

YOUTUBE AS AN ALTERNATIVE MEDIUM FOR APPRECIATING INDEPENDENT SHORT FILMS

Zafira Saraswati Yasmin Sekarnegara¹ dan Handriyotopo²

^{1 2} Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta, Indonesia
E-mail: zafirasaraswatiys@gmail.com

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has forced people to use Youtube social media when enjoying entertainment, especially films, including independent short films. This study seeks to illustrate YouTube as an alternative medium for appreciating independent short films, particularly in Surakarta City. This study employs a qualitative research method that emphasizes a thorough and critical point of view and is supported by a phenomenological perspective. Data were collected through observation and literature study and analyzed qualitatively. The research results consider using YouTube as an alternative media for appreciating independent short films suboptimal. Most filmmakers, communities, or production houses use streaming platforms like YouTube only to promote their continued existence and create networks between filmmakers.

Keywords: *Appreciation, short film, YouTube, and Surakarta*

ABSTRAK

Pandemic Covid-19 memaksa orang untuk menggunakan media sosial Youtube ketika menikmati hiburan khususnya film, termasuk film pendek independen. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai YouTube sebagai alternatif media apresiasi film pendek independen, khususnya yang ada di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang menekankan pada sudut pandang detail, kritis, dan didukung perspektif fenomenologi. Pengumpulan data menggunakan metode observasi dan studi pustaka, serta analisis data kualitatif. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemanfaatan YouTube sebagai alternatif media apresiasi film pendek independen dianggap belum maksimal. Kebanyakan sineas, komunitas, ataupun rumah produksi dalam memanfaatkan *platform streaming* seperti YouTube hanya sebagai upaya mengukuhkan eksistensi dan membangun jejaring antar sineas saja.

Kata kunci: Apresiasi, film pendek, YouTube, and Surakarta.

1. PENDAHULUAN

Di Indonesia, sejak dulu film pendek banyak disebut sebagai film independen yang memiliki durasi pendek dengan kecenderungan bersifat eksperimental, berani menyuguhkan tema maupun gaya penuturan yang baru dan segar. Kini format film pendek tidak hanya digunakan oleh

sineas independen saja, tetapi juga telah banyak digunakan secara komersial. Yoppy Ardiyono dalam artikel ilmiah yang berjudul *Perkembangan Motif Sineas Film Inde dalam Menghadapi Industrri Film Mainstream* menjelaskan bahwa sineas film pendek independen beranggapan apabila sebuah karya film bukan hanya sebuah

hiburan, tetapi juga media yang dapat digunakan untuk menyebarkan pemikiran, meskipun melalui karyanya tersebut mereka tidak banyak mendapatkan keuntungan secara finansial (Ardiyono, 2016). Pemikiran idealis oleh sineasnya menyebabkan eksistensi film pendek independen dianggap masih lebih lambat dibandingkan film yang berada di arus utama/film komersial. Bahkan, lambatnya eksistensi film pendek independen juga dikarenakan kurangnya perhatian serius dari berbagai pihak seperti masyarakat, organisasi, dan komunitas. Selain itu, keterbatasan program distribusi dan ekshibisi bagi film pendek independen, regulasi pemerintah, dan kehadiran ruang apresiasi di berbagai daerah yang masih lemah. Sehingga, hal ini juga berdampak pada kurangnya kebutuhan dan pengetahuan masyarakat terhadap film pendek independen. Meskipun jarang dibahas, namun kehadiran film pendek independen sebenarnya sangat penting dan dapat mempengaruhi masyarakat luas.

Apabila membahas tentang industri film, tentu perlu juga untuk membahas rantai utama dalam pembentuk industri film. Berdasarkan artikel ilmiah yang ditulis oleh Idola P. Putri, memaparkan bahwa industri film terbentuk dari kolaborasi tiga rantai utama; rantai produksi, distribusi dan ekshibisi. Rantai produksi merupakan tahapan paling awal mulai dari penggalangan dana/investasi hingga

persiapan film untuk dirilis. Selama itu, dalam rantai produksi juga terjadi berbagai proses kreatif, mulai dari tahap pengembangan ide, praproduksi, produksi dan pascaproduksi karya film. Setelah sineas memproduksi karya film, rantai distribusi hadir dengan tujuan untuk menyebarkan film ke berbagai jaringan bioskop, televisi, *home video* (DVD dan VCD) dan media daring maupun media sosial. Tahap akhir pada rantai ekshibisi merupakan proses pengelolaan karya film, dimana film pada akhirnya dapat dikonsumsi oleh penonton melalui berbagai media apresiasi, seperti pemutaran di bioskop, festival film (dalam dan luar negeri), televisi maupun media daring (I. P. Putri, 2017). Meskipun ketiga rantai utama tersebut juga ada di dalam film pendek independen, namun dalam proses, pelaku, kegiatan dan medianya memiliki perbedaan dengan film yang ada di arus utama/komersial.

