

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Film horor menjadi tren di industri film Indonesia sejak tahun 2019 (Hasibuan, 2019). Genre horor yang terus mendominasi, mengakibatkan permasalahan disfungsi media (kegagalan fungsi media). Disfungsi terjadi, karena media menyajikan informasi monoton secara berkelanjutan, tanpa variasi dan sudut pandang alternatif (Pariser, 2012). Realita menunjukkan adanya ketidaksesuaian beberapa kondisi di industri film Indonesia dengan teori fungsi media massa dari Lasswell & Wright (1988), yaitu pengawasan, korelasi, penyampaian warisan masyarakat, dan hiburan. Berdasarkan analisis awal peneliti, terdapat empat poin disfungsi media pada industri film Indonesia yang berdampak pada kehidupan masyarakat.

No	Poin Disfungsi Media	Fenomena	Dampak
1	Kurangnya perspektif masyarakat, karena hanya mengangkat satu jenis topik ataupun genre tertentu	Dominasi genre horor selama bertahun-tahun, mempersempit khazanah film Indonesia (Wijaya, 2023)	Referensi tontonan masyarakat menjadi terbatas (Herawan, 2023).
2	Menciptakan kejadian palsu atau salah persepsi dan disinformasi	Kesalahan penafsiran unsur Jawa (kesenian, lagu, pakaian), dikaitkan dengan banyak hal mistis (Alit, 2023)	Berbagai unsur Jawa menjadi dipandang negatif (Alit, 2023)
3	Mengurangi keragaman dan perkembangan budaya	Plot dan formula yang monoton, keruhnya konflik cerita, setting cerita Jawa-sentris (Herawan, 2023).	Potensi kekayaan tradisi, budaya, dan sejarah yang dimiliki Indonesia tidak dapat dimunculkan secara optimal, karena tertutup dengan ideologi kapitalis (Hakim, 2021).
4	Menurunkan selera pasar	Masih banyak film Indonesia yang mendapat review buruk dan memiliki rating jelek di situs database film (Hasbiasidiq, 2024)	Memperlambat capaian jumlah penonton di bioskop, karena penonton ragu dengan kualitas film Indonesia (Cinecrib, 2023)

Tabel 1. Disfungsi media pada tren film horor Indonesia

(Sumber: olahan peneliti berdasarkan teori fungsi media massa Laswell dan Wright tahun 1988)

Selain itu, industri film Indonesia mengabaikan kesetaraan prinsip kinerja media tentang keragaman dan objektivitas (McQuail, 2011). Dari perspektif bisnis, tren film horor terus mendatangkan keuntungan besar bagi produser dan investor (Dhami,

2021). Film horor Indonesia terus diproduksi dan menjadi *over supply*. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan bertahap, jumlah film horor yang ditayangkan sejak tahun 2020 hingga 2023.

No	Tahun	Total Film Tayang	Jumlah Film Horor	Persentase Film Horor
1	2020	56	12	21,40%
2	2021	114	14	12,30%
3	2022	118	27	22,88%
4	2023	114	49	42,98%

Tabel 2. Peningkatan jumlah penayangan film horor Indonesia
(Sumber: Pusat Pengembangan Perfilman Kemendikbud 2023)

Masyarakat Indonesia kini cukup kritis merespon sebuah film, dengan berani memboikot film yang dirasa berdampak buruk bagi pemahaman agama dan budaya (Suteja, 2024). Beberapa warganet tetap memberikan komentar positif dengan menunjukkan antusiasme dan ketertarikan terhadap materi promo film horor Indonesia. Namun, komentar negatif masih lebih dominan muncul di kolom komentar Instagram akun @cinema.21 yang mengunggah promo film horor Indonesia periode Februari hingga Maret 2024. Mayoritas bosan dengan tema horor dan mengeluhkan kualitas film horor yang buruk dan memanfaatkan keuntungan finansial semata.

