

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memaparkan adanya disfungsi media di industri film Indonesia karena adanya tren film horor yang berdampak komodifikasi konten viral. Tren film horor di Indonesia tidak hanya membawa dampak negatif, seperti aspek-aspek yang membuat terjadinya disfungsi media. Tren ini juga membawa berbagai nilai positif di masyarakat, seperti: keuntungan ekonomi dan pemahaman informasi baru terkait budaya dan agama yang disajikan secara ringan.

Penelitian ini menghasilkan jbaran tentang penerapan komodifikasi dan viralitas yang dapat dimaksimalkan oleh kreator konten dan produser untuk meningkatkan kualitas dan keragaman dari film-film produksi dalam negeri, sebagai upaya menekan disfungsi media. Status industri film sebagai salah satu sektor industri kreatif yang memegang peranan penting dalam roda perekonomian di Indonesia. Industri film perlu untuk terus berkontribusi terhadap pelestarian serta pengembangan kebudayaan dan pendidikan di Indonesia.

Maka dari itu, setiap film yang diproduksi dan ditayangkan seharusnya dapat menunjang tujuan tersebut. Setiap pelaku yang terlibat dalam ekosistem industri film Indonesia (produser, kreator konten, sutradara, aktor, kritikus film, juri film, dan penonton), perlu ikut serta dalam peningkatan standarisasi sesuai dengan peran dan kapasitas masing-masing. Begitu juga saat melakukan eksplorasi, sebagai bentuk komodifikasi yang diterapkan pada proses produksi film, dalam upaya menekan disfungsi media. Komodifikasi sebelumnya telah dilakukan, namun belum membawa perubahan yang signifikan, karena masih terlalu fokus pada komodifikasi konten viral semata.

Pada industri film Indonesia, media masa dan platform digital telah dikombinasikan secara aktif sebagai lahan utama untuk mencari dan memaksimalkan keuntungan, melalui konten yang sebelumnya sudah viral. Produser film bersaing dalam mendapatkan konten yang mampu menarik perhatian penonton, sebagai materi dasar cerita film layar lebar yang diproduksinya. Namun realita di lapangan menunjukkan bahwa produser cenderung mengesampingkan mutu dari sebuah konten yang diangkat, karena kurang sensasional. Popularitas dan daya tarik sebuah konten yang berpotensi meraih keuntungan finansial, lebih diutamakan dibandingkan nilai informasi dan kualitas artistiknya. Keuntungan finansial yang dimaksud adalah ketika pendapatan dari tayangan film di bioskop sudah lebih banyak dari biaya yang dikeluarkan untuk produksi dan promosi (Pangerang & Maullana, 2018).

Situasi ini membentuk pemikiran para penonton film bioskop Indonesia yang lebih memilih film-film yang berbasis konten viral, dibandingkan film yang berasal dari cerita original. Termasuk juga pada kasus film-film horor lokal yang tayang pada tahun 2019 hingga 2024 ini. Pemikiran tersebut mengubah preferensi serta pola konsumsi para penonton film Indonesia. Cerita yang berasal dari konten viral cenderung membawa reaksi emosional, sehingga lebih mudah untuk direkomendasikan kepada orang-orang di lingkungan sekitar.

Cepatnya perkembangan informasi sebuah konten dan film di media sosial, dipengaruhi oleh demografi penonton Indonesia di bioskop yang mayoritas merupakan generasi muda dan aktif menggunakan media sosial. Pengaruh informasi dari media sosial, membentuk kepercayaan lebih pada generasi muda terhadap kualitas sebuah film. Kepercayaan tersebut tidak dapat muncul secara instan, karena perlu dibangun secara bertahap dari reputasi seorang produser maupun kru inti lainnya, yang dapat dinilai melalui portofolio karya film sebelumnya.

Produser film harus mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan dalam menghasilkan karya film layar lebar yang berkualitas sebagai representatif citra masyarakat Indonesia, dengan menghasilkan nilai-nilai komersil yang baik. Produser film tidak lagi dapat untuk hanya mengandalkan viralitas dari sebuah konten di media sosial untuk bersaing, namun juga diperlukan keterampilan untuk mengolah dan mengemas konten tersebut menjadi sesuatu yang lebih menarik dengan memanfaatkan penerapan tiga jenis komodifikasi.

Komodifikasi konten dapat dilakukan dengan mengembangkan kombinasi genre horor dan komedi yang merupakan dua genre terbaik dalam jajaran film terlaris di Indonesia. Melalui kreatifitas, inovasi, dan riset pasar yang baik, produser film dapat memberikan sajian tontonan yang masih jarang atau berbeda untuk penonton. Kreator konten perlu memperluas jangkauan tema atau *genre* yang diangkat, sehingga dapat membantu ragam variasi cerita yang berpeluang diangkat ke layar lebar. Komodifikasi penonton dilakukan dengan berkolaborasi dengan komunitas pecinta film dan *influencer* yang kredibel mengulas bidang film untuk menjangkau lebih banyak penonton untuk berdiskusi secara organik. Komodifikasi tenaga kerja dilakukan dengan memilih kru yang memiliki reputasi baik dan portofolio yang baik.

Hasil temuan dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pembuat kebijakan film, produser film, dan kreator konten untuk merancang strategi menciptakan ekosistem kerja di industri film yang lebih baik, agar mampu menghadapi tantangan global, serta memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh era digital. Hal tersebut sulit tercapai, apabila tidak ada peningkatan pemahaman penonton mengenai bentuk kesadaran sebagai konsumen untuk lebih selektif dalam memilih film yang akan ditonton, serta kemampuan berpikir secara kritis dalam menyaksikan film-film yang ditayangkan. Khalayak sebagai salah satu target komodifikasi, memiliki pengaruh besar

dalam menciptakan tren film selanjutnya, berdasarkan keikutsertaan sebagai penonton film aktif, maupun terlibat dalam interaksi pembahasan sebuah film di media sosial.

Implikasi dari penelitian yang telah dilakukan adalah menghasilkan penekanan pada pentingnya kolaborasi antara produser film, kreator konten, media, pengambil kebijakan, lembaga pendidikan, dan penonton film dalam usaha mengatasi disfungsi media yang disebabkan oleh komodifikasi konten viral, terutama konten dengan tema horor. Dengan langkah yang tepat, industri film horor Indonesia dapat berkembang sehingga mendukung kreativitas dan kualitas sekaligus memenuhi kebutuhan komersial.

Adapun keterbatasan pada penelitian ini, dikarenakan peneliti tidak menjabarkan secara detail mengenai subjek maupun nama judul film yang disebutkan oleh narasumber yang memiliki konotasi negatif. Hal ini dilakukan dengan berlandaskan etika untuk menjaga nama baik dari subjek tersebut, serta menjaga relasi yang tercipta antara narasumber dengan subjek yang dimaksud. Aspek-aspek yang tidak dapat disebutkan secara terbuka, dapat berkaitan dengan perlindungan informasi sensitif atau kepentingan pihak yang terlibat di dalamnya.

Penelitian ini difokuskan pada pihak internal produksi film Indonesia, sehingga faktor-faktor yang terkait dengan aspek keuntungan secara finansial dan nilai-nilai kapitalisme masih cukup berpengaruh pada setiap jawaban yang diberikan narasumber. Peneliti juga kurang mempertimbangkan faktor eksternal yang mungkin mempengaruhi tren film horor ini, seperti studi perilaku penonton film horor Indonesia, serta kebijakan pemerintah terkait dengan regulasi penayangan film Indonesia. Adanya pendapat berbeda pada dua dari lima narasumber (Yusron dan Fachrul) yang belum yakin untuk memberikan pengakuan terhadap terjadinya disfungsi media di industri film, juga memungkinkan untuk mengurangi kepercayaan terhadap hasil temuan

5.2 Saran

Studi kasus tren film horor digunakan untuk mempelajari kondisi perfilman Indonesia yang kompleks. Genre horor seringkali mengalami komersialisasi yang intens pada kurun waktu lima tahun terakhir, membuat genre ini mendapat banyak kritikan tetapi tetap masih laku dipasaran. Popularitas konten horor di media sosial dan media digital, menunjukkan bagaimana konten viral dapat menentukan produksi sebuah industri media massa, termasuk film. Dalam kajian ini, penting untuk menganalisis bagaimana film horor diproduksi, dipasarkan, dan dikonsumsi dalam konteks komersial. Pendekatan kualitatif seperti analisis konten dan wawancara mendalam dengan produser, sutradara dan penonton digunakan dalam penelitian ini untuk memahami alasan di balik produksi dan konsumsi film horor.

Dari segi akademis, penelitian ini dapat menambah wawasan tentang penerapan komodifikasi dan viralitas pada produksi film Indonesia. Dengan memahami permasalahan yang timbul akibat disfungsi media di industri film, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan integritas dan kualitas produksi sebuah media. Studi ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap studi media dan komunikasi massa yang terfokus pada hubungan antara aspek komodifikasi, viralitas dan disfungsi media. Hasil penelitian yang dilakukan, dapat menjadi dasar bagi kebijakan dan regulasi media yang lebih baik, bertujuan untuk memastikan bahwa media terus berfungsi sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan dan berguna bagi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran penelitian lanjutan yang dapat dilakukan dengan topik pembahasan serupa pada bidang keilmuan yang sama. Sebagai contoh adalah menggunakan pendekatan kuantitatif, agar dapat dilakukan penelitian guna mendapatkan data akurat dari komodifikasi konten viral

terhadap penjualan tiket, jumlah penonton, dan popularitas film horor. Data statistik mampu memberikan gambaran yang lebih jelas tentang hubungan antara komodifikasi dan pencapaian dari segi komersial.

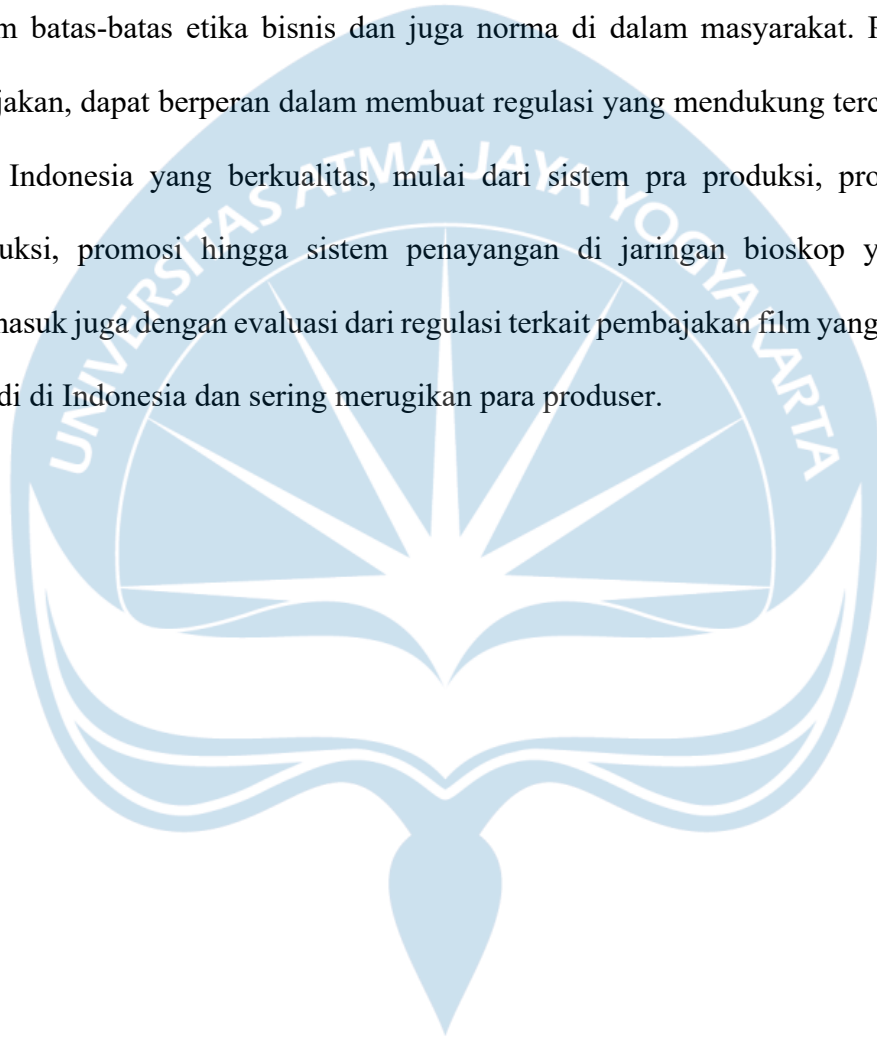
Penelitian lanjutan dapat menerapkan analisis pada kurun waktu yang lebih panjang. Seperti dengan melihat perkembangan komodifikasi tren film horor dalam jangka waktu yang lebih lama, agar mampu melihat kompleksitas dampak jangka panjang dari tren film horor. Dapat juga dilakukan studi komparatif antara tren film horor di Indonesia dengan tren film horor di negara lainnya. Penelitian tersebut akan memberikan pandangan signifikan terkait ciri khas dari tren yang dialami dan cara mengatasi permasalahan yang terjadi.