Lebih lanjut, dalam artikel ilmiah yang ditulis oleh Putri Sarah Amelia dipaparkan apabila film sejak dahulu telah dianggap sebagai sebuah seni yang eksklusif, karena untuk mengapresiasinya dibutuhkan seperangkat persiapan, peralatan tertentu, dan harus ditayangkan pada ruangan yang lebar, kedap suara, dan gelap total, sehingga para penontonnya dapat menikmati karya film secara khusyuk (Amelia, 2016). Ruang apresiasi yang telah berkembang di tengah

masyarakat sejak dulu adalah melalui jaringan bioskop. Selain itu, artikel ilmiah milik Dara Bunga Rembulan memaparkan apabila ekshibi secara langsung melalui jaringan bioskop ini terbagi menjadi dua, yaitu bioskop konvensional (*mainstream*) dan *nonmainstream* atau biasa disebut bioskop alternatif (Rembulan, 2011). Bioskop *nonmainstream* yang lebih eksis disebut sebagai bioskop alternatif merupakan ruang apresiasi yang diadakan oleh berbagai komunitas film dengan sifat non-komersial dan untuk penonton yang terbatas, karena penayangan karya film melalui bioskop alternatif biasanya hanya dihadiri oleh sineas dan penonton yang sungguh-sungguh tertarik dan menyukai film. Jenis karya film yang sering diapresiasi melalui bioskop alternatif adalah karya film independen (film panjang maupun film pendek). Hadirnya berbagai alternatif media apresiasi untuk karya film dapat diartikan bahwa berbagai karya film (komersial dan non-komersial) keduanya membutuhkan sarana apresiasi yang bertujuan untuk mempertemukan karya film dengan penontonnya.

Sineas film pendek independen yang biasanya lahir dari para pelajar, mahasiswa ataupun orang-orang yang baru saja berkecimpung di perfilman banyak memanfaatkan ruang apresiasi alternatif dan berbagai program kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah, universitas, kine klub, komunitas film dan lembaga

kebudayaan sebagai media apresiasi bagi karyanya. Festival film menjadi salah satu program kegiatan apresiasi secara langsung yang paling populer dan banyak diminati oleh sineas film pendek independen. Kegiatan mengapresiasi karya film pendek independen melalui festival film sayangnya tidak semua film dapat langsung ditayangkan, namun sineas yang telah berhasil melewati kurasi bisa mendapatkan kesempatan untuk mempresentasikan karyanya. Bahkan, bagi sineas terbaik dalam kategori tertentu akan memperoleh penghargaan dan dapat meningkatkan popularitas di mata masyarakat. Sedangkan, sineas film pendek independen yang tidak berhasil melewati penilaian kurasi, harus kembali berjuang mencari media apresiasi lainnya agar dapat mempertemukan karya filmnya dengan penonton.

Upaya memutar karya film secara langsung sebagai sarana apresiasi sebenarnya memiliki keterbatasan dalam hal ruang dan waktu. Hal ini terlihat pada masa Pandemi Covid-19, banyak kegiatan promosi dan pemutaran film yang akan diadakan secara langsung ternyata dihentikan. Namun, hal tersebut tetap mendorong masyarakat untuk bisa menikmati hiburan yang pada akhirnya beralih secara daring. Meskipun cara menonton film secara daring bukanlah hal yang baru, fenomena tersebut juga ikut mempengaruhi cara masyarakat dalam

mengapresiasi film, termasuk film pendek independen. Sehingga, fenomena tersebut menjadikan sineas juga dituntut untuk beradaptasi dengan kondisi yang ada. Kegiatan mengapresiasi film pendek independen yang sebelumnya hanya bertumpu pada kegiatan mengapresiasi secara langsung, akhirnya juga dilakukan secara daring seperti halnya melalui YouTube.