Unggahan	Komentar Positif	Komentar Negatif
Promo still foto film <i>Vina : Sebelum 7 Hari</i> (1 Februari 2024) https://www.instagram.com/p/C2zPyPABbm3/	Gasabar gua min mo nnton btw tu prlakunya apa gk dimatiin aja ya jgn dibiarin hdup 🤔🤔🤔🤔 (@wahyubrayyyy)	Saya g akan nonton film beginian.. Memanfaatkan kejadian spt ini hanya utk keuntungan semata, g mikirin perasaan keluarganya apa... Hadeekeh.. G layak tonton (@prmhre)
Official trailer film <i>Ronggeng Kematian</i> (12 Februari 2024) https://www.instagram.com/p/C3PWz9Gtl7W/	Setannya ngagetin sumpah di akhir trailer 🤔🤔🤔🤔 (@rahmaa.ig)	Film horor di indonesia ini banyak banget ya yang bikin pandangan terhadap sesuatu yg seharusnya dilestarikan dan dibanggakan jadi hal yang creepy, jahat dan kelam (@ipanrp_)
Official teaser film <i>Do You See What I See?</i> (23 Februari 2024) https://www.instagram.com/p/C3r5E_WhB7/	Salah satu cerita paling memorable dari do you see what I see (@sibnasib10)	Ada ga sih film action gitu.. Kyk the Raid.. Bosan horor mulu.. 🤔🤔🤔🤔 (@melmel.kurosaki)
Official poster film <i>Badarawuhi di Desa Penar</i> i promo IMAX (6 Maret 2024) https://www.instagram.com/p/C4KIFmePIhx/	Pokoknya bang @kimostamboel kalo udh bikin film ngak usah di ragukan lagi 🔥🔥🔥🔥 (@abangpujii)	Mau shooting di IMAX 70mm juga ogah. Bahasa Jawa ngaco, story medioker, buat cerita se-viral ini, ini film ampas banget (@rahmatantular)

Tabel 3. Komentar positif dan negatif warganet terhadap film horor Indonesia
(Sumber: Instagram @cinema.21)

Saat ini sudah banyak tipe penonton datang ke bioskop untuk mencari eksperimen baru di setiap film, dari pada sekedar menitikberatkan segi cerita (Andaresta, 2023). Hal ini mempengaruhi keputusan menonton seseorang dan berdampak pada melambatnya pendapatan jumlah penonton beberapa film horor, walaupun memiliki IP (*Intellectual Property*) kuat (Persada, 2023). Empat belas film horor Indonesia yang tayang pada semester kedua tahun 2023 (Juli hingga Desember) tidak dapat mencapai angka 500.000 penonton (FilmIndonesia.or.id, 2024).

Seluruh rumah produksi mengejar momentum tertentu yang berpeluang mendatangkan lebih banyak penonton dan keuntungan, membuat pelaku film bagian pra-produksi seringkali tidak diberikan banyak waktu. Sutradara dan penulis naskah minim melakukan riset mendalam terkait cerita yang akan dibuat (Kistyarini, 2021). Pengolahan unsur budaya lokal belum diperhatikan sebagai sebuah keistimewaan di tengah isu globalisasi dan keragaman budaya (Kurniawan, 2023). Nilai budaya dan kelokalan yang dimunculkan secara tidak serius, membuat genre horor dipandang sebagai film yang mudah dan murah untuk diproduksi (Barker, 2019).

Ketidaktepatan dalam menyampaikan cerita dan membuat adegan di film horor dapat membentuk informasi yang keliru. Sebagai contoh, tembang Jawa berjudul *Lingsir Wengi* sering digunakan sebagai pengundang makhluk halus. Kondisi ini terus berulang di berbagai film horor Indonesia, sehingga menimbulkan persepsi negatif di masyarakat luas. Padahal sebenarnya, *Lingsir Wengi* merupakan produk syiar agama sebagai penolak makhluk halus (Putra, 2016). Banyaknya adegan hantu yang terus mengganggu saat sholat seperti di film *Makmum* (2019), adegan tokoh pemuka agama yang tidak mampu melawan jin ataupun setan di film *Pengabdian Setan 2* (2022), kehidupan pesantren yang dipenuhi suasana horor di film *Munkar* (2023) dan *Qorin*

(2022), menunjukkan adanya desakralisasi tokoh dan simbol agama juga terjadi di berbagai film horor Indonesia (Debby, et al., 2020).

