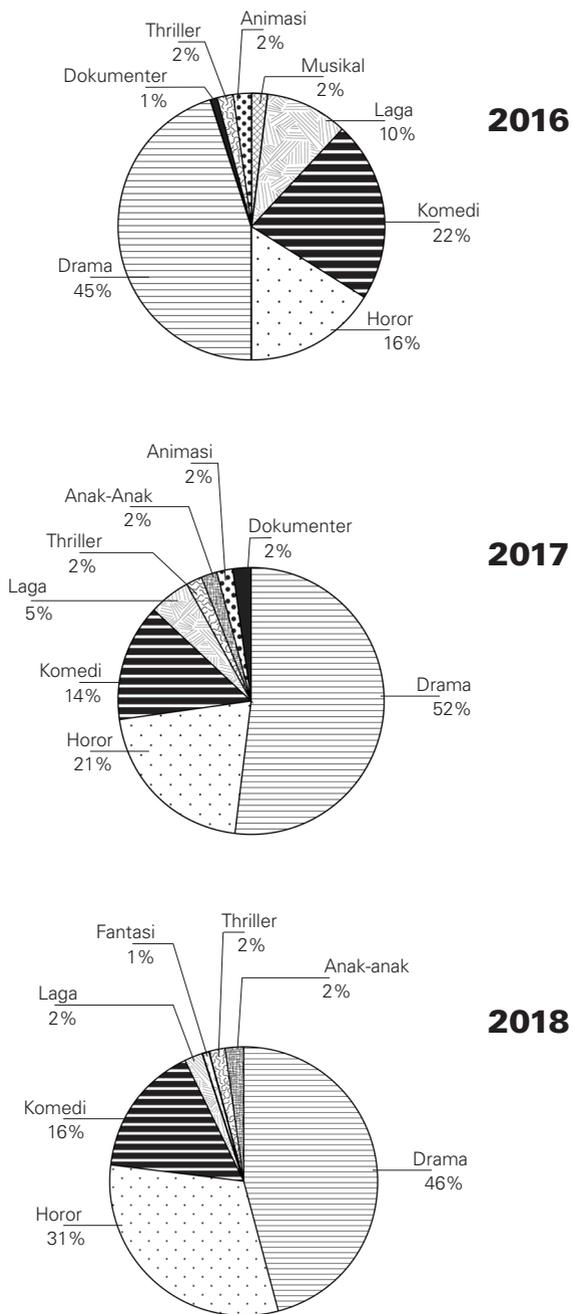
Hasil olahan data FI juga dapat menunjukkan data lebih spesifik dibandingkan laporan AC Nielsen 2017 yang menyatakan bahwa proporsi konsumsi sinema tanpa membedakan film impor dan film Indonesia, didominasi kelompok penonton berusia 20 – 34 tahun dengan jumlah 51%, lalu diikuti oleh kelompok penonton anak/remaja (10 – 19 tahun) sebanyak 33%. Dengan mengacu kepada pengelompokan usia klasifikasi film, data FI menunjukkan bahwa khusus untuk film Indonesia, jenis film yang memperoleh jumlah penonton paling banyak masih amat seragam, yakni yang diarahkan untuk target kelompok usia remaja (13+), disusul oleh kelompok dewasa (17+).

GENRE DAN KERAGAMAN KONTEN

Secara sederhana, genre dalam film dapat diartikan sebagai kategori yang berbasis pada kesamaan dalam narasi dan/atau emosi yang mungkin dialami oleh penonton. Grafik-grafik di bawah akan memberi gambaran yang lebih rinci perihal keragaman film Indonesia dari tahun 2016 hingga 2018 berdasarkan genre. Tidak sulit untuk melihat bahwa genre 'drama', 'komedi' dan 'horor' mendominasi konten film domestik. Pada 2018, tahun puncak produksi film domestik dalam tiga tahun berturut-turut, 132 judul film tayang di bioskop seluruh Indonesia, 46% dari total 132 judul film, atau 60 judul film adalah film drama.