YouTube dapat dikatakan sebagai alternatif media apresiasi film pendek independen, karena dapat berfungsi sebagai sarana penghubung dalam kegiatan apresiasi film. Youtube mampu menjangkau penonton yang lebih luas, dapat diakses dengan mudah, gratis, dan memungkinkan untuk dilakukan penayangan yang lebih lama. Dengan media YouTube, sineas film pendek independen juga memungkinkan untuk dapat meraup keuntungan secara finansial melalui sistem donasi, sponsor, monetisasi (*AdSense*) dan *branding*. Namun, dalam pelaksanaan *self-distribution* melalui YouTube masih dianggap sulit untuk dilakukan, karena membutuhkan pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang tepat dan tenaga di bidang penjualan (*marketing*) yang profesional. Sehingga, penelitian ini menjadi penting, karena terdapat wawasan dan informasi baru bagi peneliti dan pembaca berupa pemaparan mengenai YouTube yang dimanfaatkan sebagai

alternatif media apresiasi film pendek independen. Selain itu, akan memberikan berbagai manfaat, inspirasi baru bagi sineas dan masyarakat serta mungkin bagi perkembangan industri film pendek independen.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Seperti yang disampaikan oleh Raymond Williams mengenai konsep budaya dalam artikel ilmiah milik Pujo Sakti Nur Cahyo yang berjudul *Cultural Studies: Perlintasan Paradigmatik dalam Ilmu Sosial*, bahwa budaya merupakan keseluruhan gaya hidup yang menggabungkan rasa, nilai, praktik dan artefak. Williams berpendapat bahwa penting untuk melihat budaya dan masyarakat di berbagai sisi dan membuang sekat antara satu budaya dengan budaya lainnya (Cahyo, 2017). Seorang peneliti haruslah dapat melihat berbagai kebudayaan dan masyarakatnya sebagai hal yang sama-sama penting untuk diteliti. Sehingga, nantinya sebuah penelitian tidak hanya berusaha untuk mengeksplorasi satu sisi dari suatu kebudayaan saja dalam ideologi maupun hegemoni tertentu, namun juga dapat dilakukan sebuah penelitian yang menyeluruh.

Selain itu, penelitian berjudul *Kedudukan Ruang Bioskop sebagai Media Apresiasi Film* yang ditulis oleh Dara Bunga Rembulan, juga menjadi salah satu tinjauan penelitian ini.

Kebutuhan akan ruang apresiasi bagi film dipandang penting sebagai komponen dari sirkulasi industri film dan promosi karya. Demikian pula, meningkatnya antusiasme masyarakat terhadap film pendek independen juga dapat diartikan sebagai keberhasilan penyediaan ruang apresiasi. Dengan bertambahnya jumlah penonton dan ruang apresiasi film, menunjukkan adanya penyesuaian metode dan inovasi dalam menikmati film (Rembulan, 2011).

Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tantangan lainnya bagi industri film bukan hanya mengenai produksi karyanya saja, namun juga tentang penyediaan ruang apresiasi film yang nantinya dapat mempengaruhi masa depan karya film.

Menurut teori Herbert Spencer yang merupakan seorang filsuf dan pemikir teori liberal klasik.

Seni berkembang melalui proses perubahan pandangan atau cara berpikir, baik itu secara individu, kelompok maupun dalam masyarakat. Di dalam teorinya tersebut juga dapat diartikan dengan berkembangnya seni berarti juga berkembangnya ilmu dan teknologi (Raho, 2016).

Maka pernyataan tersebut relevan dengan fenomena yang menjadi fokus penelitian ini, dimana sejak terjadinya Pandemi Covid-19 yang melanda dunia, mendorong banyak orang untuk tetap dapat menikmati hiburannya dan sebagian besar diantaranya beralih ke sistem daring. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan pandangan atau cara berpikir, baik itu secara individu maupun kelompok akan

mendorong seni untuk berkembang, khususnya secara daring.

Tontonan film secara daring melalui *platform streaming* dapat diakses secara mudah hanya melalui ponsel, personal computer (PC), laptop, dan tablet PC. Selain itu, penonton juga dapat menikmati film dimanapun dan kapanpun mereka inginkan. Ketenaran *platform streaming* seperti halnya YouTube bukan hanya didorong oleh kemajuan teknologi internet dan Pandemi Covid-19 saja, namun juga dikarenakan sineas mulai menyadari betapa pentingnya media promosi dan apresiasi bagi film pendek independen yang seharusnya dapat dilakukan secara lebih mudah dan menjangkau penonton secara lebih luas dibandingkan hanya mengedepankan aspek produksinya saja.

Penelitian mengenai *Bisnis dalam Rumah (Mediatisasi Bioskop)* yang merupakan penelitian dari Fina Zahra, juga menjadi bahan tinjauan bagi penelitian ini.