Dalam dua dekade terakhir, penonton Indonesia memang cenderung menyukai genre horor, drama, dan komedi (FilmIndonesia.or.id, 2022). Bahkan pada masa pandemi Covid 19, film-film horor lokal tetap digemari (Setyaningsih, 2023). Diantara genre lainnya, horor menjadi genre yang paling stabil dan memiliki segementasi luas (Zhafira, 2022). Genre yang menarik untuk diteliti lebih lanjut, karena horor tetap memiliki pasar penontonnya tertinggi di tengah maraknya komentar negatif terhadap dominasi dan ketidakstabilan kualitas yang dimiliki (Dewabrata, 2023).



Gambar 1. Data penjualan tiket bioskop Indonesia tahun 2022
(Sumber: Medium.com)

Horor dapat terus berkembang luas di kehidupan masyarakat Indonesia yang terbuka pada hal-hal berhubungan dengan ghaib (Moderasi, 2019). Horor merupakan bentuk suatu pengalaman yang dimodifikasi (Tompkins, 2013). Kepopuleran kisah mistis di Indonesia, dipengaruhi konsistensi tersedianya konten horor berbagai format di media sosial, seperti: *podcast*, *vlog*, film pendek, dan utas (Fomo Media, 2023). Pada dasarnya, kisah mistis berubah menjadi populer karena adanya industrialisasi budaya (Sukarwo, 2023). Media konvensional (film) dan media baru (media sosial) berupaya

mendapatkan keuntungan dari obsesi penonton dengan menjadikan horor sebagai subjek sensasional (Putra et al., 2023).

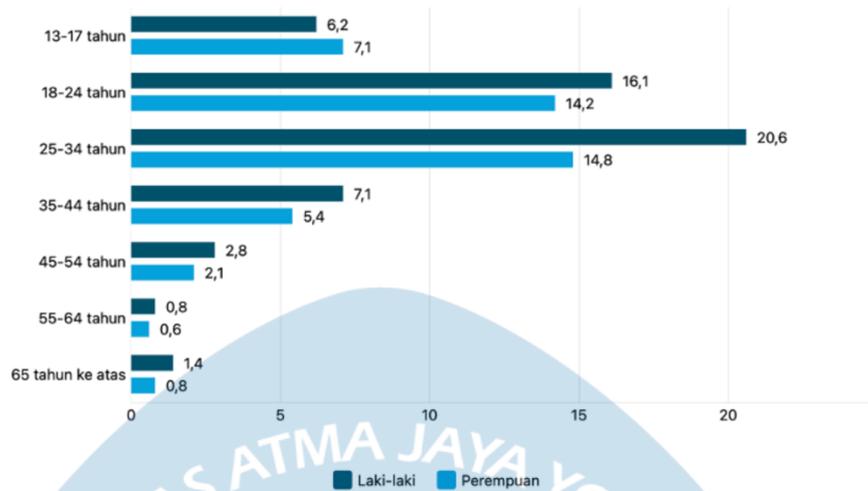
Industri film Indonesia memanfaatkan media sosial pada seluruh rangkaian proses praproduksi hingga pasca produksi, untuk memaksimalkan pencapaian target (Štreimikienė, et al., 2021). Termasuk dengan melakukan komodifikasi cerita horor yang sudah lebih dulu viral di media sosial, sebagai pilihan utama materi dasar untuk diadaptasi menjadi cerita film layar lebar. Ekspansi hak cipta sebuah karya populer tentu menjadi pilihan menarik (Yustirani & Rahman, 2021). Hal ini merupakan upaya produser untuk mengurangi resiko bisnis yang dijalani (Islami, 2023).