Tentu saja klasifikasi berdasarkan genre memiliki keterbatasan. Selain ditentukan oleh penilaian subjektif pendata, hampir tidak ada film yang mengandalkan elemen narasi tunggal, misalnya, drama dalam keseluruhan film. Sebagai ilustrasi, dalam database FI, genre film 'drama' memiliki elemen dominan dari genre yang berbeda, antara lain drama komedi atau drama petualangan, dan juga mencantumkan sub-genre seperti drama anak-anak, drama romantis, dan lainnya. Bahkan film yang dijual sebagai film horor pun, sering kali disisipi unsur komedi.

Perspektif sempit yang dipakai untuk membaca keragaman konten film Indonesia sebatas genre menjadi lebih problematis karena beberapa alasan. Istilah keragaman dalam film mustahil dipersempit dalam pengertian 'narasi yang dominan' dan/atau racikan elemen emosi yang diharapkan dari penonton. Keragaman dalam konten media, baik medium teks ataupun medium audio-visual, lekat dengan konsep representasi dan gagasan yang kompleks—meliputi isu ruang, golongan sosial-ekonomi penonton, gender, budaya lokal, dan lain-lain. Bila keragaman konten film Indonesia terus menerus dibicarakan dari sudut pandang 'genre', ada konsekuensi yang serius terhadap makna keragaman, inklusivitas, serta realita sosial yang terjadi dan/atau tengah berkembang di masyarakat—baik di level nasional, ataupun di level lokal. Suatu pembahasan khusus mengenai film-film yang berada di luar kategori genre mayoritas ini sangat penting dilakukan di masa depan untuk mengenali potensi kekayaan keragaman konten serta reaksi penonton terhadap film-film dari jenis ini.



Grafik 5. Persebaran genre film Indonesia pada tahun 2016-2018

GENRE DAN PENONTON: LEBIH DARI ANGKA

Sejak lama, jumlah perolehan penonton merupakan indikator yang jamak digunakan, kalau tidak bisa dibilang utama, dalam menilai kesuksesan dan kualitas film nasional. Bahkan, informasi tentang jumlah penonton suatu film yang diperbaharui secara berkala selama film tersebut tayang di bioskop, mulai menjadi bahan konten pemasaran terkini yang dilakukan oleh produser dan sutradara. Dengan mempublikasikan perolehan penonton yang fantastis, suatu film seolah-olah ditampilkan sebagai suatu karya terkini yang menarik dan penting ditonton supaya individu-individu—baik penggemar film atau bukan, paling tidak, akan mempertimbangkan untuk menonton.

Berdasarkan data FI, sekilas, genre memiliki korelasi positif dengan kesuksesan mendulang penonton untuk datang ke bioskop. Dalam periode 2016 – 2018, film dengan genre drama, komedi dan horor berhasil memperoleh penonton di atas satu juta. Hanya pada tahun 2016, film bergenre horor tidak mampu menembus angka satu juta penonton. Di antara deretan film-film yang memperoleh penonton kurang dari 100.000, konten film Indonesia semakin beragam, paling tidak, dari segi genre.

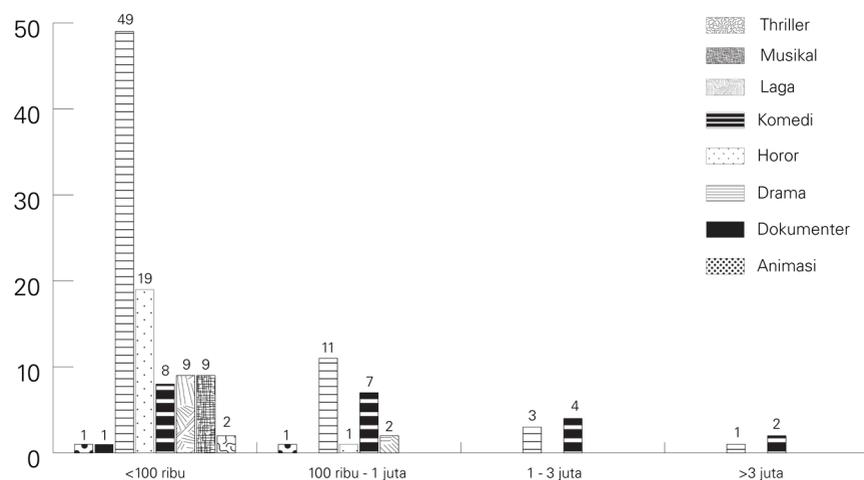
PERTANYAAN KUNCI

Dengan latar belakang tersebut, diskusi bersama para pelaku industri dan pemangku kepentingan lain untuk memanfaatkan momentum dengan tujuan menciptakan karya yang lebih berkualitas, kompetitif dan 'beragam' menjadi mendesak.