Menonton film secara daring dapat menjadi tempat untuk mengapresiasi privatisasi cara menonton film yang biasanya dilakukan di ruang publik. Hal ini dikarenakan meskipun menonton film yang sama di media daring, setiap akun pengguna diperbolehkan untuk menentukan kapan dan bagaimana dalam menikmati film dengan aturan yang lebih longgar daripada saat menonton di bioskop (Zahra, 2020).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa meskipun cara menonton secara daring bukanlah hal baru, namun *platform*

streaming tidak dapat diartikan hanya sebagai mengalihkan wahana kegiatan menonton film saja. Tetapi, juga dapat memberi berbagai pengalaman baru kepada penonton, seperti memunculkan konsep privatisasi dalam mengapresiasi film.

Selain mengutamakan kebutuhan akan perkembangan ruang apresiasi bagi film pendek independen, saat ini tantangan lainnya bagi sineas adalah membuat penonton dapat memiliki ikatan emosional, dan mendapatkan berbagai pengalaman secara personal dengan karya film, sineas, aktor dan lain sebagainya. Dengan memanfaatkan *platform streaming* YouTube, apabila *marketing mix* dapat dilaksanakan dengan baik oleh sineas film pendek independen, maka nantinya akan tercipta ikatan tersebut.

The Marketing Science Institute menyatakan apabila *marketing mix* dapat diartikan sebagai *customer engagement*, suatu manifestasi perilaku pelanggan terhadap *brand* (perusahaan) di luar aktivitas pembelian yang dihasilkan dari motivasi individu. Bahkan, melalui kepercayaan tersebut, nantinya dapat memberikan peluang bagi sineas untuk dapat menciptakan lebih banyak karya baru dan memiliki nilai ekonomi bagi setiap karyanya. Dalam usaha menciptakan nilai ekonomi sebuah karya dibutuhkan juga pemasaran sebagai kegiatan untuk mengidentifikasi, mengkomunikasikan,

menciptakan dan memantau nilai pelanggan. Namun, kegiatan pemasaran tersebut juga membutuhkan kemampuan dan keterampilan setiap individu untuk dapat berinovasi dan meningkatkan kreativitasnya (Hasan, 2018). Maka, bagi industri film, peningkatan kreativitas dan inovasi bukan hanya dalam rantai produksinya saja, namun juga harus meliputi rantai distribusi dan ekshibisi. Salah satunya dengan memanfaatkan YouTube sebagai alternatif media apresiasi film pendek independen.

Berdasarkan tinjauan terhadap bahan pustaka tersebut, maka dapat diketahui bahwa penyediaan alternatif media apresiasi sangat penting bagi karya film, termasuk film pendek independen. Bukan hanya untuk memenuhi rantai distribusi dan ekshibisi karyanya saja, namun penyediaan alternatif media apresiasi melalui *platform streaming* seperti YouTube sebenarnya juga dapat mempengaruhi *marketing mix* dan hubungan secara personal antara penonton dengan film dan sineasnya. Bahkan, fenomena tersebut nantinya juga dapat berpengaruh pada masyarakat luas.

3. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang menekankan pada sudut pandang detail, kritis, dan didukung perspektif fenomenologi. Penelitian ini dimaksudkan untuk memahami tentang

kajian dari fenomena. Objek penelitian yaitu kanal Youtube komunitas film Himafisi ISI Surakarta dan Yayasan Kembang Gula di Surakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan studi pustaka, serta analisis data memakai analisis kualitatif.

4. PEMBAHASAN

4.1. Media Apresiasi Film Pendek Independen

Film merupakan salah satu medium komunikasi yang menarik dan efektif bagi masyarakat. Hal tersebut dapat menarik minat sineas untuk berupaya terus meningkatkan jumlah produksi karyanya. Salah satu faktor pendorong dari peningkatan jumlah produksi film adalah kreativitas sineasnya. Berbagai ide, tema dan teknik yang semakin beragam dapat dikemas secara kreatif, sehingga menghasilkan karya film yang mampu menggugah perhatian penonton (Rembulan, 2011). Adanya peningkatan produktivitas karya film, maka diperlukan juga akan ketersediaan sarana untuk pemasaran dan apresiasi film secara lebih luas.