Dilihat dari segi praktis, industri film harus mencapai keseimbangan antara upaya mencapai keuntungan dan menjaga kualitas produksi di setiap film yang dihasilkan. Produser dan sutradara harus fokus menciptakan cerita yang *relatable* dan berkesan, dibandingkan hanya mengandalkan elemen viral yang sensasional untuk menarik perhatian calon penonton. Penting untuk mengintegrasikan nilai etika ke dalam setiap tahapan produksi film, agar meningkatkan sistem kerja industri film yang lebih sehat. Perlu adanya kesadaran dari para produser dan kreator konten dalam menghindari penggunaan subjek sensitif secara berlebihan, agar dapat mencegah dampak negatif terhadap penonton, serta menjaga citra industri film sebagai penyedia hiburan berkualitas.

Produser dapat berkolaborasi dengan peneliti untuk mempelajari pola penonton dan dampak sosial dari dominasi konten horor. Kolaborasi ini dapat memberikan pandangan yang lebih holistik dan membantu menciptakan konten yang tidak hanya menarik namun juga bertanggung jawab. Produser perlu menyadari pentingnya membangun penonton setia melalui keterlibatan aktif di media sosial dan di acara

khusus promosi film, sehingga membantu mendengarkan aspirasi penonton secara langsung. Melalui cara ini, produser akan lebih mampu membuat cerita atau konten yang variatif dan mengakomodir harapan khalayak pada setiap film yang dibuat.

Bila menyoroti aspek kebijakan, seharusnya industri film menuntut peraturan yang lebih ketat untuk memastikan bahwa praktik produksi dan pemasaran tetap berada dalam batas-batas etika bisnis dan juga norma di dalam masyarakat. Para pembuat kebijakan, dapat berperan dalam membuat regulasi yang mendukung terciptanya film-film Indonesia yang berkualitas, mulai dari sistem pra produksi, produksi, paska produksi, promosi hingga sistem penayangan di jaringan bioskop yang berlaku. Termasuk juga dengan evaluasi dari regulasi terkait pembajakan film yang masih marak terjadi di Indonesia dan sering merugikan para produser.



Daftar Pustaka

- Abouyounes, R. (2019). Going Viral: Elements That Lead Videos to Become Viral. *Lecture Notes in Business Information Processing*, 358, 266–277. https://doi.org/10.1007/978-3-030-30874-2_21.
- Alhabash, S. et al. (2015). To Comment or Not to Comment: How Virality, Arousal Level, and Commenting Behavior on YouTube Videos Affect Civic Behavioral Intentions, *Computers in Human Behavior. Elsevier Ltd*, 51(PA), pp. 520–531. doi: 10.1-016/j.chb.2015.05.036.
- Andaresta, L. (2023, December 18). Film horor Mendominasi, Sineas Dambakan Variasi Genre Sinema pada 2024. Hypeabis. <https://hypeabis.id/read/32128/film-horor-mendominasi-sineas-dambakan-variasi-genre-sinema-pada-2024>.
- APFI. (2019, 19 December). *Siapa Menonton Film Bioskop?* Jakarta: Saiful Mujani Research and Consulting. https://saifulmujani.com/wp-content/uploads/2020/01/Presentasi-Final-Film_SMRC_rev.pdf
- Badan Ekonomi Kreatif. (2017). Shooting Lancar Daerah Tenar. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif. <https://bpi.or.id/doc/70796180326-buku-pedoman-pembentukan-komisi-film-daerah.pdf>
- Baksin, A. (2013). *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Barker, T. (2019). *Indonesian Cinema After the New Order: Going Mainstream*. Hong Kong: University Press.
- Berger, J. and Milkman, K. L. (2018). Emotion and Virality: What Makes Online Content Go Viral?, *GfK Marketing Intelligence Review*, 5(1), pp. 18–23. doi: 10.2478/gfkmir-2014- 0022.
- BPHN. (2022). Laporan Akhir Analisis dan Evaluasi Hukum Perfilman (Undang-Undang Nomo 33 Tahun 2009). Jakarta: Pusat Analisis dan Evaluasi Hukum Nasional [Policy paper]. https://bphn.go.id/data/documents/ae_hukum_perfilman.pdf
- Budiman, A. (2023, July 14). Indonesia Suka Film Horor, Mengapa?. VOA Indonesia. <https://www.voaindonesia.com/a/indonesia-suka-film-horor-mengapa-/7181230.html>
- Burgess, J., Marwick, A., & Poell, T. (Eds.) (2018). *The Sage Handbook of Social Media*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781473984066>.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cinecrib [@cinecrib]. (2023, 30 Desember). *Tahun 2023 akhirnya ditutup dengan total 51 judul film horor lokal" [Foto]*. Instagram. https://www.instagram.com/p/C1dk-PfyZ4c/?hl=id&img_index=1.

- Cinema21 [@cinema.21]. *Posts* [Instagram profile]. Instagram. Retrieved Januari 12, 2024, from <https://www.instagram.com/cinema.21/?hl=id>.
- CNN, I. (2024, January 17). Layangan Putus the Movie Raih 1,02 Juta Penonton di Bioskop. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20240117174916-220-1050866/layanganputusthe-movie-raih-102-juta-penonton-di-bioskop>.
- Cohen, E. L. (2014). What Makes Good Games Go Viral? The Role of Technology Use, Efficacy, Emotion and Enjoyment in Player's Decision to Share a Prosocial Digital Game. *Computers in Human Behavior*, 33. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.013>.
- Cresswell, J. (2014). *Research design*. London: Sage Publications.
- Creswell, J.W. (1998). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five traditions*. London: Sage Publication.
- Databooks. (2020). Klasifikasi usia pengguna media sosial aktif di Indonesia. Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>.
- Debby, Y., Hartiana, T. I., & Krisdinanto, N. (2020). Desakralisasi Film Horor Indonesia dalam Kajian Reception Analysis. *ProTVF*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.24198/p-tvf.v4i1.24171>.
- Dewabrata, M. (2023, May 16). Menjelajah film indonesia di 2022: Sebuah Analisis Data Komprehensif. Medium. <https://medium.com/data-science-indo/menjelajah-film-indonesia-di-2022-sebuah-analisis-data-komprehensif-6ed8950667a1>.
- Deza, A., & Parikh, D. (2015). Understanding image virality. *2015 IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR)*. doi:10.1109/cvpr.2015.7298791.
- Dhami, A. (2021). The Capitalization of Diversity within the Film Industry. *Sociology Mind*, 11(03), 105–123. doi:10.4236/sm.2021.113009.
- Dijck, J. V., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1):2-14 doi:10.12924/mac2013.01010002.
- Downes, M. (2017). Horor Kampungan Versus Moralitas Populer: Mempertanyakan Definisi Film Nasional. *Jurnal Komunikasi Indonesia*. doi : 10.7454/jki.v3i1.7844.
- Earnshaw, R. (2018). Digital Media theory. *Research and Development in Digital Media*, 1–6. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73080-6_1.
- Eliashberg, J., Elberse, A., & Leenders, M. A. A. M. (2006). The Motion Picture Industry: Critical Issues in Practice, Current Research, and New Research Directions. *Marketing Science*, 25(6), 638–661. <https://doi.org/10.1287/mksc.1050.0177>.
- Elsha, D. (2017). Menengok Kelemahan Perfilman Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi AKRAB*, 2, 230–250.

- Falconer, P. (2023). Being in a horror movie. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 81(3), 293–305. <https://doi.org/10.1093/jaac/kpad023>.
- Film Indonesia. (2024, June 1). *Sejarah Perfilman Indonesia*. FilmIndonesia.or.id. <https://www.filminonesia.or.id/sejarah-perfilman-indonesia>.
- Fomo Media, R. (2023). *Ketika Konten Horor Bergentayangan di Jagat Maya*. Fomomedia. <https://fomomedia.id/ketika-pocong-dan-kuntilanak-bergentayangan-di-jagat-maya/>
- Fondevila-Gascón, J., Mir-Bernal, P., Barrientos-Báez, A., & Perelló-Sobrepere, M. (2021). Cinematic Blueprint on Social Media: A Comparative Analysis. *Fotocinema. Revista Científica De Cine Y Fotografía*, (22), 427-445. doi:10.24310/fotocinema.2021.vi-22.11738.
- Fuchs, C. (2020). *Communication and Capitalism: A critical theory*. London: University of Westminster Press.
- Fuchs, C., & Mosco, V. (2017). *Marx in The Age of Digital Capitalism*. Chicago: Haymarket Books.
- Gibraltar, M., Mohd Adnan, H., & Rahamad, M. S. (2023). The Semiotic Analysis of The Collisions Between Dominant Myths and Counter-Myths in Three Indonesian Horror Movies. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(2), 55–77. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2023-3902-04>.
- Ginanjari (2023). *Genre Horor Masih Jadi Primadona, Bisakah Jadi Identitas film Indonesia? Hypeabis*. <https://hypeabis.id/read/28297/genre-horor-masih-jadi-primadona-bisakahjadi-identitas-film-indonesia>.
- Hadi, D. W., Dananto, W. A., Sambodo, N., & Mas'as. (2021). Statistik Kebudayaan 2021 [Catalog]. Pusat Data dan Teknologi Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. https://budbas.data.kemdikbud.go.id/statistik/isi_943158f9-50e6-4d59-9c59-110cbafbc69c.pdf
- Hakim, N. (2021). Film Dan Arah Kebudayaan. *Jurnal IMAJI: Film, Fotografi, Televisi Dan Media Baru*, 12(1), 17–24. <https://doi.org/10.52290/i.v12i1.17>
- Harfi, Y. (2019). *6 Fakta Menarik Film Horor Makmum, Ada Momen Mistis Saat Syuting*. brilio.net. <https://www.brilio.net/film/6-fakta-menarik-film-horor-makmum-ada-momen-mistis-saat-syuting-1908111.html> .
- Hasbiasidiq. (2024, January 8). *Kami Bosan Nonton Film Horor*. Medium. <https://medium.com/@hasbiasidiq04/kami-bosan-nonton-film-horor-f5a2536a6705>.
- Hasibuan, L. (2019, March 31). *Siap-Siap, Film Horor Masih Jadi Tren Di 2019*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190331143111-33-63939/siap-siap-film-horor-masih-jadi-tren-di-2019>.
- Herawan, B. A. (2023, May 22). *Banjir Kering Film Horor Indonesia*. Medium. <https://benperimen.medium.com/banjir-kering-film-horor-indonesia-1932f683d800> .

- Horror on Screen. (2018). *Horor Genres and Sub-Genres*. Horror on Screen. <https://www.horrorscreen.com/>
- Hund, E. (2023). *The Influencer Industry the Quest for Authenticity on Social Media*. Princeton: Princeton University Press.
- Ifinedo, P. (2016). Applying Uses and Gratifications Theory and Social Influence Processes to Understand Student's Pervasive Adoption of Social Networking Sites: Perspectives from the Americas. *International Journal of Information Management*, 36(2), 192206. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2015.11.007.
- Iman, D. (2020, November 25). *Wakili Indonesia di Oscar, Juri Oscar: Perempuan Tanah Jahanam "Punya Nilai yang Berbeda"*. VOA Indonesia. <https://www.voaindonesia.com/a/wakili-indonesia-di-oscar-juri-oscar-perempuan-tanah-jahanam-punya-nilai-yang-berbeda-/5676233.html>
- Indainanto, Y., & Nasution, F. (2020). Representasi di Media Sosial Media sebagai Pembentuk Identitas Budaya Populer. *Jurnal SEMIOTIKA*, 14, 102–110. <http://dx.doi.org/10.30813/s:jk.v14i1.2200>.
- Islami, Z. (2023). *Joko Anwar Ungkap Cara Balikin Modal Dari Biaya Produksi Film di Indonesia*. viva.co.id. <https://www.viva.co.id/showbiz/film/1635891-joko-anwar-ungka-cara-balikin-modal-dari-biaya-produksi-film-di-indonesia>.
- Jeropoint [@Jeropoint]. (2023, Mei 15). *Mengapa literasi digital penting untuk masa depan anak-anak kita* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Jeropoint/>
- Jonata, W. (2022, May 12). *"KKN di Desa Penari" Tembus 4,5 Juta Penonton, Pecahkan Rekor Film Horor Terlaris Sepanjang Masa*. Tribunnews.com. <https://www.tribunnews.com/seleb/2022/05/12/kkn-di-desa-penari-tembus-45-juta-penonton-pecahkan-rekor-film-horor-terlaris-sepanjang-masa>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (2006). *Personal Influence: The Part Played by People in The Flow of Mass Communication*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Kemendikbud. (2024). *Pentingnya Pemahaman Hak kekayaan intelektual Dalam Ekonomi Kreatif*. Baparekraf RI. <https://www.kemendikbud.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Pentingnya-Pemahaman-Hak-Kekayaan-Intelektual-dalam-Ekonomi-Kreatif>
- Kiss, B. L., Deak, A., Veszprémi, M. D., Blénessy, A., & Zsido, A. N. (2024). The Role of Excitement and Enjoyment Through Subjective Evaluation of Horror Film Scenes. *Scientific Reports*, 14(1). doi:10.1038/s41598-024-53533-y
- Kistyarini. (2021, June 30). *Tompi: Kelemahan Film Indonesia Itu di Riset*. KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/hype/read/2021/06/30/213036466/tompi-kelemahan-film-indonesia-itu-di-riset>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