No	Media Sosial	Nama Akun / Konten	Indikator Viral	Judul Film Adaptasi	Jumlah Penonton Film Bioskop
1	Youtube	Makmum (Behind Me)	59 M <i>views</i>	Makmum <i>the Movie</i> (2019)	820.000
				Makmum 2 (2021)	1.762.847
				Khanzab (2023)	1.166.706
2	Twitter	KKN di Desa Penari	197.5 K <i>likes</i>	KKN di Desa Penari (2022)	10.061.033
				Badarawuhi (2024)	Segera tayang
3	Twitter	Sewu Dino	206.6 K <i>likes</i>	Sewu Dino (2023)	4.886.406
4	Twitter	Di Ambang Kematian	146.4 K <i>likes</i>	Di Ambang Kematian (2023)	3.302.047
5	Youtube	Kisah Tanah Jawa	2.71 M <i>subscribers</i>	Kisah Tanah Jawa : Pocong Gundul (2023)	1.684.624

Tabel 4. Daftar konten viral horor Indonesia yang menjadi film bioskop
(Sumber: data media sosial Youtube, Twitter, Pusbangfilm)

Dari fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten viral memiliki daya tarik dan keunikan tersendiri (Hund, 2023). Konten viral juga telah memiliki basis calon penonton yang mencukupi, karena adanya *brand awareness* tinggi dari masyarakat (Masloman, 2022). Berdasarkan APFI (2019), produser melihat peluang keaktifan kalangan muda menonton film Indonesia yang sejalan dengan data pengguna media sosial aktif, di rentang usia 15 hingga 38 tahun (Databooks, 2020).

Klasifikasi usia pengguna media sosial aktif di Indonesia



Gambar 2. Klasifikasi usia pengguna media sosial aktif di Indonesia

(Sumber: Databooks 2020)

Media sosial memainkan peran dalam produksi dan reproduksi budaya populer, serta merupakan cara konsumsi media dalam membentuk identitas pengguna (Burgess, et al., 2018). Adanya viralitas di media sosial menuntut kepiawaiannya produser dalam melihat objek yang sedang mendapatkan perhatian oleh masyarakat, akan menunjang keberhasilan sebuah film (Budiman, 2023). Persaingan antar rumah produksi yang mengiringi roda industri film Indonesia, melihat film horor sebagai komoditas menjanjikan (Sizuka, 2023).

Produser dan kreator konten perlu memanfaatkan peluang, dengan melakukan revolusi produksi pada proses pembuatan konten digital di media sosial (Villegas Simón, 2022). Terbuka peluang untuk mendapatkan demografi penonton dari jenis genre lainnya, di balik dominasi film horor lokal (Persada, 2023). Salah satunya dengan mengembangkan materi cerita tema lain agar viral di media sosial dan populer di masyarakat (Lee, 2017). Langkah ini cukup potensial, mengingat penonton film Indonesia berlatar belakang terdidik dan memiliki wawasan luas, sehingga lebih mudah beradaptasi dengan ide cerita baru (Wibawa, et al., 2021). Situasi ini dapat terlihat pada

periode akhir 2023 dan awal tahun 2024, yang mulai menunjukkan peluang genre lain di kalangan penonton film bioskop Indonesia.

Seperti yang terjadi pada film *Agak Laen* (2024) dengan genre horor komedi, yang mampu mendapatkan 8,8 juta penonton dalam waktu 40 hari (Maharani, 2024). Film ini merupakan pengembangan dari *channel* Youtube dengan nama *Agak Laen* yang baru memiliki 708 K *subscribers*, tetapi mampu menjadi film Indonesia kedua terlaris sepanjang masa. Hipotesis awal dari fenomena ini dikarenakan anggota *channel* Youtube tersebut (Oki Rengga, Boris Bokir, Bene Dion, dan Indra Jegel) telah memiliki popularitas tinggi. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *followers* di masing-masing akun Instagram para anggota *Agak Laen*.

Walaupun begitu, tren film horor juga masih terus berlanjut di tahun 2024 (Venda, 2024). Merujuk data Katalog Film dan Kajian Perfilman Indonesia bulan Februari tahun 2024, setidaknya terdapat tujuh film horor yang telah tayang di bioskop, yaitu: *Pemukiman Setan* (2024), *Trinil: Kembalikan Tubuhku* (2024), *Munkar* (2024), *Kereta Berdarah* (2024), *Sinden Ghaib* (2024), *Pemandi Jenazah* (2024), dan *Lampir* (2024). Sembilan film horor lainnya yang segera tayang di bioskop, telah melakukan publikasi promosi, antara lain: *Pasar Setan* (2024), *Paku Tanah Jawa* (2024), *Vina: Sebelum 7 Hari* (2024), *Temurun* (2024), *Kemah Terlarang* (2024), *Pengantin Iblis* (2024), *Badarawuhi di Desa Penari* (2024), *Tanduk Setan* (2024), *Kiblat* (2024) dan *Siksa Kubur* (2024).