Sejak dahulu film telah dianggap sebagai sebuah seni yang eksklusif. Untuk mengapresiasinya dibutuhkan seperangkat persiapan dan peralatan tertentu, dan haruslah ditayangkan pada ruangan yang lebar, kedap suara, dan gelap total, sehingga para penontonnya dapat

menikmati karya film secara khuyuk (Amelia, 2016). Ruang apresiasi yang telah berkembang di tengah masyarakat sejak dulu adalah melalui jaringan bioskop. Ekshibisi secara langsung (*offline*) melalui jaringan bioskop ini terbagi menjadi dua, yaitu bioskop *mainstream* dan *nonmainstream* (Rembulan, 2011). Bioskop *mainstream* sering juga disebut sebagai jaringan bioskop konvensional yang didominasi oleh jaringan 21, film-film yang diputar biasanya memiliki berbagai batasan-batasan teknis film (seperti durasi film, *genre* dan lain sebagainya). Sedangkan, bioskop *nonmainstream* disebut bioskop alternatif, merupakan ruang menonton yang diadakan oleh kelompok tertentu yang sebagian besar memiliki sifat non-komersial dan untuk penonton terbatas. Penayangan film melalui bioskop alternatif biasanya hanya dihadiri oleh penonton yang sungguh-sungguh tertarik dan menyukai film.

Apresiasi film melalui bioskop alternatif biasanya diselenggarakan oleh universitas, sekolah, komunitas film, kine klub, lembaga kebudayaan dan lain sebagainya. Sedangkan, jenis filmnya yang diputar adalah film independen (film panjang maupun film pendek). Film-film tersebut kemudian dipresentasikan dalam bentuk serangkaian kegiatan seperti festival, workshop, dan diskusi (Rembulan, 2011). Di antara kegiatan tersebut, festival film menjadi salah satu kegiatan apresiasi

yang paling populer dan banyak diminati oleh sineas. Meskipun tidak semua karya film yang terdaftar dapat langsung ditayangkan melalui festival, namun beberapa sineas yang telah berhasil melewati kurasi bisa mendapatkan kesempatan untuk mempresentasikan karyanya. Bahkan, bagi sineas terbaik dalam kategori tertentu akan memperoleh penghargaan dan meningkatkan popularitas di mata masyarakat.

Adanya jaringan bioskop (*mainstream* maupun alternatif) menunjukkan bahwa semua jenis karya film (komersial dan non-komersial) sama-sama membutuhkan sarana apresiasi yang bertujuan untuk mempertemukan film dengan penontonnya. Namun, upaya distribusi dan ekshibisi secara langsung (*offline*) sebagai sarana apresiasi film sebenarnya memiliki keterbatasan dalam hal ruang dan waktu. Hal ini terlihat pada masa Pandemi Covid-19, banyak film yang mengalami penundaan penayangannya, kendala strategi pemasaran, promosi dan *branding*. Supaya proses distribusi dan ekshibisi film tetap bisa dilaksanakan, maka dibutuhkan media yang lebih leluasa, praktis, dan dapat menjangkau target audiens yang lebih luas. Misalnya, dengan memanfaatkan *platform streaming* dan media sosial seperti YouTube sebagai sarana alternatif untuk melakukan proses promosi dan apresiasi film.

4.2. YouTube sebagai Alternatif Media Apresiasi Film Pendek Independen

Kesadaran tentang pentingnya ruang apresiasi bagi karya film menjadi lebih tajam ketika dibatasi gerakannya (Rembulan, 2011). Pandemi Covid-19 mendorong masyarakat menikmati hiburan secara daring melalui *platform streaming*. Hal ini juga terfasilitasi oleh teknologi internet masa kini yang maju, sehingga menonton film melalui *platform streaming* dan media sosial menjadi lebih eksis dibandingkan sebelumnya. Salah satu film pendek independen yang sempat menghebohkan dunia maya dan berhasil mendapat sorotan besar dari masyarakat sejak filmnya ditayangkan melalui kanal YouTube adalah film *Tilik* (2018).

Tilik (2018) merupakan sebuah film pendek independen yang diproduksi oleh Ravacana Film, yang lolos kurasi dana Istimewa Yogyakarta pada tahun 2018. Film yang berdurasi 32 menit 34 detik ini mengisahkan rombongan ibu-ibu yang sedang dalam perjalanan ke rumah sakit untuk menjenguk Bu Lurah. Mereka pergi menggunakan truk. Dalam perjalanan tersebut berbagai macam gosip mulai bermunculan dan mewarnai obrolan mereka.

Besarnya sambutan masyarakat terhadap film *Tilik* (2018) dapat dijadikan salah satu acuan atas keberhasilan pemanfaatan YouTube sebagai alternatif media apresiasi film pendek independen

oleh rumah produksi maupun sineasnya. Maka, konsep *personal selling* melalui kanal YouTube yang telah dilakukan oleh film *Tilik* (2018) sebenarnya juga dapat diadaptasi oleh sineas film pendek independen lainnya sebagai alternatif media promosi ataupun apresiasi.