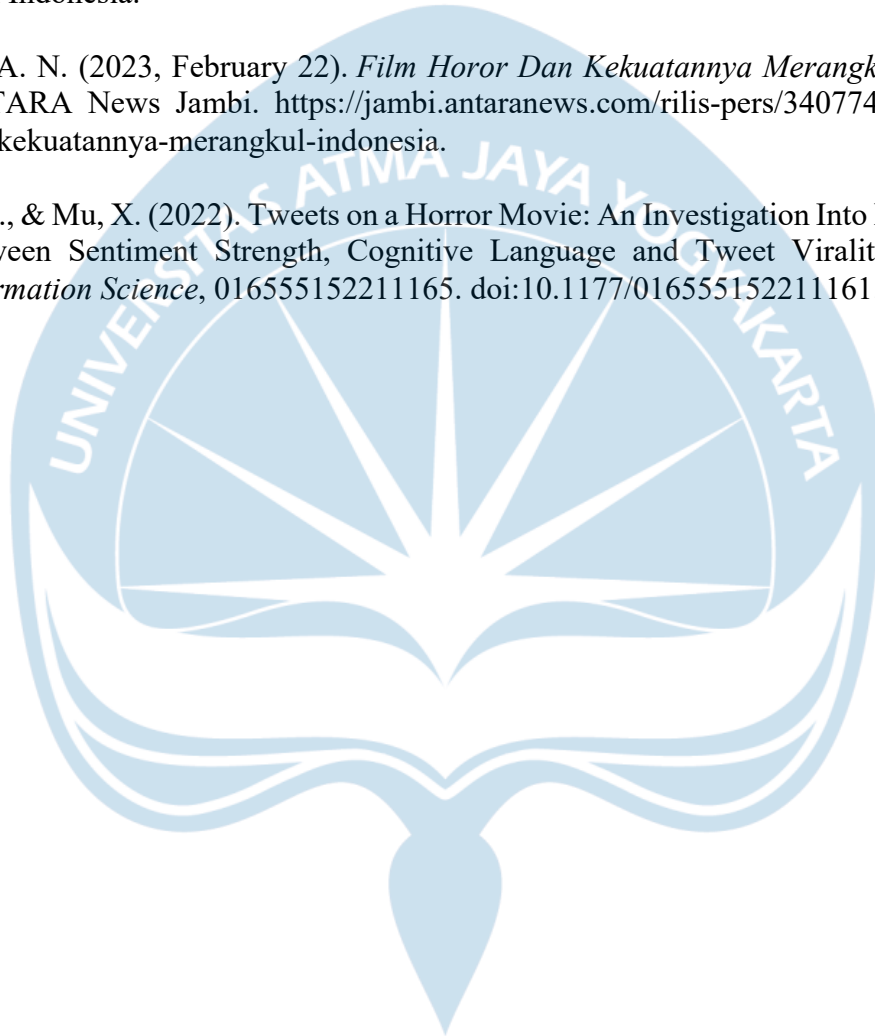
- Kuhn, A., & Westwell, G. (2012). *A Dictionary of Film Studies*. Oxford: Oxford University Press.
- Kurniawan, A. (2020, February 18). *Perempuan Tanah Jahanam*. Cinemags. <https://cinemags.org/perempuan-tanah-jahanam/2/>
- Kurniawan, P. H., & Santabudi, B. F. (2023). Signifikansi Unsur Budaya Lokal Dalam Film Horor Mangkujiwo (2020). *Sense: Journal of Film and Television Studies*, 6(1), 59–76. <https://doi.org/10.24821/sense.v6i1.9387>
- Kyleloretan. (2023, January 26). *The Changing World of digital in 2023*. We Are Social Indonesia. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023/>
- Layangan Putus [@layanputus.md]. (2023, December 1). *Episode terbaru Layangan Putus akan tayang malam ini! Jangan lewatkan.* [Foto]. Instagram. <https://www.instagram.com/layanputus.md/>
- Lasswell, H. D., & Wright, C. (1988). *Sistem Komunikasi dalam Masyarakat Modern* (Edisi ke-7). Penerbit XYZ.
- Lee, B. R. (2017). Analysis of Digital Art Content Through Collaboration. *Archives of Design Research*, 30(4), 17–24. doi:10.15187/adr.2017.11.30.4.17
- Leskovec, J., Adamic, L. A., & Huberman, B. A. (2006). The dynamics of viral marketing. *Proceedings of the 7th ACM Conference on Electronic Commerce*. <https://doi.org/10.1145/1134707.1134732>
- Maharani, D. (2024, March 13). *Agak Laen tembus 8 Juta Penonton, muhadkly acho: Gue Sampai Sekarang Masih Linglung.* KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/hype/read/2024/03/13/172034966/agak-laen-tembus-8-juta-penonton-muhadkly-acho-gue-sampai-sekarang-masih>.
- Masloman, I (2022). Viralitas dan Pola Konten Sosmed Jokowi. *Jurnal Ekonomi Sosial & Humaniora*, 3(11),94-108. Retrieved from www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/785
- McQuail, D. (Ed.) (2011). *Teori komunikasi massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Moderasi, A. I. (2019). *Moderasi Beragama Kemenak RI* [Policy paper]. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI Gedung Kementerian Agama RI. https://balitbangdiklat.kemenag.go.id/upload/files/MODERASI_BERAGAMA.pdf
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publication.

- Muslikhin, M., Mulyana, D., Hidayat, D. R., & Utari, P. (2021). The Commodification, Spatialization and Structuration of Social Media in the Indonesian Cyber Media News. *Media and Communication*, 9(2), 110–118. doi: 10.17645/mac.v9i2.3752
- Nahon, K., & Hemsley, J. (2014). *Going viral*. Cambridge: Polity Press.
- Naibaho, M. A., Fortuna, A., Prinia, N., Sufaisal, Rahyadi, I., & Yunita, Z. (2023). YouTube Search Engine: Most Popular Content Between Myth and Horror in Indonesia. *2023 8th International Conference on Business and Industrial Research (ICBIR)*. doi: 10.1109/icbir57571.2023.10147639
- OECD. (2008). *Remaking the Movies Digital Content and the Evolution of the Film and Video Industries: Digital Content and the Evolution of the Film and Video Industries*. OECD Publishing.
- Pangerang, A. M. K. (2022, January 12). *Serial Layangan Putus Kembali Cetak Rekor, Ditonton 15 Juta Kali Dalam Sehari Penayangan*. KOMPAS.com. <https://www.kompas.com/hype/read/2022/01/12/130032066/serial-layangan-putus-kembali-cetak-rekor-ditonton-15-juta-kali-dalam?page=all>
- Pangerang, A., & Maullana, I. (2018, September 13). *Begini Cara Sederhana Menghitung Pendapatan Film Indonesia*. KOMPAS.com. <https://entertainment.kompas.com/read/2018/09/13/133412410/begini-cara-sederhana-menghitung-pendapatan-film-indonesia>
- Pardo, A. (2014, April 24). Digital Hollywood: How Internet and Social Media Are Changing the Movie Business. *Media Business: Value Chain and Business Models in Changing Media Markets*, 329-348 doi: 10.1007/978-3-642-28897-5_19.
- Pariser, E. (2012). *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding From You*. London: Penguin Books.
- Persada, I. (2023, October 12). *Indonesia Dihantui Film Horor Sejak Dulu dan Kejenuhan Penonton Bioskop akan film Horor Lokal Hari Ini (Part 2)*. KINCIR.com. <https://kincir.com/movie/indonesia-dihantui-film-horor/>
- Persada, I. (2024). *Menilik Anomali di Perfilman Indonesia Lewat Budi Pekerti dan Jatuh Cinta seperti di film- film*. KINCIR.com. <https://kincir.com/movie/menilik-anomali-di-perfilman-indonesia-lewat-budi-pekerti-dan-jatuh-cinta-seperti-di-film-film/>
- Phillips, M. A., & Huntley, C. (2004). *Dramatica: A new theory of story*. Columbus: Write Brothers Inc.
- Pusat Pengembangan Perfilman Kemendikbud. (2023). *Laporan tahunan Pusbangfilm 2023*. Jakarta: Penerbit Kemendikbud.
- Putra, F. D. (2016). Persepsi Masyarakat Jawa Terhadap Tembang Lingsir Wengi Sebagai Sebuah Komunikasi lintas Budaya Syiar agama Islam (Studi Fenomenologi kualitatif tentang pesan dibalik Tembang lingsir wengi Karya Sunan Kalijaga). *Channel: Jurnal Komunikasi*, 4(2). doi: 10.12928/channel.v4i2.6223

- Putra, G. P., Wahid, U., & Cangara, H. (2023). Komodifikasi Konten Mistis pada Program Televisi Kisah Viral dalam Menghadapi Invasi Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA*, 15(02), 55. doi: 10.38041/jikom1.v15i02.263
- Putri, I. P., Liany, F. D., & Nuraeni, R. (2019). K-drama Dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Rahardjo, Susilo & Gudnanto. (2011). *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*. Kudus: Nora Media Enterprise
- Rostanti, Q. (2024, May 15). *Kontroversi Film Vina: Sebelum 7 Hari yang Telah Ditonton 2,5 Juta Orang Hingga Hari ke-6*. Republika Online. <https://ameera.republika.co.id/berita/sdi9el425/kontroversi-film-vina-sebelum-7-hari-yang-telah-ditonton-25-juta-orang-hingga-hari-ke-6?question-index=>
- Safrezi, H. M. (2021, September 30). *Memahami Pernyataan Positif Dan Normatif serta Metodologi Ilmu ekonomi*. Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/berita/nasional/61556675b2319/memahami-pernyataan-positif-dan-normatif-serta-metodologi-ilmu-ekonomi>
- Sasono, E. (2022). Mengukur Kapasitas Ekonomi Industri Film Indonesia. *Jurnal Film Economy*, 1. Retrieved from <https://kafein.or.id/journal/index.php/filmeconomy/article/view/6>.
- Setiawan, A. (2024, March 26). *Ajakan Boikot Film-Film Horor Yang Menjelekkkan Islam Dan Menyesatkan, Ini Daftarnya*. viva.co.id. <https://www.viva.co.id/showbiz/film/17-00184-ajakan-boikot-film-film-horor-yang-menjelekkkan-islam-dan-menyesatkan-ini-daftarnya>
- Setyaningsih, T. W. (2023). Rekreasi Ketakutan, Sebuah Kajian Menonton Film Horor di Masa Pasca Pandemi. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 14(1), 57–72. doi: 10.52290/i.v14i1.100.
- Setiyawan, C. F. (2019). Erotisme dalam Film Horor Indonesia. *ULTIMART Jurnal Komunikasi Visual*, 11(1). doi: 10.31937/ultimart.v11i1.971
- Severin, W. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Shabanna, A. (2009). *Gagalnya Reformasi Perfilman*. Detik.com. <https://news.detik.com/opini/d-1202112/gagalnya-reformasi-perfilman>.
- SimpleMan [@SimpleM81378523]. (2023, Juni 23). *Kisah misteri yang baru saja saya tulis bisa dibaca di thread ini* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/SimpleM81378523/status>.
- Sizuka. (2023, October 13). *Mengapa Bisnis Menakuti Orang Begitu Menjanjikan?*. Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/3772845/mengapa-bisnis-menakuti-orang-begitu-menjanjikan>.

- Štreimikienė, D., Mikalauskiene, A., Sturienė, U., & Kyriakopoulos, G. L. (2021). The Impact of Social Media on Sales Promotion in Entertainment Companies. *E+M Ekonomie a Management*, 24(2), 189-206. doi:10.15240/tul/001/2021-2-012.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarwo, W. (2023). Industri Budaya dan Banalitas Spiritual pada Hantu. *International Conference on Indonesian Language UNINDRA*. doi: <https://doi.org/10.30998/kibar.27-10-2022.6327>.
- Suryanto. (2020). *Layanan Streaming, Tantangan dan Peluang Perfilman Indonesia*. Antara News. <https://www.antaraneews.com/berita/1776245/layanan-streaming-tantangan-dan-peluang-perfilman-indonesia>.
- Suteja, N. T. (2024, March 26). *Netizen Ajak Ramai-Ramai Boikot film Kiblat Yang Dibintangi Ria Ricis. Netizen Ajak Ramai-ramai Boikot Film Kiblat yang Dibintangi Ria Ricis*. Jawa Pos. <https://www.jawapos.com/music-movie/014483562/netizen-ajak-ramai-ramai-boikot-film-kiblat-yang-dibintangi-ria-ricis>.
- Suvattanadilok, M. (2021). Social Media Activities Impact on the Decision of Watching Films in Cinema. *Cogent Business & Management*, 8(1). doi:10.1080/23311975.2021.-1920558.
- Tiwary, I. (2023). Streaming and India's Film-Centred Video Culture: Linguistic and Formal Diversity. *International Journal of Cultural Studies*, 27(1), 65–81. doi:10.1177/13678779231197696 .
- Tompkins, J. (2013). Horror 2.0 (on demand). *Television & New Media*, 15(5), 413–432. doi:10.1177/1527476412470493.
- Untari, P. H. (2020, November 26). Juri Oscar sebut film Perempuan Tanah Jahanam Punya Nilai Berbeda. Okezone Celebrity. <https://celebrity.okezone.com/>. <https://celebrity.okezone.com/read/2020/11/26/206/2316390/juri-oscar-sebut-film-perempuan-tanah-jahanam-punya-nilai-berbeda>.
- Van Bavel, J. J., Robertson, C. E., del Rosario, K., Rasmussen, J., & Rathje, S. (2024). Social Media and Morality. *Annual Review of Psychology*, 75(1), 311–340. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-022123-110258>.
- Venda, C. (2024). Awal Tahun 2024, film genre Horor Masih Merajai Bioskop Indonesia. Hypeabis. <https://hypeabis.id/read/32933/awal-tahun-2024-film-genre-horor-masih-menguasai-bioskop-indonesia>
- Villegas Simón, I. (2022). Los Captadores de la Atención: Creadores de Contenido Ante Las Lógicas De Las Plataformas Digitales. *Anuario Electrónico de Estudios En Comunicación Social "Disertaciones,"* 15(2). doi:10.12804/revistas.urosario.edu.co/-disertaciones/a.11716.
- Wibawa, B., Ariansah, M., & Respati, B. (2021). Memahami Kepenontonan film Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 3(1). doi:10.7454/jki.v3i1.7844.