Pertama, bagaimana regulasi dan akses permodalan baru dapat mendorong produksi konten film yang lebih beragam dan demokratis di masa depan?

Kedua, di tengah kesempatan yang semakin terbuka lebar untuk berkolaborasi dengan produser dan kreator lokal dan internasional dan mengembangkan ekosistem berbasis Hak Kekayaan Intelektual (HaKI), apa tantangan dan peluang yang muncul dari tren tersebut terhadap keragaman konten?

GENRE DAN RENTANG JUMLAH PENONTON 2016



Grafik 6. Genre dan Rentang Jumlah Penonton 2016

Beberapa contoh judul

<100 ribu

Aisyah: Biarkan Kami Bersaudara
Athirah
Surat Dari Praha
A Copy of My Mind
Aach Aku Jatuh Cinta
Siti
The Window
Sunya

1 - 3 juta

Rudy Habibie
Hangout
Koala Kumal
Comic 8: Casino Kings, Part 2
Cek Toko Sebelah
ILY from 38.000 Ft
London Love Story

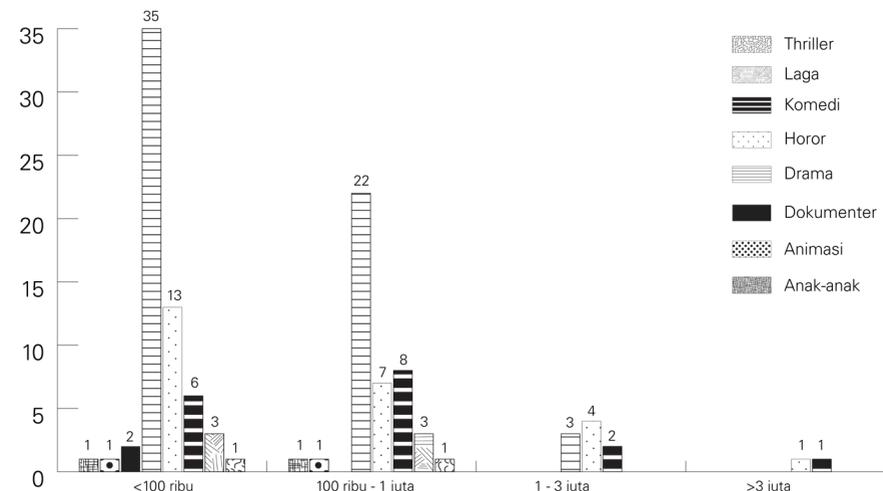
100 ribu - 1 juta

Headshot
Sabtu Bersama Bapak
Bulan Terbelah di Langit Amerika 2
Talak 3
Uang Panai
The Doll
Me vs Mami

>3 juta

Headshot
Sabtu Bersama Bapak
Bulan Terbelah di Langit Amerika 2
Talak 3
Uang Panai
The Doll
Me vs Mami

GENRE DAN RENTANG JUMLAH PENONTON 2017



Grafik 7. Genre dan Rentang Jumlah Penonton 2017

<100 ribu

Bukaan 8
Surau dan Silek
Istirahatlah Kata-Kata
Mooncake Story
Banda
Night Bus
Ziarah
My Generation
Last Barongsai
Suhu Beku
Turah

1 - 3 juta

Danur
Ayat-ayat Cinta 2
Jailangkung
Susah Sinyal
Surga Yang Tak Dirindukan 2
Mata Batin
The Doll 2
Surat Cinta Untuk Starla
Sweet 20