Kini YouTube bukan lagi sekedar media untuk bersosialisasi dengan teman dan kerabat dekat saja, karena YouTube telah berhasil menembus komunikasi antara individu dengan masyarakat yang lebih luas melalui konten (audio visual) yang dibagikan (S. D. Putri & Fithrah, 2017). Selain itu, sineas film pendek independen bukan hanya dapat memanfaatkan YouTube sebagai media apresiasi film saja, tetapi juga bisa melakukan serangkaian kegiatan strategi pemasaran, promosi, dan *branding*.

Sejak dulu film pendek independen dianggap tidak banyak memberi keuntungan secara finansial, namun dengan memanfaatkan YouTube dengan baik, maka sineas dapat membuka peluang baru bagi karyanya untuk bisa memiliki nilai ekonomi dengan melalui sistem monetisasi (*AdSense*) dan *branding*. Monetisasi (*AdSense*) dapat diartikan sebagai proses menghasilkan uang dari video-video YouTube yang diunggah dengan mengaktifkan fitur-fitur iklan di dalam video, dengan ketentuan akun sudah terverifikasi. Sedangkan, *branding* bertujuan untuk membangun persepsi dan membangun

rasa percaya masyarakat kepada suatu *brand*, sehingga suatu *brand* dapat dibedakan dari *brand* pesaing. Bagi sineas film pendek independen, *branding* juga memiliki dampak yang penting, karena nantinya sineas akan mendapatkan popularitas di mata masyarakat dan memungkinkan untuk bisa lebih banyak menciptakan karya film kedepannya. Seperti halnya yang sudah terjadi pada sineas film *Tilik* maupun rumah produksi Ravacana Film.

Bagi penonton atau masyarakat luas, mengapresiasi karya film melalui *platform streaming* seperti YouTube dapat lebih memudahkan mereka untuk menemukan banyak karya film pendek independen. Hal ini dikarenakan YouTube dapat diakses dimanapun dan kapanpun dengan mudah melalui ponsel, *personal computer* (PC), laptop, ataupun *tablet* PC. Selain dapat lebih mudah untuk dijangkau, apresiasi film melalui *platform streaming* yang legal seperti YouTube, Netflix, Bioskop Online, KlikFilm, Buttonljo dan lebih banyak lagi, dapat memberikan sistem dan fasilitas yang berbeda. Karena, dianggap lebih leluasa dan praktis dibandingkan dengan menonton film secara konvensional (di bioskop). Para penonton tidak perlu mengantri untuk mendapatkan tiket, tidak perlu berdandan seperti ketika akan menonton di bioskop, dan tidak ada kekhawatiran karena dilarang membawa makanan maupun minuman selama

menonton film dan lain sebagainya.

Berbagai kemudahan baru yang ditawarkan oleh *platform streaming*, kemudian menjadikan kedudukan penonton yang sebelumnya diposisikan hanya sebagai penikmat karya film saja. Kini penonton secara aktif dapat langsung menilai dan mendiskusikan berbagai karya film yang ditontonnya. Bahkan, mereka juga secara aktif dapat langsung memutuskan tontonan seperti apa yang sesuai dan layak dengan kebutuhan masing-masing. Dengan memanfaatkan *platform streaming*, karya film dan penontonnya juga dapat menciptakan ikatan emosional yang lebih personal dan saling terhubung. Sehingga, nantinya karya film dapat menjangkau *target audience* lebih luas dengan cara melalui mesin pencarian, menyebarkan konten promosi film maupun laman film terkait, diulas dan direkomendasikan melalui satu audiens ke audiens yang lebih luas lagi.

4.3. YouTube sebagai Alternatif Media Apresiasi Film di Kota Surakarta

Dalam perkembangannya, dahulu film pendek independen lebih hidup di ibu kota, kini telah banyak tumbuh berkembang di berbagai daerah, seperti di Kota Surakarta. Perkembangan ini berdampingan dengan kreativitas dan inovasi produksi film yang mulai tumbuh dan bertambah, media apresiasi dan berbagai komunitas film pendek

independen juga semakin banyak bermunculan. Di sisi lain, perkembangan media sosial dan *platform streaming* justru hanya dimanfaatkan dalam membangun jejaring antar sineas dan komunitas film saja. Namun, pemanfaatan media sosial dan *platform streaming* seperti YouTube sebagai alternatif media apresiasi film pendek independen dianggap belum maksimal.