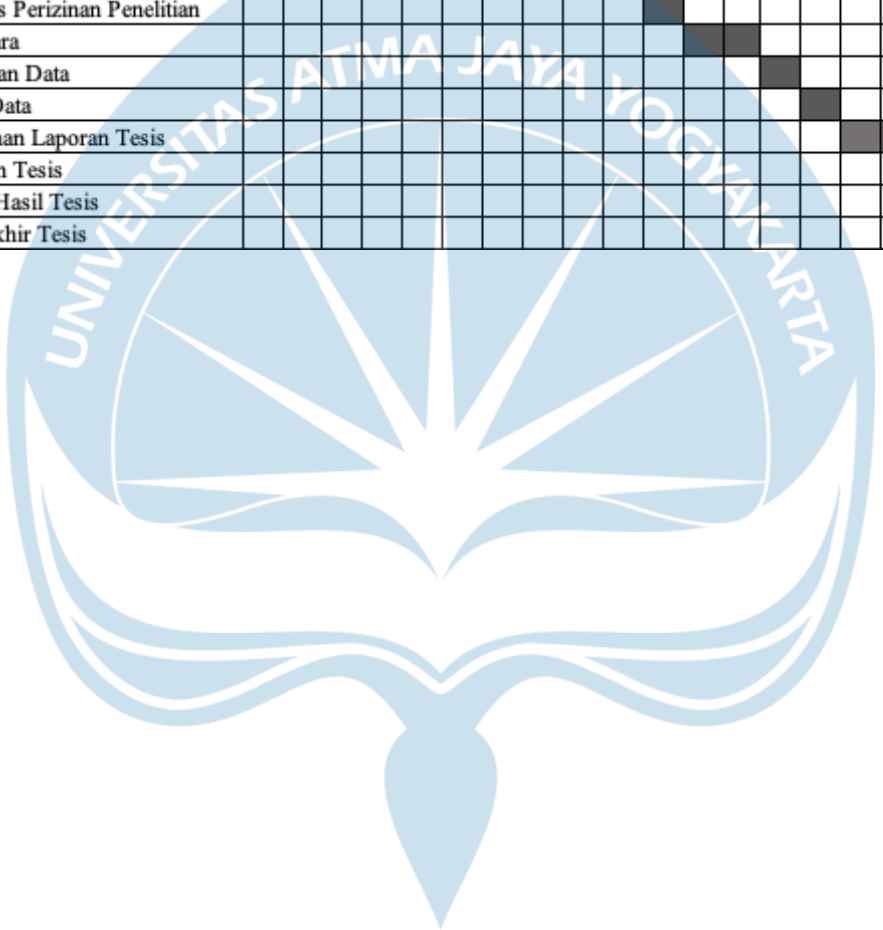
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wijaya, I. (2023, April 1). *Dominasi Horor Persempit film Indonesia*. Tempo. <https://koran.tempo.co/read/tamu/481262/dominasi-horor-persempit-film-indonesia>.
- Yin, Robert K. (2014). *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Yustriani, L., & Rahman, L. (2019). *Pemandangan Umum Industri Film Indonesia*. Jakarta: Film Indonesia.
- Zhafira, A. N. (2023, February 22). *Film Horor Dan Kekuatannya Merangkul Indonesia*. ANTARA News Jambi. <https://jambi.antaranews.com/rilis-pers/3407745/film-horor-dan-kuatannya-merangkul-indonesia>.
- Zhang, L., & Mu, X. (2022). Tweets on a Horror Movie: An Investigation Into Relationships Between Sentiment Strength, Cognitive Language and Tweet Virality. *Journal of Information Science*, 016555152211165. doi:10.1177/016555152211161.



Lampiran 1

Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu																					
		2024																					
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Penyusunan Seminar Proposal	█	█	█	█	█	█	█	█														
2	Seminar Proposal Tesis									█													
3	Revisi Proposal Tesis									█	█												
4	Mengurus Perizinan Penelitian									█	█												
5	Wawancara											█	█										
6	Pengolahan Data													█	█								
7	Analisa Data															█	█						
8	Penyusunan Laporan Tesis																	█	█	█	█		
9	Pengajuan Tesis																					█	█
10	Seminar Hasil Tesis																						█
11	Revisi Akhir Tesis																						█



Lampiran 2

Pedoman Wawancara

Dari lima narasumber tersebut, tersusun matriks rencana pertanyaan yang akan digunakan sebagai acuan wawancara peneliti, dengan mengacu pada rumusan permasalahan serta teori-teori yang digunakan pada penelitian.

Topik	Pertanyaan	N1	N2	N3	N4	N5
Disfungsi Media						
1. Memahami disfungsi media pada industri film Indonesia	1.1 Bagaimana dampak (positif dan negatif) tren film horor Indonesia (2019-2024)? 1.2 Apakah terjadi disfungsi media terdampak tren film horor (2019-2024)?					
2. Evaluasi film horor Indonesia	2.1 Apa saja evaluasi terhadap film horor Indonesia yang tayang pada periode 2019-2024?					
3. Mendapatkan alternatif genre lain	3.1 Sejauh mana upaya menekan disfungsi media pada industri film Indonesia? 3.2 Apa saja tolak ukur kesuksesan sebuah film selain dari segi ekonomi?					
Viralitas						
4. Ketercapaian indikator konten viral	4.1 Apa saja faktor yang membuat sebuah konten menjadi menarik di mata warganet? 4.2 Mengapa horor menjadi jenis konten yang paling mudah viral di Indonesia?					
5. Kualitas dan <i>value</i> konten viral	5.1 Bagaimana kualitas konten yang sering viral di Indonesia?					

	5.2 Bagaimana jaminan kesuksesan film yang diangkat dari konten viral?					
Komodifikasi						
6. Penerapan komodifikasi konten	6.1 Apa saja bentuk komodifikasi konten media sosial yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan kesuksesan film layar lebar? 6.2 Apa saja hambatan dalam mengkomodifikasi konten viral menjadi film layar lebar?					
7. Penerapan komodifikasi <i>audience</i>	7.1 Apa saja yang dapat dilakukan untuk melakukan komodifikasi <i>audience</i> pada sebuah konten viral? 7.2 Apa hambatan dalam melakukan komodifikasi <i>audience</i> konten viral?					
8. Penerapan komodifikasi tenaga kerja	8.1 Apa saja bentuk komodifikasi tenaga kerja yang dapat dilakukan dalam produksi film Indonesia? 8.2 Bagaimana pola kerja pelaku film dalam mempersiapkan produksi film dari konten viral?					

Lampiran 3

Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara Narasumber 1

Narasumber : Riza Pahlevi
Profesi : Kreator Konten
Teknis wawancara : Langsung - STMM Yogyakarta
Waktu : Rabu, 24 April 2024, pukul 11.30 WIB

No	Teori	Pertanyaan	Jawaban Narasumber	Intisari	Topik
1	Disfungsi Media	Bagaimana dampak (positif dan negatif) tren film horor Indonesia (2019-2024)?	<p>Dampak positifnya adalah perfilman Indonesia di tahap semakin maju. Mungkin terdengarnya cuma horror, tapi sebenarnya kalau diulik lebih dalam, jenis horornya juga semakin beragam. Nggak cuma melulu soal hantu-hantuan, tapi juga ada soal zombie-zombiean, ada thriller juga, ada horror psikologis, dan yang lain-lain jadi sebenarnya itu juga bentuk eksplorasi.</p> <p>Negatifnya, film yang non-horor jadi lumayan tergerus. Sebenarnya sih selalu ada yang mencoba buat non horror, tapi memang penontonnya susah untuk naik. Seperti Dua Hati Biru kemarin, kalah bersaing dengan 2 film horor besar di lebaran. Tayang sebentar sudah turun layar. Akhirnya PH memilih lebih aman buat horor. Mungkin itu jadi salah satu</p>	<p>Variasi sub genre horor berkembang, namun formula cerita monoton.</p> <p>Membuat penonton jenuh</p> <p>Tapi film non horor sulit dapat penonton.</p>	Evaluasi tren horor di industri film Indonesia

			<p>kekurangan juga, karena kita sebagai penonton jadi kesulitan buat mencari tontonan selain horor di bioskop.</p> <p>Kadang banyak tema-tema horror yang akhirnya gitu-gitu aja, mungkin cuma nge-block dari yang sudah terkenal atau dari formula yang kira-kira laris, terus tinggal diulang-ulang ya walaupun tidak semua PH seperti ini, tapi kan akhirnya lama-lama jadi menjenuhkan. Beberapa teman yang aku kenal juga mulai malas nonton, terutama untuk ke bioskop. Soalnya sudah berpikir akan gitu-gitu aja. Mereka lebih suka nonton Netflix, Disney Plus, Drakor.</p>		
2	Apakah terjadi hal-hal yang mengarah pada disfungsi media di industri film?	<p>Memang mulai terjadi disfungsi media, tapi belum yang fatal.</p> <p>Begini, kalau mau diteliti lebih lanjut, sebenarnya horor itu menurutku cuma bungkusnya. Pada dasarnya kita masih dapat insight untuk melestarikan budaya, dan menjaga tradisi, walaupun pada kenyataannya, penyampaiannya tidak dapat selugas film-film semacam film drama. Padahal kemampuan penonton</p>	<p>Mulai terjadi disfungsi media.</p> <p>Tidak semua film horor berkualitas.</p> <p>Mengejar keuntungan dengan mengeksploitasi agama, budaya, tragedi. Tidak diimbangi riset dan konten yang</p>	Terjadi disfungsi media di industri film Indonesia	

		<p>menangkap info berbeda beda. Jadi ada yang salah tafsir. Apalagi kalau orang tersebut tidak mengalami sendiri fenomena yang ditampilkan.</p> <p>Tidak bisa dipungkiri, kalau film yang beredar di pasaran tidak semuanya sebegitu berkualitas, dalam artian mereka tidak punya konten yang memang legit gitu. Konkret, melakukan riset dengan baik juga. Saya rasa tidak semuanya melakukan hal itu. Ada beberapa yang akhirnya keliru menyampaikan informasi soal budaya dan agama. Tapi tetap dilanjutkan. Jadi kesannya eksploitasi tanpa dasar yang kuat untuk tema yang diangkat, hanya untuk menunjukkan punya bobot kelokalan.</p> <p>Kalau dipikirkan jangka panjangnya ya sangat memungkinkan akan terjadi penyimpangan informasi, dan menjadi sesuatu yang dipercayai. Apalagi kalau generasi yang memahami hal tersebut sudah tidak ada. Karena ketika informasinya diulang ulang akan jadi meyakinkan. Mungkin juga akhirnya banyak orang yang</p>	<p>konkrit, minim riset, penyampaian tidak lugas.</p> <p>Penonton salah tafsir.</p>	
--	--	---	---	--

			<p>tidak familiar dengan kebudayaan lainnya, karena hanya budaya Jawa yang selalu diangkat menjadi film.</p> <p>Ketika film sudah dilempar ke masyarakat dan merasa ini tidak sesuai dengan nilai-nilai yang dianut, akan muncul sebuah kritikan yang sebenarnya dapat menjadi masukan juga untuk pembuat film agar lebih hati-hati lagi. Lebih cermat lagi untuk melakukan riset yang dalam dan tidak sembarangan dalam mengeksplor atau mungkin bahasa jeleknya mengeksploitasi sesuatu. Seperti yang terjadi pada beberapa film saat ini, terkesan cenderung mengeksploitasi agama, budaya, atau kejadian yang dianggap sensitif, seperti tragedi.</p>		
3		<p>Apa saja evaluasi terhadap film horror Indonesia yang tayang di periode 5 tahun terakhir ini?</p>	<p>Untuk menemukan horror yang berkualitas itu jumlahnya masih sangat sedikit dibanding yang berkualitas. Ini dari aspek apapun, production value secara keseluruhan. Baik dari segi kontennya, ceritanya, maupun dari segi teknisnya.</p>	<p>Jumlah film horor berkualitas masih sedikit.</p>	<p>Evaluasi film horor Indonesia</p>