Bila menilik resiko jangka panjangnya, industri film Indonesia dikhawatirkan dapat kembali mati suri seperti yang pernah terjadi pada era tahun 90-an (Shabanna, 2009). Pada periode tersebut, terjadi krisis di industri film Indonesia setelah terjadi gempuran film horor lokal selama satu dekade terakhir. Disusul munculnya teknologi baru, yaitu perkembangan produk sinetron dan masuknya tayangan film Hollywood

yang mudah diakses di siaran televisi Indonesia. Kedua faktor tersebut membuat antusiasme penonton film bioskop Indonesia menurun (Setyaningsih, 2023). Hal serupa juga dialami pada situasi industri film Indonesia tahun 2019 hingga 2024. Masyarakat lebih mudah mendapatkan tayangan alternatif yang variatif dari luar negeri melalui layanan *platform streaming* (Suryanto, 2023). Sangat memungkinkan bagi khalayak bertindak aktif dalam menentukan jenis konten yang diinginkan (Ifinedo, 2016).

Fenomena ini menunjukkan bahwa perlu ada langkah tegas dari produser dan kreator konten untuk menekan disfungsi media terdampak tren film horor dari komodifikasi konten viral. Film merupakan media masa penghasil budaya populer secara masif (Elsha, 2017). Maka seharusnya, film memiliki peran besar dengan bertanggung jawab mendidik dan memotivasi penonton, sebagai wujud proses pembentukan identitas masyarakat Indonesia (Downes, 2014).

Penelitian berjudul **Menekan Disfungsi Media Massa Terdampak Konten Viral (Studi Kasus: Tren Film Horor Indonesia)** ini, akan terfokus pada aspek disfungsi media massa, komodifikasi, dan viralitas. Lingkup yang digunakan adalah industri film Indonesia di tahun 2019 hingga 2024. Adapun alasan menentukan kurun waktu tersebut, dikarenakan penggunaan media sosial di Indonesia terus meningkat secara bertahap dan terjadi perubahan pola konsumsi informasi masyarakat dimulai akhir tahun 2019 (Kyleloretan, 2023).

Industri film Indonesia mulai konsisten mengaplikasikan pemanfaatan media sosial sebagai sumber pencarian ide cerita di tahun 2019 (Harfi, 2019). Batasan masalah perlu diterapkan agar penelitian tetap terfokus, sehingga tidak terjadi penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah. Peneliti tidak melakukan generalisasi terhadap film layar lebar dengan genre berbeda, maupun film Indonesia yang diadaptasi dari media lain, seperti novel, cerpen, dan lagu.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana cara produser dan kreator konten menekan disfungsi media terdampak tren film horor Indonesia komodifikasi konten viral ?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui cara produser dan kreator konten dalam upaya menekan disfungsi media terdampak komodifikasi konten viral di media sosial pada industri film Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Akademis

Ditinjau dari segi akademis, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi maupun memberikan tambahan wawasan mengenai studi tentang pengaruh media sosial terhadap industri film Indonesia. Manfaat akademis kedua adalah menjadi referensi tambahan dalam tentang komunikasi massa, khususnya yang berhubungan dengan perspektif ekonomi politik media tentang kajian tren konten viral dari media sosial dan industri film Indonesia.

1.4.2 Praktis

Meninjau dari lingkup praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu para pelaku industri film dalam mengidentifikasi potensi risiko dan peluang baru dalam menentukan ide cerita adaptasi film dari sebuah konten viral media sosial, sehingga menemukan efektifitas proses pra produksi. Penelitian ini diharapkan dapat membantu para pelaku film dalam meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial sebuah produksi sebuah film, agar tercipta praktik yang lebih baik dalam industri film.