Kampus merupakan salah satu tempat lahirnya sineas film pendek independen. Beberapa kampus di Kota Surakarta memiliki mata kuliah dan program studi yang fokus pada perfilman; materi yang disampaikan mulai dari ilmu dasar mengenai perfilman, memproduksi karya film pendek independen, hingga penyediaan media apresiasi dan promosi bagi karyanya. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, sineas baru yang lahir dari lingkungan kampus ini cenderung hanya memanfaatkan festival film saja sebagai media presentasi bagi karyanya. Sedangkan, pemutaran secara daring melalui *platform streaming* seperti YouTube baru dimanfaatkan setelah terjadinya Pandemi Covid-19, yang memaksa sineas untuk tetap bisa beradaptasi dalam kondisi keterbatasan ruang gerak bagi media apresiasi untuk karyanya.

Penelitian dilakukan terhadap kanal YouTube Himafisi ISI Surakarta, merupakan akun dari himpunan mahasiswa Institut Seni Indonesia Surakarta. Konten

audio visual yang dibagikan melalui kanal YouTube Himafisi hanyalah berupa ringkasan dari berbagai kegiatan, terdapat juga video penuh dari diskusi dan seminar nasional yang telah dilakukan. Selain itu, YouTube juga pernah dimanfaatkan oleh Himafisi ISI Surakarta sebagai media apresiasi bagi film pendek independen, namun hanya ditayangkan secara langsung (*live streaming*). Idealnya kanal Himafisi dapat lebih membantu mahasiswa untuk bisa mengapresiasi, mempromosikan, dan mempresentasikan karya filmnya, ternyata belum mencapai hasil terbaiknya. Apabila melihat dari jumlah pengikutnya, penonton, jumlah *likes* dan komentar, maka *marketing mix* yang telah dilakukan oleh pengelola akun tampak belum maksimal. Sehingga, hal ini tidak memunculkan hubungan, ikatan emosional, ataupun berbagai pengalaman baru secara personal antara konten yang ditayangkan, penonton, dan sineas yang berjejaring dalam kanal Himafisi ISI Surakarta.

Selain tumbuh melalui lingkungan kampus, tidak sedikit sineas baru yang juga lahir secara otodidak dan berjejaring dengan komunitas ataupun organisasi perfilman yang ada di daerahnya. Yayasan Kembang Gula merupakan salah satu komunitas perfilman di Kota Surakarta yang aktif menyediakan media apresiasi bagi film pendek independen. Yayasan Kembang Gula juga menyediakan berbagai program yang bertujuan untuk

mengembangkan industri perfilman di Kota Surakarta, seperti; melakukan pelatihan untuk para pekerja film amatir ataupun profesional, pemberian materi dan pelatihan untuk pelajar melalui ekstrakurikuler di sekolah, melakukan produksi film pendek dan panjang, pengadaan festival film di kampung dan sebagainya.

Yayasan Kembang Gula secara aktif telah melakukan berbagai kegiatan secara langsung yang berguna untuk mengembangkan industri perfilman di Kota Surakarta, namun pemanfaatan *platform streaming* seperti YouTube sebagai alternatif media apresiasi dan promosi dianggap masih belum maksimal. Konsep *personal selling* melalui kanal YouTube yang dilakukan oleh Yayasan Kembang Gula hanya mengunggah konten *trailer* kegiatan Festival Film Merdeka dan 6 film pendek independen yang telah diproduksi.

Meskipun film-film yang telah diunggah dapat menarik sejumlah penonton, namun hal tersebut belum dapat menciptakan ikatan emosional yang lebih personal dan saling terhubung antara penonton, karya film, dan sineasnya. Padahal, bagian terbaik dari seni adalah kita dapat memberikan perhatian khusus terkait kehidupan berkesenian sang seniman dan karya seninya saat karya itu tercipta serta diapresiasi oleh masyarakat pendukungnya (Dawami, 2021).

Pelaksanaan *marketing mix* dalam kanal YouTube milik Himafisi ISI Surakarta dan Yayasan Kembang Gula sebenarnya dapat lebih dimaksimalkan, apabila mereka juga lebih banyak membagikan konten promosi, seperti; *trailer*, video cerita di balik layar (*behind the scene*), video *bloopers* dan lain sebagainya. Melalui berbagai konten tersebut, nantinya karya film pendek independen akan diperkirakan dapat menjangkau *target audience* lebih luas. Hal ini sama seperti yang telah dilakukan pada film pendek *Tilik* oleh rumah produksi Ravacana Film.