			<p>Kalau dari segi konten masih concern pada cerita yang akhirnya monoton. Kadang ada juga yang terlalu ingin memberikan sentuhan budaya di filmnya, tapi berakhir hanya sebagai pemanis. Asal menempel.</p> <p>Sebenarnya kalau ngomongin cerita, bisa dibilang sudah tidak ada yang murni baru di dunia ini. Tapi ketika cerita itu diulang dalam jangka periode cepat, beberapa tahun terakhir pasti penonton juga akan jenuh.</p> <p>Saya lihat ada hal menariknya juga dari filmmaker sekarang, khususnya PH atau producer, sudah memikirkan jangka panjang, karena banyak universe yang mereka bangun. Dan penonton kemakan juga oleh itu.</p>	<p>Asal nempel unsur kelokalan.</p> <p>Kejenuhan karena repetisi dan kuantitas film horor dalam waktu singkat.</p> <p>Mulai membangun universe</p>	
4		<p>Apa saja tolak ukur kesuksesan sebuah film selain dari segi ekonomi?</p>	<p>Ketika film itu bisa diomongin banyak orang. Apalagi kalau misalnya yang ngomongin itu orang-orang di luar filmmaker, di luar reviewer film, orang awam yang bahkan mungkin jarang nonton film dan mereka mau untuk minimal ngomongin, atau akhirnya beranjak ke bioskop. Itu juga jadi salah satu tolak ukur</p>	<p>Dibicarakan banyak lapisan masyarakat (tidak hanya orang di industri film).</p>	<p>Alternatif kesuksesan sebuah film</p>

			<p>menurutku. Salah orang temanku yang gak pernah nonton film dan tiba-tiba nanyain film ini.</p> <p>Secara marketingnya atau word of mouth-nya itu bekerja dengan baik. Entah karena kebagusannya atau karena keanehannya atau bahkan karena kebingungannya. Tapi apapun itu, ketika bisa diomongin oleh society, aku rasa bisa menjadi indikator kesuksesan. Walaupun itu terkadang tidak berjalan lurus dengan penonton juga. Rame dibahas di media sosial, tapi penontonnya tidak terlalu besar. Hal seperti itu bisa terjadi.</p>	<p>Baik atau buruk bisa jadi nilai lebih untuk dibahas di media sosial.</p> <p>Kadang di medsos ramai, di kenyataan sepi.</p>	
5		<p>Sejauh mana upaya menekan disfungsi media pada industri film Indonesia?</p>	<p>Sudah mulai mencoba eksplorasi soal kedaerahan di luar Jawa. Bahkan terakhir kemarin juga ada film Saranjana dari cerita berlatar belakang Kalimantan, yang laku lebih dari 1 juta itu juga bukti kalau misal gak cuma Jawa yang diminati penonton.</p> <p>Dari segi formula atau plot, mungkin kita bisa melihat berbagai film horor di era yang lebih lawas lagi, mungkin tahun 80-an, 90-an. Ketika formula cerita tersebut kembali</p>	<p>Eksplorasi cerita luar Jawa, dengan acuan kesuksesan film Saranjana</p>	<p>Langkah yang sudah dilakukan untuk menekan disfungsi media</p>

			<p>digunakan, seolah olah menjadi hal baru. Remake cerita lama, dengan sentuhan kekinian. Disesuaikan lagi dengan era sekarang. Entah dari sisi konfliknya, karakternya, situasinya, atau apapun itu.</p> <p>Kalau kita lihat dari sejarah perfilman Indonesia, 20 tahun ke belakang memang rata-rata film yang paling laku kalau nggak horror ya komedi. Drama baru menyusul yang ketiga, jadi yang potensial untuk menggusur horror atau setidaknya mampu mengimbangi itu dengan komedi. Orang Indonesia butuh hiburan ya.</p> <p>Memang semua tidak bisa secara mendadak mengubah tren. Kecuali memang momentnya pas, dan ada faktor luck disitu. Tapi untuk menuju kesana butuh proses. Salah satunya dengan mengkombinasikan kedua genre tadi. Itu menjadi opsi terdekat saat ini.</p>	<p>Remake film lama dengan sentuhan kekinian (Suzzana, Pengabdian Setan).</p> <p>Pertimbangan ke genre komedi atau gabungan horor komedi</p>	
6	Viralitas	Apa saja faktor yang membuat sebuah konten menarik?	Sebenarnya soal relate dengan masyarakat. Tidak cuma soal topik mentahan atau bahan dasar yang dimiliki, tapi juga bagaimana kreator mengemasnya. Membuat penonton benar-bener bisa	Relate dan mampu mengemas lebih real	Memaksimalkan viralitas

			<p>merasa dekat dan percaya dengan cerita ini.</p> <p>Saya tumbuh berkembang di tahun 2000-an, yang saat itu di media televisi khususnya, banyak sekali tontonan horror. Itu membuat saya tertarik dan merasa sampai sekarang horror tidak pernah selesai diulik, karena selalu ada saja masalah atau hal-hal baru yang ditemukan.</p>		
7		<p>Mengapa horor menjadi jenis konten yang paling mudah viral di Indonesia?</p>	<p>Karena orang Indonesia sejak kecil selalu banyak membahas horror. Di kondisi apapun, ketika lagi gabut atau lagi ngongkrong santai sama temen-temen, salah satu topik yang selalu mampir untuk dibahas adalah cerita horror</p> <p>Jadi mau perkara itu cerita fiksi atau cerita pengalaman pribadi, sepertinya horor tidak pernah lepas sebagai bumbu dalam berkomunikasi antar sesama orang Indonesia. Apalagi kalau cerita-cerita di internet ya pasti akan lebih menarik lagi. Karena penyampaiannya sudah lebih tertata, dibuat lebih mudah dipahami. Dipikirkan dramatisasinya.</p>	<p>Jadi bumbu komunikasi masyarakat Indonesia.</p> <p>Cerita horor di internet lebih terkonsep</p>	<p>Daya tarik konten horor</p>

8		<p>Bagaimana kualitas konten yang sering viral di Indonesia yang kemudian diangkat menjadi film layar lebar?</p>	<p>Variatif ya. Yang pasti ketika sudah viral, berarti banyak orang yang membicarakan karena suatu kedekatan sebagai representatif kehidupan atau pengalaman seseorang.</p> <p>Kalau masalah kualitas kontennya ya berbeda beda. Selama tidak bertentangan dengan SARA, tidak melecehkan suatu hal, dan tidak memprovokasi sesuatu, rasanya sudah cukup aman. Ini terlepas dari tuntutan untuk harus memiliki nilai edukasi yang gamblang.</p> <p>Penonton sah sah saja menilai sejauh mana baik buruknya. Ini menyangkut selera. Kadang ada yang bilang bagus, ada juga yang bilang norak, ada yang bilang B (biasa) saja.</p>	<p>Variatif. Yang penting tidak melanggar norma dan etika.</p> <p>Tapi pasti sudah menarik karena jadi representatif kehidupan masyarakat.</p>	<p>Kualitas konten viral di Indonesia</p>
9		<p>Bagaimana jaminan kesuksesan film yang diangkat dari konten viral?</p>	<p>Kadang saya melihat semua film mengklaim dirinya viral. Definisi viral menurut saya adalah ketika sesuatu viralnya sudah cross platform.</p> <p>Pada tahap promosi, marketing pasti juga akan jualan ini viral. Sudah dibaca sekian juta kali, tapi belum</p>	<p>Definisi viral perlu indikator jelas</p>	

			<p>tentu juga kita pernah denger, karena memang circle social media pun juga ada.</p> <p>Setiap social media punya habitnya masing-masing. Jadi jaminan laku juga tidak ada. Masih banyak faktor lain yang jadi penentu untuk kesuksesan film dari segi banyaknya penonton. Mulai dari aktornya, promosinya, dan momentum tayangnya.</p> <p>Embel-embel viral ini pernah ramai juga di tahun-tahun 2000an. Hampir mirip, tapi pakai istilah "dari kisah nyata". Kita juga tidak tau ini beneran kejadian atau tidak. Tapi kalimat tersebut bikin terkesan jadi lebih menarik dibandingkan sekedar jujur kalau film atau konten ini hanya fiksi belaka.</p>	<p>Ada perbedaan karakter tiap media sosial.</p> <p>Tidak ada jaminan sukses.</p> <p>Konotasi "viral" serupa dengan "Diangkat dari kisah nyata", menjadi lebih menjual.</p>	
10	Komodifikasi	<p>Apa saja bentuk komodifikasi konten dari sebuah media sosial yang bisa dimaksimalkan lagi untuk kesuksesan film layar lebar?</p>	<p>Kalau ngomongin konten atau film pertama sukses, pasti biasanya akan ada kemungkinan buat film kedua dan seterusnya. Akhirnya mencari-cari apa yang ada di dalam film itu dan bisa diulik lagi ya kalau kita lihat dari The Conjuring pertama itu kan Annabelle-nya sangat ikonik kan dan akhirnya yang di-</p>		<p>Upaya komodifikasi konten</p>

		<p>explore lagi ya soal Annabelle-nya lagi bahkan ketika mereka bikin film kedua yang ikonik, Valaknya jadi naik lagi jadi ya udah berputar-putar disitu sebenarnya.</p> <p>Suatu perwujudan dan karakter sosok, apalagi kalau misalnya di ranah horor, akan menjadi daya tarik tersendiri buat penonton. Ada keinginan mengulik lebih dalam tentang asal usul sosok yang tragis dan menjelaskan latar belakang dari sosok tersebut.</p> <p>Masyarakat Indonesia juga suka konflik. Bad news is a good news. Kadang ada kecenderungan membuat sebuah konten untuk mendapatkan perhatian lebih sensasional walaupun terkesan buruk. Tapi hal itu bisa jadi bahan diskusi penonton. Terlibat lebih aktif untuk menyebarkan informasi terkait konten atau film tersebut.</p> <p>Bisa juga dengan pengembangan konten bersama Influencer untuk membuat orang awam yang awalnya sama sekali tidak kepikiran dengan konten tersebut, menjadi penasaran,</p>	<p>Mengulik kisah karakter horor</p> <p>Memanfaatkan bad news untuk promosi</p> <p>Mengembangkan konten ringan, merujuk ke unsur cerita film</p>
--	--	---	--

			<p>tertarik, dan mengikutinya, bahkan menantikannya.</p> <p>Pernah Boy William ngomongin soal Spirit Doll di konten Youtube-nya, dan karena itu kontennya naik akhirnya semua influencer ikut jadi ngomongin itu, akhirnya semua masyarakat juga pada ngomongin hal yang sama.</p>		
11		<p>Apa saja hambatan dalam mengkomodifikasi konten viral menjadi film layar lebar?</p>	<p>Hambatannya adalah ketika kita bikin konten yang durasi pendek dengan tim yang kecil, maka skala diskusinya lebih kecil juga, sehingga ibaratnya kita lebih bebas lah untuk berkreasi secara idealis.</p> <p>Tapi ketika kita udah bicara film panjang dengan tim yang lebih banyak, maka akan lebih banyak juga yang akan bersinggungan.</p> <p>Kompleksitasnya lebih tinggi. Harus mikirin jualan juga, mikirin dari sudut pandang sutradara, produser, penulis dan berbagai idealis serta kepentingan masing-masing. Harus dikompromikan, apakah itu bagus atau tidak untuk banyak hal, seperti finansial, estetika, dan norma.</p>	<p>Pada tahap menjadi layar lebar, banyak kepentingan dari berbagai pihak.</p> <p>Kompleksitas tinggi, diikuti kompromi berbagai aspek</p> <p>Tetap</p>	<p>Hambatan atau tantangan komodifikasi konten</p>

			<p>Saya percaya ketika banyak orang yang terlibat juga akan membuat karya itu lebih berwarna. Tetapi kita tetap harus menghargai visi dari kreator originalnya.</p> <p>Perihal hak cipta juga belum semua dapat berjalan dengan baik. Ada beberapa persinggungan yang harus dibicarakan juga. Soal sistem beli kontennya, soal keterlibatan kreator aslinya.</p>	<p>berpegangan pada konten original</p> <p>Penerapan hak cipta dan keterlibatan kreator original</p>	
12		<p>Apa saja yang dapat dilakukan untuk melakukan komodifikasi <i>audience</i> pada sebuah konten viral?</p>	<p>Sesederhana bicara langsung, minta tolong ke teman teman untuk bantu share konten, atau mereaksi konten yang sudah kita buat. Agar semakin lebih luas cakupannya.</p> <p>Selain itu, melalui kerjasama dengan reviewer film yang sekarang sangat banyak di Youtube, Twitter, Instagram, bahkan Tiktok, akan lebih mudah melihat dan mengukur pertimbangan, penilaian, dan pemikiran masyarakat terhadap suatu konten atau film.</p>	<p>Minta tolong teman mereview</p> <p>Kerjasama influencer untuk melihat respon masyarakat</p>	<p>Upaya dengan menggunakan komodifikasi <i>audience</i> (penonton)</p>
13		<p>Apa hambatan dalam melakukan komodifikasi <i>audience</i> konten viral?</p>	<p>Tidak semua content creator bisa dibayar atau bisa dibeli untuk di endorse dengan memberikan penilaian baik, maupun secara gamblang</p>	<p>Idealisme dari kreator konten yang diajak kerja sama</p>	<p>Hambatan dalam mengkomodifikasi <i>audience</i></p>