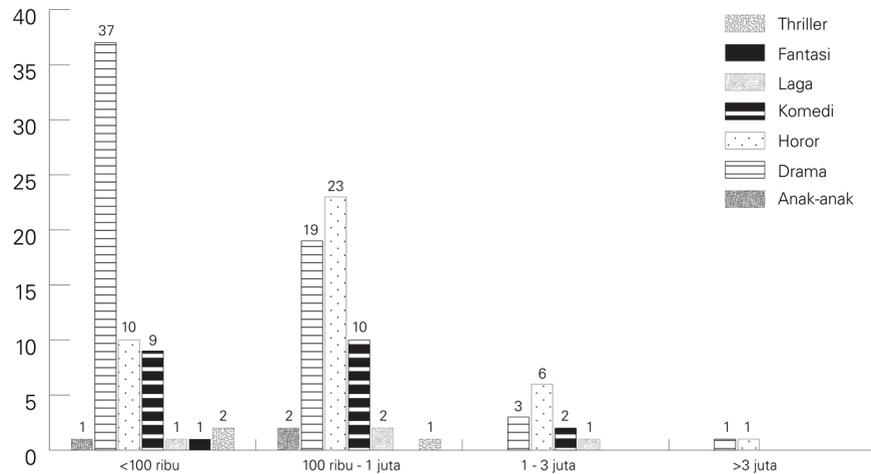
100 ribu - 1 juta

Si Juki The Movie
Posesif
Filosofi Kopi 2
Marlina
Naura & Genk Juara
Galih dan Ratna

>3 juta

Pengabdian Setan
Warkop DKI Reborn 2

GENRE DAN RENTANG JUMLAH PENONTON 2018



Grafik 8. Genre dan Rentang Jumlah Penonton 2018

Beberapa contoh judul

<100 ribu

Tengkorak
Guru Ngaji
Cindolo Na Tape
Sekala Niskala
Menunggu Pagi
Moonrise Over Egypt
Pai Kau

1 - 3 juta

Danur 2
Si Doel The Movie
Asih
Teman Tapi Menikah
Wiro Sableng
Milly & Mamet
A Man Called Ahok
Eiffel I'm In Love 2
Sebelum Iblis Menjemput

100 ribu - 1 juta

Yowis Ben
Koki-koki Cilik
Kulari Ke Pantai
Aruna & Lidahnya
Love for Sale
Jelita Sejuba
Lima

>3 juta

Dilan 1990
Suzzana

Untuk menjawab pertanyaan kunci pertama, penting untuk menelisik lebih jauh pandangan produser dan investor atas isu keragaman konten film Indonesia. Investor cenderung bekerja dengan logika “portfolio investment”. Dengan logika tersebut, investor hanya membutuhkan 1-2 film dari total proyek film yang didanai untuk berhasil meraup penonton secara masif sehingga mendatangkan untung. Dalam konteks keragaman film, model investasi tidak secara langsung mencegah produser film untuk bereksperimen dengan ide baru dan/atau orisinal, namun berkontribusi pada fenomena produksi film berbasis hak cipta dan hak kekayaan intelektual (HaKI).

Untuk membuat karya yang melampaui kategori genre konvensional, seperti drama, mungkin bukan pilihan yang berani diambil oleh investor dan produser. Di sisi lain, produser dan investor tak bisa menampik potensi karya populer—novel, buku memoar tokoh terkenal, komik, program televisi, dan lain-lain, untuk diadaptasi sebagai film. Daur ulang atau ekspansi hak cipta sebuah karya populer tentu menjadi pilihan menarik. Popularitas karya berarti peluang untuk menarik penonton dalam jumlah besar, yang tak lain merupakan para penggemar karya-karya tersebut. Parama Wirasmo, produser film *Marlina* dari Cinesurya Pictures, turut mengamini bahwa motivasi utama pembuat film adalah membuat karya film yang akan ditonton oleh massa dalam jumlah besar.

“[Kita] buat film untuk mencari penonton. Semakin banyak ditonton, semakin bagus.”