5. SIMPULAN

Kebutuhan ruang apresiasi karya film pendek independen melalui jaringan bioskop ataupun secara daring (*platform streaming* dan media sosial) sangat penting sebagai bagian dari sistem distribusi dan ekshibisi. Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa apabila *platform streaming* seperti YouTube hanyalah salah satu bentuk lain dari bioskop alternatif bagi kegiatan distribusi dan ekshibisi film. Kehadiran *platform streaming* dalam industri film pendek independen bukanlah ancaman bagi bioskop alternatif yang sudah ada.

Paradigma film pendek independen yang selalu dianggap kesulitan menemukan ruang untuk mengapresiasi karyanya dan tidak banyak memberi keuntungan secara finansial, kini mulai

terpatahkan dengan kehadiran *platform streaming* seperti YouTube. YouTube dapat menjadikan setiap film memiliki kemampuan untuk bertemu langsung dengan *target audience* yang lebih luas sesuai dengan target pemasaran, bahkan memiliki nilai ekonomi.

Hasil penelitian yang telah dilakukan di Kota Surakarta menunjukkan bahwa pemanfaatan YouTube sebagai alternatif media apresiasi film pendek independen dianggap belum maksimal. Kebanyakan sineas, komunitas, ataupun rumah produksi dalam memanfaatkan *platform streaming* seperti YouTube hanya sebagai upaya mengukuhkan eksistensi dan membangun jejaring antar sineas saja. Hal ini dikarenakan *personal selling* melalui YouTube masih dianggap sulit untuk dilakukan, dimana membutuhkan pengetahuan mengenai strategi pemasaran yang tepat dan tenaga penjual yang profesional di bidang penjualan daring. Selain itu, karya film yang ditayangkan tentu saja dituntut harus memiliki kreativitas dan inovasi yang menarik banyak orang, terutama apabila dapat merefleksikan kehidupan sehari-hari masyarakat ataupun realitas kehidupan dan mudah diterima masyarakat.

Perkembangan ruang distribusi dan ekshibisi bagi film pendek independen melalui *platform streaming* seperti YouTube sebenarnya juga berdampak pada bangkitnya peluang bisnis yang dapat

digerakkan oleh masyarakat melalui konten film yang diunggahnya. Sehingga, nantinya akan lahir lebih banyak sineas yang memiliki kreativitas, bukan hanya berasal dari lembaga pendidikan formal saja, namun juga berasal dari komunitas dan masyarakat meskipun kompetensinya diperoleh secara autodidak.

6. DAFTAR ACUAN

- Amelia, P. S. (2016). Ruang Publik Independen menjadi Alternatif untuk Pemutaran Film Alternatif. *Jurnal Imaji*, 8(1), 40–45.
- Ardiyono, Y. (2016). Perkembangan Motif Sineas Film Indie dalam Menghadapi Industri Film Mainstream. *Jurnal The Messenger*, 7(1).
- Cahyo, P. S. N. (2017). Cultural Studies: Perlintasan Paradigmatik dalam Ilmu Sosial. *Komunikatif*, 3(1), 19–35.
- Dawami, A. K. (2021). Menuju Kosong: Membentuk Kreativitas di Kehidupan Dunia Tengah. In R. A. Sugihartono (Ed.), *SANGGIT: Ngudi Kasampurnan* (pp. 101–116). Surakarta: ISI Press.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81–86. doi: <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i1.5063>
- Putri, I. P. (2017). Mendefinisikan Ulang Film Indie: Deskripsi Perkembangan Sinema Independen Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2(2), 119–128. doi: <https://doi.org/10.7454/jki.v2i2.7838>
- Putri, S. D., & Fithrah, D. S. (2017). Pengaruh Online Marketing Campaign #Samyangchallenge terhadap Consumer Behavior Digital Natives Pengguna Youtube Indonesia. *PRofesi Humas: Jurnal*

Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat, 1(2). doi: <https://doi.org/10.24198/prh.v1i2.11460>

- Raho, B. (2016). *Bernard Raho SVD 2016*. Penerbit Ledalero.
- Rembulan, D. B. (2011). Kedudukan Ruang Bioskop sebagai Media Apresiasi Film. *CAPTURE: Jurnal Seni Media Rekam*, 3(1), 37–45. doi: <https://doi.org/10.33153/capture.v3i1.653>
- Zahra, F. (2020). Bioskop dalam Rumah (Mediatisasi Bioskop). *Sense*, 3(2), 159–168.

Publisher:
Jurusan Seni Media Rekam
Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta

Available online at:
<https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/capture>

How to Cite:

Sekarnegara, Zafira, Saraswati, Yasmin & Handriyotopo. (2022). YouTube as An Alternative Medium for Appreciating Independent Short Films. *CAPTURE: Jurnal Seni Media Rekam*, 14(1), 17-29.