			<p>mempromosikan suatu film atau produk karena setiap konten juga punya idealis.</p> <p>Sekarang semua orang punya medianya dan budaya nge-review film sudah sangat bias, baik di X, di Instagram, Letterbox atau mana pun. Menurutku ini bisa jadi berdampak positif sekaligus negatif.</p> <p>Masyarakat lebih mudah menyampaikan keluhan kesahnya, maupun aspirasinya. Filmmaker juga mudah mendapatkan akses berkomunikasi, walaupun secara tidak langsung dengan penonton filmmnya.</p> <p>Tapi negatifnya, terkadang yang diobrolkan masyarakat menjadi agak tidak terkontrol. Karena terkadang tidak selalu apa yang mereka katakan benar kan. Dalam artian, bisa jadi mereka bukannya fokus pada kritik unsur filmnya, tapi malah menekankan pada hal-hal diluar film dan penilaian pribadi yang kurang tepat untuk dilempar di forum umum.</p>	<p>Positifnya : filmmaker dapat berinteraksi dengan penonton di luar film.</p> <p>Negatifnya, obrolan tidak terkontrol.</p>	
--	--	--	---	---	--

			<p>sutradara, dan kru film yang mau muncul. Tapi dengan media sosial, semua lebih dimudahkan. Internet membantu calon penonton mencari informasi siapa pembuat film. Dari situ akan memunculkan rasa penasaran untuk lebih mengenal para kru tersebut.</p> <p>Ketika calon penonton merasa lebih memiliki kedekatan dengan pembuat film atau seorang kreator, mereka merasa memiliki ikatan lebih, dan menjadi lebih tertarik untuk mengenalnya lebih jauh. Memahami apa yang dibuat orang tersebut. Mengikuti informasi terbaru dari orang tersebut.</p> <p>Kru inti sebuah film perlu lebih aktif terlibat promosi baik sebelum maupun sesudah proses produksi sebuah film. Mulai dari penggunaan media sosialnya, hingga aktif ikut berdiskusi. Bagian proses kerja mereka di masing-masing divisi juga akan menjadi tontonan menarik untuk calon penonton, bahkan yang awam terhadap dunia film.</p>	<p>Kru inti film aktif promo dan menjalin kedekatan dengan calon penonton.</p> <p>Media sosial dan video BTS membantu meningkatkan awareness dan antusiasme</p>	
--	--	--	--	---	--

			Hal ini bisa meningkatkan awareness masyarakat juga, bahwa film itu patut untuk dihargai. Maksudnya agar seseorang menyadari untuk menghargai sebuah film dengan nonton secara legal, karena melihat perjuangannya atau proses kerjanya sesulit itu.	terhadap film tersebut.	
15		Bagaimana pola kerja pelaku film dalam mempersiapkan produksi film dari konten viral?	<p>Paling lebih ke di marketingnya ya. Merecall lagi soal film pendeknya, terus di poster atau di media-media tetap memberikan informasi penjasas bahwa film tersebut berangkat dari sebuah konten.</p> <p>Tapi kalau treatment kerjanya ya sama saja. Terbeban soal ekspektasi terhadap pasar juga.</p> <p>Kreator original, berharap hal ini menjadi lebih baik dari konten aslinya. Karena kan ketika film pendeknya udah bagus menurut orang-orang ya akhirnya banyak yang berekspektasi dan bagaimana kita bisa mencoba memenuhi ekspektasi itu yang sulit.</p>	<p>Promosi dengan bahan materi keviralan konten originalnya.</p> <p>Mengonsep dan mengeksekusi agar hasil lebih baik, karena ada ekspektasi penonton konten original</p>	Perlakuan khusus untuk adaptasi konten viral

Transkrip Wawancara Narasumber 2

Narasumber : Fadi Iskandar

Profesi : Kreator Konten Horor & Produser Film Horor Komersil

Teknis wawancara : Langsung - Silol Cafe, Yogyakarta

Waktu : Rabu, 24 April 2024, pukul 14.30 WIB

No	Teori	Pertanyaan	Jawaban Narasumber	Intisari	Topik
1	Disfungsi Media	Bagaimana dampak (positif dan negatif) tren film horor Indonesia (2019-2024)?	<p>Kalau lihat dari sisi produser, dampak positifnya jadi banyak yang ikut kecipratan rejeki dari tren genre horor ini. Meningkatkan ekonomi. Apalagi kalau memang secara individu suka dengan tema horor. Tidak bisa dipungkiri, bahwa horor, mistis, misteri itu masih sangat disukai warga Indonesia.</p> <p>Memproduksi atau membuat karya yang memang disukai kan tidak mudah.</p> <p>Kalau untuk negatifnya, mungkin seperti kejadian yang baru baru ini. Filmnya dianggap tidak sesuai dengan ajaran islam. Jadinya semua materi promosinya ditarik dulu. Terancam dilarang tayang. Masyarakat menilai memang ada beberapa film-film yang</p>	<p>Meningkatkan ekonomi di sektor film, termasuk kehidupan kru film.</p> <p>Dampak negatifnya, ada film-film yang punya unsur melenceng dari ajaran budaya dan agama.</p> <p>Menunggangi hal sensitif agar lebih laku.</p>	Evaluasi tren horor di industri film Indonesia

			<p>kurang pas dalam menceritakan atau membuat adegan. Terlalu memaksakan atau istilahnya menunggangi hal sensitif biar laku.</p> <p>Sebenarnya itu bukan pertama kali ya (terjadi ajakan boikot), tapi mungkin karena ini sudah yang kesekian kali, akhirnya masyarakat semacam punya tindakan lebih tegas.</p>		
2	Apakah terjadi hal-hal yang mengarah pada disfungsi media di industri film?	<p>Iya. Berdasarkan teori tadi ya. Situasi semacam boikot boikot ini jadi tanda terbesar. Karena ini media masa, respon masyarakat diperhatikan.</p> <p>Sulit ya kalau bicara membandingkan bisnis dengan pakem budaya agama. Sebenarnya, pangsa pasarnya besar. Hukum supply demand lah sebenarnya, jadi kalau misalnya dibidang bosan itu wajar. Berapa tahun isinya horor terus. Tapi kenyatannya, permintaannya disitu paling banyak. Kritik ini karena banyak faktor. Bisa</p>	<p>Indikator boikot sebagai tindak tegas masyarakat.</p> <p>Tetap ada permintaan pasar yang besar untuk horor, walaupun banyak kritik juga.</p>	Terjadi disfungsi media di industri film Indonesia	

			<p>jadi karena tidak percaya dengan kualitas film yang akan tayang.</p> <p>Kita lihat film Mas Joko Anwar, dikomentarin tidak ? Tidak kan. Karena dia memberikan kualitas yang sangat baik, cerita yang bagus misalnya. Bagaimana produser meyakinkan penonton. Ini pecutan bagi para PH untuk membuat cerita-cerita yang bagus dan eksekusi yang bagus. Penonton kita sudah pinter-pinter. Sudah punya pembandingan dengan film yang bagus.</p> <p>Kalau misalnya ada yang komentar bosan dan segala macam, baiknya dilihat dulu saja filmnya. Mungkin ada orang yang berkomentar soal film yang kelihatan anggarannya murah. Dari cerita maupun teknisnya. Bisa jadi karena dia punya pengalaman melihat film dengan kualitas tidak baik. Muncul insting atau apalah, yang menganggap film lainnya tidak bagus, dan jadi nggak mau</p>	<p>Filmmaker perlu meyakinkan dan membuktikan filmnya bagus.</p> <p>Penonton komentar berdasarkan pengalaman sebelumnya.</p>	
--	--	--	--	--	--

			nonton. Bisa juga terpengaruh omongan orang terdekat, review, dan lain lain.		
3	Apa saja evaluasi terhadap film horror Indonesia yang tayang di periode 5 tahun terakhir ini?	<p>Kebangkitan film horror dengan production value yang bagus itu ketika Mas Joko buat Pengabdi Pengabdi setan tahun 2017. Dilanjutkan Makmum, jadi tren horor religi. Dari situ tentu ada peningkatan standar untuk film film horor selanjutnya, agar tidak asal-asalan.</p> <p>Karena kalau inget di era 2010an, masih ada horor komedi, horor yang esek-esek, horor yang tidak jelas ceritanya dan hanya menampilkan hantu-hantu mengagetkan. Makin kesini sudah nggak ada. Walaupun sebenarnya di daerah juga tetap ada pasarnya untuk tema horor esek esek.</p> <p>Di tahun 2019, sebelum covid, masyarakat Indonesia sudah mulai terbentuk hobi menonton di bioskop. Itu tidak lepas dari peningkatan kualitas</p>	<p>Meningkatnya stardart production value film horor. Perbaikan kualitas dari banyak aspek</p> <p>Cerita kurang beragam.</p>	Evaluasi film horor Indonesia	

		<p>film yang terjadi. Tapi lagi-lagi soal pola cerita yang kurang beragam, wajar kalau lama-lama bosan. Ini PR besar agar penonton Indonesia tidak kembali antipati pada film-film produksi dalam negeri.</p> <p>Penonton atau netizen belum tentu bisa jadi kontrol. Tapi bisa jadi perantara evaluasi. Jadi untuk para film maker, ketika mendapat cibiran seperti ini, harus menerima dan mencoba untuk memperbaiki lagi kinerjanya dalam berproduksi dan berkarya. Kalau melihat progress 5 tahun belakangan, banyak PH yang berusaha membenahi kualitas film-film horor yang diproduksi. Jadi perlu diberi kesempatan.</p>	<p>Perlu mendengarkan kritik dan komentar netizen sebagai materi evaluasi.</p>	
4	<p>Apa saja tolak ukur kesuksesan sebuah film selain dari segi ekonomi?</p>	<p>Ketika banyak orang mereview, memberikan komentar, tanggapan, pemikirannya, dan berinteraksi terhadap film-film yang sudah ditonton. Lalu dari situ bisa terlihat bagaimana</p>	<p>Menjadi bahan diskusi dan masuk festival</p>	<p>Alternatif tolak ukur kesuksesan.</p>

			<p>mereka dapat memahami film tersebut.</p> <p>Apapun pembahasannya, akan jadi menarik. Misal baru diskusi, ternyata ada hal-hal yang terlewat, lalu orang itu mau nonton lagi di bioskop.</p> <p>Masuk ke sebuah festival juga menjadi kesuksesan tersendiri. Dari segi value, menjadi lebih prestige dan menarik.</p>		
5	Sejauh mana upaya menekan disfungsi media pada industri film Indonesia?	<p>Memproduksi konten yang lebih beragam. Tidak harus yang benar-benar lepas dari horor. Beragam ini bisa soal lokasinya, background karakternya, konfliknya. Kalau lihat set hutan, prop keris, baju jawa terus menerus kan jenuh.</p> <p>Saat ini juga (saya) lagi produksi film drama. Tentu dengan persiapan lebih matang. Harus jelas visinya. Mau explore apa. Kali ini coba kombinasi dengan unsur-unsur India, yang lama tidak ada di film-film Indonesia.</p>	<p>Keragaman konten, dengan variasi lokasi, konflik, karakter yang jarang diangkat</p> <p>Produksi film drama, mengkombinasi unsur yang lama tidak ada di Indonesia</p> <p>Mengembangkan horor komedi</p>	Langkah yang sudah dilakukan untuk menekan disfungsi media	

			<p>Beberapa PH sepertinya mulai mengembangkan horor komedi juga. Walaupun masih ada unsur horornya, tapi sisipan komedi yang tepat bisa membawa angin segar. Nyatanya film Agak Laen bisa sampai hampir 10 juta.</p>		
6	Viralitas	<p>Apa saja faktor yang membuat sebuah konten menarik?</p>	<p>Sebisa mungkin tidak settingan. Penonton bisa paham mana real mana bukan. Ketika mencoba senatural mungkin, penonton akan lebih merasa dekat. Karena logis juga.</p> <p>Eksekusi produksi juga perlu diperhatikan. Gambar dengan kualitas bagus, cinematic, akan membuat orang nyaman nonton. Kebutuhan gambar juga terpenuhi, sehingga penyampaian informasinya bisa lebih maksimal. Ini yang diterapkan di konten-konten DMS, sehingga bisa stabil mendapatkan penonton dan pengikut banyak.</p>	<p>Tidak settingan (natural), penonton lebih merasa logis.</p> <p>Memperhatikan kebutuhan teknis (cinematic dan audio) agar info lebih mudah tersampaikan dan disebar luaskan (direkomendasikan)</p>	<p>Memaksimalkan viralitas</p>