— Parama Wirasmo, Cinesurya Pictures

Pandu Birantoro dari Ideosource, sebuah modal ventura yang mulai gencar berinvestasi di film, tidak menutup mata terhadap dominasi film bergenre drama, horor dan komedi. Di mata Pandu, ketiga genre tersebut wajar merajai pasar karena sejak lama pasar penonton Indonesia disuguhkan film-film dengan genre itu. Namun, data perolehan penonton selama 2016-2018 mendorong investor baru di perfilman, seperti Ideosource, untuk melihat potensi film sebagai karya estetis dan produk ekonomi dengan mengadopsi perspektif HaKI. Bila menelisik lebih jauh data perolehan penonton film nasional dalam tiga tahun terakhir, akan terlihat pola atau tren yang semakin mendukung hipotesa bahwa memproduksi film dengan memanfaatkan HaKI sebuah karya yang terbukti sukses dan memiliki basis penggemar, berhasil pula meraih penonton dalam jumlah masif. Walau antusias, Pandu menekankan bahwa naskah film yang berkualitas dan merupakan hasil adaptasi karya lain, akan sulit dijual sebagai produk bila tidak didukung dengan model bisnis atau pemasaran yang solid.

“Iya film adalah karya estetika, tetapi juga sebuah produk ekonomi yang membutuhkan transaksi. A good story has to be backed up with a good business plan.”

– Pandu Birantoro, Ideosource

Angga Dwimas Sasongko, sutradara dan pendiri Visinema Pictures, adalah salah satu contoh pelaku industri yang secara serius membangun bisnis film dengan HaKI sebagai modal utama. Dari produk film, Visinema kemudian mentransformasi HaKI menjadi bentuk bisnis lain, seperti kedai kopi, setelah melihat kesuksesan film *Filosofi Kopi*, yang diadaptasi dari novel karya Dewi Lestari (Lihat Adzkie 2018)². Melampaui bisnis film Angga menyebut Visinema tengah membangun ekosistem berbasis HaKI. Kepada media, ia mengatakan “IP (Intellectual Property atau HaKI adalah aset inti perusahaan”.

Terkait pertanyaan kunci kedua, baik produser ataupun investor yang hadir dalam forum menyebut sumber daya manusia (SDM) sebagai tantangan dan masalah utama dalam mengembangkan industri perfilman Indonesia. Isu ketersediaan SDM berkualitas berpengaruh pada kemungkinan memproduksi film yang lebih kompleks—baik dari segi konsep ataupun teknis, dan punya potensi ekonomi yang cukup sehingga lolos uji kelayakan investasi di mata pemodal. Isu SDM film yang kompeten berimplikasi pada upah pekerja film yang melonjak tajam dan menyebabkan biaya produksi film meningkat secara signifikan. Dalam konteks pendanaan film, biaya produksi yang terlampaui besar dan menghabiskan biaya produksi film untuk upah pekerja film, membuat investor berpikir ulang, atau bahkan enggan untuk menaruh modal. Diskusi lebih rinci mengenai pekerja film dibahas dalam bagian lain buku ini.

Keragaman film Indonesia mustahil bila hanya menuntut pada para pemain yang lazim beredar di sirkuit industri, mulai dari produser, investor hingga eksibitor atau jaringan grup bioskop arus utama. Adrian Jonathan, kritikus dan pengamat film, meyakini bahwa salah satu cara efektif untuk mewujudkan keragaman konten film nasional adalah dengan mempertimbangkan relasi film dan publik yang heterogen, dan menemukan titik temu antara karya dan penonton.

² Adzkie, A 2018, ‘Memupuk Ekonomi Kreatif: Menuju ekonomi kreatif berbasis HaKI’, Beritagar.id, 7 Januari 2018. Dapat diakses di: <https://beritagar.id/artikel/seni-hiburan/menuju-ekonomi-kreatif-berbasis-haki>

Sarana pertunjukan non-bioskop, meliputi festival dan jaringan pemutaran informal yang dilakukan komunitas, sering dipandang sebelah mata. Penyebab utamanya ialah belum ada metode atau wadah untuk mendata film Indonesia yang tayang di sarana pertunjukan tersebut. Tantangan kedua ialah, kebanyakan outlet pertunjukan film non-bioskop bergantung pada jaringan kerja informal, tak jarang personal, sehingga seringkali tidak berkelanjutan. Padahal outlet ekshibisi alternatif tersebut memiliki peran strategis dalam menjangkau penonton lokal, mendorong budaya literasi dan apresiasi film di ekosistem-ekosistem non-bioskop di tingkat lokal dan berpotensi menciptakan pasar “penonton baru”.