			<p>Kalau sudah begitu, peluang konten tersebut diinfokan ke orang lain, direkomendasikan, akan jauh lebih besar. Kita sebagai kreator juga lebih percaya diri untuk mempromosikan.</p> <p>Nantinya akan berdampak ke jumlah interaksi yang membahas konten tersebut.</p>	
7		<p>Mengapa horor menjadi jenis konten yang paling mudah viral di Indonesia?</p>	<p>Warga Indonesia ini suka semua hal soal horor, mungkin karena adanya adrenalin junkie juga. Jadi menikmati sensasi "deg-degan". Menonton konten atau film horror juga bisa mengakrabkan pertemanan bahkan percintaan.</p> <p>Horor ini unik. Punya daya tarik tersendiri, karena yang takut pun jadi ikut terbawa nonton. Entah apapun alasannya. Mungkin juga karena faktor budaya dan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia yang nggak jauh dari cerita-cerita mistis turun temurun. Dalam agama kita (Islam) ada</p>	<p>Daya tarik konten horor</p>

			penjelasannya juga di surat al-jin. Kita percaya bahwa hidup kita berdampingan dengan jin-jin dan segala macam hal ghaib lainnya.		
8	Bagaimana kualitas konten yang sering viral di Indonesia yang kemudian diangkat menjadi film layar lebar?	<p>Mungkin ada yang kesannya biasa saja. Kurang greget, atau bahkan ada yang terkesan berlebihan. Tapi yang pasti selalu punya relatable dengan kehidupan kita. Kadang hal-hal yang terasa biasa saja dalam kehidupan kita, sebenarnya merupakan hal menarik di kehidupan orang lain. Bisa jadi membuat informasi baru untuk orang lain.</p> <p>Kadang ceritanya sudah familiar, tapi karena disampaikan juga oleh selebgram, diulas oleh influencer, akhirnya jadi lebih cepat menyebar luas. Peran mereka (influencer) ini cukup besar. Bisa membuat suatu konten jadi terkesan penting.</p>	<p>Relatable. Memiliki informasi baru.</p> <p>Diulas oleh influencer, menjadi terkesan penting</p> <p>Ada banyak faktor saat produksi hingga paska produksi untuk hasil akhir</p>	Kualitas konten viral di Indonesia	

			<p>Kalau soal hasil jadi di layar lebar sudah dipengaruhi banyak faktor saat pra produksi hingga paska produksi.</p>		
9	<p>Bagaimana jaminan kesuksesan film yang diangkat dari konten viral?</p>	<p>Banyak yang mencoba bikin materi dasar cerita film agar viral di social media, tapi tidak bisa sekuat KKN. Karena KKN ini kan dibahas di semua lapisan masyarakat, dibahas di semua media sosial.</p> <p>Sedangkan banyak juga konten yang trending, tapi belum tentu masuk kategori viral. Kurang lebih tolak ukurnya seperti itu. Tinggal tergantung si PH atau produser itu sendiri, ketika dia sudah punya konten yang viral, mestinya dia tau bagaimana membakar apinya agar tetep menyala, dan kalau bisa makin besar.</p> <p>Setidaknya, dengan IP yang viral akan lebih enak untuk berpromosi. Sudah ada masa penontonnya dan harus</p>	<p>Konten trending belum tentu viral, batasannya masih samar.</p> <p>Konten viral menjadi bahan utama untuk meringankan promosi</p>	<p>Jaminan kesuksesan film dari konten viral.</p>	

			memperluas jangkauannya lagi. Tidak seperti film fiksi yang murni (original), belum ada takaran basis calon penontonnya.		
10	Komodifikasi	Apa saja bentuk komodifikasi konten dari sebuah media sosial yang bisa dimaksimalkan lagi untuk kesuksesan film layar lebar?	Misalnya dengan mengkondisikan sebuah konten menjadi viral. Ya misalnya contoh KKN, oh itu cerdas banget. Masyarakat juga tidak tau juga, apakah itu 100% bener kisah nyata yang ditulis ulang atau tidak. Sebenarnya mereka sudah buat film itu dengan mencoba lihat selera pasar, dengan media sosial. Itu langkah yang efektif dan murah, tapi tidak murahan. Karena kepentok covid, akhirnya mereka punya waktu lebih untuk berpromosi selama 2 tahun. Strategi ini butuh kesabaran, butuh kreatifitas dengan pendekatan yang tidak terkesan memaksa. Untuk interaksi antar platform juga sudah dikonsepskan, sehingga semua bisa lebih terjaga ritme pembahasan terhadap konten tersebut untuk sampai viral.	Mengkondisikan konten untuk jadi viral. Seolah olah alami, padahal memang dipersiapkan untuk mengecek selera pasar. Mempersiapkan interaksi antar platform agar pembahasan terus berjalan.	Upaya komodifikasi konten

			<p>Orang-orang suka sama yang viral dan munculah tren ini. Lebih aman mengangkat konten yang sudah viral.</p> <p>Membentuk keviralan dengan misalnya dibuat gimmick biar jadi viral, sah-sah saja. Selama caranya benar dan tidak bersinggungan dengan agama atau hal melenceng lainnya.</p> <p>Ketika sebuah konten media sosial yang tergolong singkat dimasukkan ke cerita film, disinilah imajinasi-imajinasi dari para pembaca atau penonton sebelumnya akan menemui persimpangan. Akan terpenuhi atau tidak.</p> <p>Sebenarnya disitulah peran penulis, director, DOP, dan juga produser untuk bisa mengolah lebih dalam. Poin mana yang bisa dijadikan kekuatan untuk membuat konten menjadi lebih baik dan juga laku. Bisa dengan lebih dijabarkan background karakternya,</p>	<p>Sah saja membuat gimmick, selama tidak melanggar norma dan ajaran tertentu.</p> <p>Kru film perlu jeli mengolah peluang konten viral agar lebih menjual dan menarik.</p>	
--	--	--	--	---	--

			dirapikan konfliknya, dibenahi hal-hal yang masih kurang saat masih di format konten media sosial. Jadi informasi yang lebih detail, dapat memenuhi kekosongan yang didapatkan penonton konten sebelumnya.	
11	Apa saja hambatan dalam mengkomodifikasi konten viral menjadi film layar lebar?	<p>Kadang ada komentar penonton yang merasa kenapa tidak sesuai dengan konten aslinya.</p> <p>Mungkin masyarakat tidak tau bahwa dalam proses pengembangan konten media sosial ke materi cerita film, banyak dipertimbangkan juga masalah anggaran, kebutuhan adegan dan aktor yang menunjang nilai nilai komersil, atau bisa juga memang harus mempertahankan nilai-nilai yang perlu dijaga, menjaga etika.</p> <p>Bagaimana mengedukasi partner kerja, dalam hal ini adalah pemilik konten original untuk mengerti batasan wewenang dan kewajibannya saat ide cerita sudah dibentuk.</p>	<p>Ketidaksesuaian ekspektasi penonton pada film adaptasinya</p> <p>Ada banyak faktor, terutama faktor anggaran dan komersialisasi, yang merubah unsur unsur cerita di sebuah film</p> <p>Edukasi partner kerja perihal hak dan kewajiban dalam peralihan ide cerita.</p> <p>Menjaga idealisme</p>	Hambatan atau tantangan komodifikasi konten

			<p>Idealisme kadang juga bikin susah, karena beberapa tidak mau main gimmick, tidak mau dramatis.</p>		
12		<p>Apa saja yang dapat dilakukan untuk melakukan komodifikasi <i>audience</i> pada sebuah konten viral?</p>	<p>Mengajak komunitas untuk nonton bareng, yang nanti bisa menghasilkan sebuah konten lagi untuk menjadi bahan promosi di sosmed untuk memancing komunitas-komunitas lain untuk ikut nonton, sekalipun film belum diproduksi.</p> <p>Ada yang memang punya perjanjian untuk buat konten ada juga yang organik. Kalau organik biasanya lebih banyak dari teman-teman atau orang terdekat kita.</p> <p>Bagaimana film itu bisa didengar sama semua orang di seluruh pelosok negeri. Infonya bisa diakses oleh banyak kalangan. Kalau bicara usia potensial penonton saat ini kan anak-anak muda, dan akses informasi terbesarnya melalui media sosial. Jadi sudah tepat kalau materi promosi disampaikan oleh</p>	<p>Perjanjian untuk review dan promosi dari komunitas / KOL</p> <p>Memaksimalkan fitur di media sosial dan kerjasama influencer untuk promosi sesuai target usia/</p>	<p>Upaya dengan menggunakan komodifikasi <i>audience</i> (penonton)</p>

			influencer, atau sosok yang banyak dikenal oleh segment yang dituju.		
13		Apa hambatan dalam melakukan komodifikasi <i>audience</i> konten viral?	Tidak semuanya mau benar-benar terlibat membangun kesuksesan sebuah konten ataupun film agar lebih laris ataupun viral. Tergantung sikap juga. Kadang dari produser juga tidak enak untuk terlalu memaksakan diri, kalau dia sendiri tidak yakin dengan filmnya.	Tidak semua tulus dan jujur dalam mereview dan promosi konten.	Hambatan dalam mengkomodifikasi <i>audience</i>
14		Apa saja bentuk komodifikasi tenaga kerja yang dapat dilakukan dalam produksi film Indonesia?	Image atau branding para kru inti jadi perhatian netizen. Makanya kenapa kita selalu membuat anssemble crew itu yang baik dan bagus. Dalam artian kita tau kinerja dan nama besar sutradara, produser, penulis, dan kru inti lainnya. Mereka harus punya karakter atau ciri khasnya. Itu akan mempermudah lebih diingat masyarakat. Hal itu sangat memegang peranan penting untuk menghasilkan sebuah karya yang baik, karena nantinya juga akan berpengaruh terhadap	Ansamble crew yang punya reputasi dan portofolio baik.	Upaya mengkomodifikasi tenaga kerja (filmmaker)

			<p>proses kerja, kekompakan, kebanggaan.</p> <p>Image ini sangat berpengaruh. Reputasi dari karya sebelumnya, bikin calon penonton punya penilaian tersendiri untuk film yang akan ditonton.</p> <p>Berhubung image saya dekat dengan horor, beberapa teman menyarankan untuk buat horor saja. Tidak dipungkiri kalau punya image yang dekat dengan suatu topik, maka masyarakat akan lebih mudah percaya. Setidaknya mereka punya gambaran hasil jadinya nanti.</p>		
15		<p>Bagaimana pola kerja pelaku film dalam mempersiapkan produksi film dari konten viral?</p>	<p>Setau saya tetap sama seperti film-film lain. Tapi paling tidak, produser lebih effort untuk merealisasikan harapan fans yang dibawa saat mengembangkan konten viral.</p> <p>Karena pasti sudah keluar biaya untuk pembelian hak cipta, sudah bisa</p>	<p>Membawa harapan fans dari konten asli sebelumnya.</p> <p>Tuntutan penonton besar karena adanya anggaran pembelian hak cipta.</p>	<p>Perlakuan khusus untuk adaptasi konten viral</p>

			mematok minimum penontonnya juga. Sayang kalau eksekusi filmnya tidak maksimal.		
--	--	--	---	--	--



Transkrip Wawancara Narasumber 3

Narasumber : Yusron Fuadi

Profesi : Sutradara Film Festival

Teknis wawancara : Langsung - Gedung Vokasi UGM Yogyakarta

Waktu : Kamis, 2 Mei 2024, pukul 16.15 WIB

No	Teori	Pertanyaan	Jawaban Narasumber	Intisari	Topik
1	Disfungsi Media	Bagaimana dampak (positif dan negatif) tren film horor Indonesia (2019-2024)?	<p>Kalau bicara tren horor di Indonesia itu sebenarnya sudah dari dulu. Tahun 80an ada. 90an ada. 2000an ada. Tapi berbeda beda jenis horornya dan bahan adaptasinya. Bahkan 2000-2010 itu horor banyak sekali, tapi busuk kualitasnya.</p> <p>Dampak positifnya secara eksplorasi tema horornya berkembang setelah era Pengabdian Setan yang 2017, ditambah lagi muncul Makmum yang sudah viral duluan. Persaingan filmmaker membuat film horor ini harusnya dimaknai juga sebagai dampak positif. Karena berlomba menghasilkan film yang dapat menarik penonton. Masa mau itu-itu saja pembahasannya. Walaupun ya tidak semuanya begitu.</p>	<p>Eksplorasi tema horor berkembang.</p> <p>Memicu persaingan antar produser untuk mengolah cerita menarik dan mendapat penonton banyak.</p>	Evaluasi tren horor di industri film Indonesia