“Mendukung keragaman film Indonesia sama dengan memperkuat pasar dan sarana tayang untuk film-film dengan rentang kepenontonan yang lokal atau spesifik. ... Tercatat ada sekitar 80 festival/ajang apresiasi film dan 300 komunitas film di Indonesia. Mereka membentuk jaringan produksi, distribusi, ekshibisi, dan apresiasi tersendiri yang turut bersinggungan dengan industri arus utama.”

– Adrian Jonathan Pasaribu, kritikus film

PEMANDANGAN UMUM INDUSTRI FILM INDONESIA

2019

Pengawas

Wawan Rusiawan
Maman Rahmawan

Tim Penyusun

Levriana Yustriani
Lisabona Rahman

Kontributor

Agus Mediarta
Deden Ramadani
JB Kristanto
Adrian Jonathan Pasaribu

Administrasi Proyek:

Irene Tatyana

Daftar Peserta Diskusi Terarah (Jakarta, 17-18 Mei 2019)

Cempaka Cita (CGV Indonesia)
Manael Sudarman (CGV Indonesia)
Lee Jung Jae (CGV Indonesia)
Dhayksa Nograha (Cinemaxx)
Alex Bastian (Cinemaxx)
Amerta Kusuma (Kawankawan Film)
Ifa Isfanyah (Four Colours Film)
B. Toto Prasetyanto (Miles Film)
Aditya Murti (Miles Film)
Fauzan Zidni (Aprofi)
Alysa Bachtiar (Indonesia Global Compact Network)
Agni Ariatama (IKJ)
Kus Sudarsono (UMN)
Gunawan Pagaru (BPI)
Dian Novita (LBH APIK)
Pandu Biantoro (Ideosource)
Adilla Amelia (Binus University)
Parama Wirasmo (Cinesurya)

Daftar Grafik

- Grafik 1. Pertumbuhan Bioskop dan Layar Tahun 2018 (hlm. 9)
- Grafik 2. Persebaran Geografis Bioskop di Indonesia (hlm. 10)
- Grafik 3. Keterlibatan Bekerja Sebagai Kru Berdasarkan Jumlah Judul Dalam Produksi Film 1998 - 2017 (hlm. 16)
- Grafik 4. Jumlah Kru Kreatif Berdasarkan Credit Title (hlm. 21)
- Grafik 5. Persebaran genre film Indonesia pada tahun 2016-2018 (hlm. 28)
- Grafik 6. Genre dan Rentang Jumlah Penonton 2016 (hlm. 30)
- Grafik 7. Genre dan Rentang Jumlah Penonton 2017 (hlm. 31)
- Grafik 8. Genre dan Rentang Jumlah Penonton 2018 (hlm. 32)

Tentang Pengelola



filmindonesia.or.id (FI) adalah situs web yang sejak 2010 menyajikan informasi tentang film Indonesia, baik berupa database katalog film, pekerja film, penayangan film beredar, jumlah penonton, dan kajian. Selain sebagai media publik, FI merupakan lembaga yang terdepan dalam melakukan pengumpulan dan pengolahan data terkait perfilman Indonesia dari aspek sosial, ekonomi dan budaya. Dalam menjalankan fungsinya memberikan pengetahuan tentang film Indonesia, FI juga menyediakan layanan pengolahan data dan analisis industri film Indonesia untuk kepentingan penelitian/kajian, industri, serta pengambilan kebijakan.



Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) adalah Lembaga Pemerintah Non Kementerian yang bertanggungjawab di bidang ekonomi kreatif dengan enam belas subsektor, salah satu di antaranya adalah Film, Video dan Animasi. Badan ini bertanggung jawab terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Penyajian data ini dilakukan dengan dukungan Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan.

PEMANDANGAN UMUM INDUSTRI FILM INDONESIA

*Ciptaan ini dilisensikan di bawah lisensi
Creative Commons Atribusi-NonKomersial-TanpaTurunan 4.0 Internasional.
Untuk melihat salinan lisensi ini, kunjungi
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>*



CC BY-NC-ND 4.0