			<p>Sayangnya belum banyak diberi kesempatan untuk masuk di festival-festival bergengsi.</p> <p>Munculnya kombinasi sub genre di film horor ini juga bisa menjadi sejarah. Membuat tren baru untuk kedepannya.</p> <p>Negatifnya, karena ketika sebuah produk ini laris, akhirnya banyak yang niru. Tapi sayangnya masih banyak yang asal-asalan niru. Tidak diiringi keseriusan, usaha, dan niat yang bukan sekedar mengejar keuntungan bisnis.</p> <p>Perlu digaris bawahi, di semua industri film, sekalipun Korea, Hollywood, Bollywood, Perancis, tetap ada film-film jelek yang jumlahnya jauh lebih banyak dari film yang bagus. Cuma tidak sampai ke telinga kita. Jadi kita taunya ya produk sana hanya yang bagus. Yang memang berkualitas dan ditayangkan hingga ke luar negeri. Sama juga dengan Indonesia. Film</p>	<p>Horor masih jarang berkesempatan masuk festival</p> <p>Kesuksesan kombinasi subgenre, menjadi acuan tren baru</p> <p>Banyak yang meniru format, tapi asal-asalan karena hanya ingin laris.</p> <p>Di semua negara, jumlah film berkualitas hanya sedikit dan sampai ke mancanegara.</p>	
--	--	--	---	--	--

		<p>film yang sukses, dilempar ke luar negeri. Citranya jadi bagus.</p> <p>Sampai kapanpun, di Indonesia, yang namanya horor akan tetap laku. Target penontonnya anak-anak muda dengan berbagai karakternya. Mereka tertarik melihat sesuatu yang berbahaya tapi di zona nyaman. Menikmati adrenalin.</p> <p>Dan produser pasti berpikir mending membuat film horor budget murah tapi pasti balik modal, dibanding film epik kolosal yang budget fantastis tapi belum tau pasarnya. Realitanya seperti itu.</p>	<p>Target penonton horor selalu ada, terutama anak muda yang menikmati adrenalin.</p> <p>Genre lain sulit balik modal, walau membutuhkan anggaran lebih besar.</p>	
2	Apakah terjadi hal-hal yang mengarah pada disfungsi media di industri film?	<p>Menurut saya belum sampai ke sana. Hanya soal kualitas yang memang tidak merata.</p> <p>Soal dianggap melenceng dari budaya, aku kurang setuju. Karena dalam mengolah sebuah kebudayaan, apalagi di film fiksi, harusnya justru perlu berani</p>	<p>Belum sampai ke disfungsi media.</p> <p>Tidak setuju bila cerita dianggap melenceng.</p> <p>Fiksi perlu berani bereksperimental.</p>	Terjadi disfungsi media di industri film Indonesia

		<p>bereksperimental. Film-film Jepang dan Korea maju juga karena melakukan hal tersebut.</p> <p>Kalau sampai soal boikot, kurang setuju dengan keputusan itu. Sulit juga bila semua serba dibatasi. Di film fiksi, tidak semua harus benar-benar seperti aslinya.</p> <p>Kritik dan boikot mulai muncul bisa jadi karena penonton yang kurang tepat sasaran juga. Klasifikasi usia yang belum diterapkan dengan baik, memicu hal ini. Contohnya ketika orang tua merasa anaknya yang masih kecil, terpengaruh hal buruk dari sebuah film. Padahal sudah jelas filmnya diklasifikasikan untuk usia 17+. Perlu adanya kesadaran untuk ini juga.</p>	<p>Tidak harus persis dengan kejadian asli.</p> <p>Protes muncul karena adanya dampak dari penonton yang kurang tepat sasaran.</p> <p>Pentingnya penonton memperhatikan klasifikasi usia.</p>	
3	<p>Apa saja evaluasi terhadap film horror Indonesia yang tayang di periode 5 tahun terakhir ini?</p>	<p>Kualitasnya naik kok. Penonton yang banyak di film Siksa Kubur itu bisa jadi acuan juga. Orang-orang sudah mau nonton horor yang serius, tidak sekedar kaget, hantu</p>	<p>Kualitas naik, penonton mulai bisa menerima tontonan horor yang berpikir serius.</p>	<p>Evaluasi film horor Indonesia</p>

		<p>muncul, tapi mau diajak berpikir dulu. Beberapa horor eksperimental juga ada, termasuk film Setan Alas. Penonton masih sedikit, tapi paling tidak, ketika diperhitungkan di festival, saya anggap menjadi peningkatan.</p> <p>Keterlibatan aktor-aktor kelas wahid, Christine Hakim, Reza Rahadian, Slamet Raharjo, Arswendi ke film horor itu juga indikator kalau horor ini naik kelas. Dilirik oleh aktor-aktor besar. Upgrade semua production value-nya.</p>	<p>Ada film horor eksperimental, tapi masih di ranah festival.</p> <p>Aktor kelas wahid, mau terlibat di film horor.</p>	
4	<p>Apa saja tolak ukur kesuksesan sebuah film selain dari segi ekonomi?</p>	<p>Film yang punya adegan atau tokoh yang memorable di ingatan penontonnya. Setelah keluar dari bioskop tidak langsung dilupakan begitu saja.</p>	<p>Tokoh dan cerita memorable</p>	<p>Alternatif tolak ukur kesuksesan.</p>
5	<p>Sejauh mana upaya menekan disfungsi media pada industri film Indonesia?</p>	<p>Berawal dari kegelisahanku dengan pola film-film horor yang ada akhir-akhir ini. Saya mencoba untuk memprotes dengan cara ini. Logika dan detail yang kurang tepat, seakan</p>	<p>Mengkritisi adegan-adegan film horor sebelumnya, melalui film horor science fiction yang dibuat.</p>	<p>Langkah yang sudah dilakukan untuk menekan disfungsi media</p>

			<p>akan kubenahi di film horor eksperimental versiku ini. Semacam mengkritisi. Di film Setan Alas. Di satu sisi, saya juga menselebrasikan kekayaan film horor Indonesia.</p> <p>Mungkin apapun yang bisa dikombinasikan dengan horor akan punya peluang naik. Saya berharap sih science fiction dan kolosal.</p> <p>Kalau ditarik mundur, film-film kolosal indonesia di tahun 80 dan 90an itu keren-keren. Secara teknis lebih mantap, detailnya keren. Budaya dan pesannya dapet, larisnya juga dapet. Itu peer kita sekarang, mengembalikan hal itu.</p>	<p>Menselebrasikan kekayaan elemen film horor di Indonesia.</p> <p>Film indonesia era 90an justru dapat seimbang antara pesan moral, kebudayaan, dan tetap laku.</p>	
6	Viralitas	Apa saja faktor yang membuat sebuah konten menarik?	Relate dan terasa fresh.	Relate dan fresh	Memaksimalkan viralitas
7		Mengapa horor menjadi jenis konten yang paling mudah viral di Indonesia?	Di luar konteks budaya, mungkin karena nonton film horror ataupun lihat konten horor itu kamu tau bahwa tidak akan dibebani	Horor identik dengan cerita ringan	Daya tarik konten horor

			sama cerita yang aneh-aneh (berat).		
8	Bagaimana kualitas konten yang sering viral di Indonesia yang kemudian diangkat menjadi film layar lebar?	Kalau viral berarti banyak dibicarakan. Orang-orang merasa dekat. Kebanyakan masyarakat sudah punya spekulasinya sendiri soal sebuah konten viral. Secara nggak langsung, kontennya memang punya potensi kualitas baik. Tinggal bagaimana nanti filmmaker mengolahnya. Tidak semua berhasil membawa bobot konten yang bagus pada medium film panjangnya.	Potensi yang bagus. Harus dapat membawa bobot konten saat sudah dalam bentuk film layar lebar	Kualitas konten viral di Indonesia	
9	Bagaimana jaminan kesuksesan film yang diangkat dari konten viral?	Film berbasis sesuatu yang viral artinya film berbasis sesuatu yang sudah sudah punya masa untuk nanti dialih wahanakan, itu kan sebenarnya pengulangan dari novel laris di era sebelumnya. Tapi bukan berarti ada jaminan laris di bentuk filmnya. Banyak kok yang viral di wattpad tapi anjlok di filmnya. Bisa jadi ya karena tidak	Sudah punya massa, belum tentu laris. Ekspektasi penonton mempengaruhi banyak kecilnya penonton yang di dapat.	Jaminan kesuksesan film dari konten viral.	

			sesuai ekspektasi penonton media sebelumnya.		
10		Apa saja bentuk komodifikasi konten dari sebuah media sosial yang bisa dimaksimalkan lagi untuk kesuksesan film layar lebar?	<p>Harus semakin berani explore.</p> <p>Mengeksplorasi sesuatu yang mungkin tidak akan pernah dishooting PH yang lain. Entah dari segi visual efek, cara pengambilan gambar, detail cerita, ataupun karakter yang masih fresh untuk mayoritas penonton film Indonesia. Bila selalu ada kebaruaran, soal genre tidak lagi menjadi masalah utama.</p>	Mengutamakan kebaruaran dari segi cerita, karakter, dan teknis.	Upaya komodifikasi konten
11	Komodifikasi	Apa saja hambatan dalam mengkomodifikasi konten viral menjadi film layar lebar?	<p>Kadang terhambat dengan biaya, maupun keinginan stakeholder. Sering kali dari filmmaker sudah mempersiapkan detail cerita bagus, ekskusi matang, namun dari mereka yang kurang setuju karena prinsip-prinsip tertentu. Akhirnya ya harus disesuaikan lagi.</p> <p>Lalu bisa juga saat pitching kurang pandai menyampaikan gagasannya. Seharusnya menarik, tapi jadi kurang jelas di mata investor.</p>	<p>Ketersediaan anggaran yang kecil dan sulit mendapat pendanaan luar.</p> <p>Pemahaman berbeda antara kru film dengan stakeholder.</p>	Hambatan atau tantangan komodifikasi konten

			Akhirnya ya idenya ditunda atau bahkan ditolak. Perlu edukasi jangka panjang untuk menjabarkan perihal sebuah film fiksi.		
12	Apa saja yang dapat dilakukan untuk melakukan komodifikasi <i>audience</i> pada sebuah konten viral?	Aku kenal satu sutradara yang main twitter dan dia melibatkan penonton, tapi ya penonton nggak tau kalau dia sedang terlibat dalam sebuah "kampanye" besar. <i>Audience</i> nggak paham situasi aslinya. Tidak melulu to the point bahas filmnya. Tapi bisa juga mengembangkan elemen elemen yang ada di penceritaan film tersebut, untuk didiskusikan di sebuah forum media sosial.	Membuat penonton terlibat tanpa mereka sadari.	Upaya dengan menggunakan komodifikasi <i>audience</i> (penonton)	
13	Apa hambatan dalam melakukan komodifikasi <i>audience</i> konten viral?	Mungkin kadang penerapannya kurang pas. Sehingga terlihat memaksa, atau aneh. Seperti kasusnya buzzer di media sosial. Jadi kelihatan sekali kalau di setting, akhirnya <i>audience</i> juga banyak yang tidak percaya. Bisa jadi malah dibuat lelucon karena ragu (aneh).	Membuat penonton percaya pada kampanye yang dibuat dengan kesan natural.	Hambatan dalam mengkomodifikasi <i>audience</i>	

14		<p>Apa saja bentuk komodifikasi tenaga kerja yang dapat dilakukan dalam produksi film Indonesia?</p>	<p>Filmmaker diberi ruang untuk mengembangkan pemikirannya. Produser mau memberi kesempatan berdiskusi, sehingga idealismenya dapat tetap terjaga. Hal ini berpengaruh pada semangat kerja juga. Semangat mempromosikan karena puas dengan prosesnya. Kalau di Indonesia, reputasi dan portofolio aktor masih menjual. Sutradara juga sudah mulai diperhatikan. Tapi kalau untuk produser, dan penulis belum terlalu berpengaruh.</p>	<p>Diberi keleluasaan diskusi dan memiliki idealisme, sehingga puas dan bangga dengan hasilnya.</p>	<p>Upaya mengkomodifikasi tenaga kerja (filmmaker)</p>
15		<p>Bagaimana pola kerja pelaku film dalam mempersiapkan produksi film dari konten viral?</p>	<p>Saya rasa sama saja. Tidak ada yang berbeda. Tahapan yang dilalui juga sama. Perbedaannya bisa terasa ketika di awal produksi. Saat akan mengembangkan cerita, kita sudah punya patokan alur, karakter, lokasi yang disesuaikan konten asal.</p>	<p>Berpegangan pada alur, karakter, dan lokasi yang nyata.</p>	<p>Perlakuan khusus untuk adaptasi konten viral</p>

Transkrip Wawancara Narasumber 4

Narasumber : Pritt Timothy

Profesi : Aktor Film Indonesia

Teknis wawancara : Langsung - Perum Mojoasri Sleman, Yogyakarta

Waktu : Selasa, 30 April 2024, pukul 13.30 WIB

No	Teori	Pertanyaan	Jawaban Narasumber	Intisari	Topik
1	Disfungsi Media	Bagaimana dampak (positif dan negatif) tren film horor Indonesia (2019-2024)?	<p>Fenomena yang terjadi saat ini, banyak sekali horor yang memiliki unsur religi dan budaya Jawa.</p> <p>Untuk sisi positifnya, saya sebagai aktor yang berasal dari Jawa, tentu ada rasa senang, karena kebudayaan Jawa menjadi lebih digali lagi, lebih disebar luaskan.</p> <p>Kultur yang dimiliki di Indonesia ini sebenarnya kan membawa banyak pembelajaran juga. Tidak sekedar mitos, tapi bisa dijelaskan secara rasional dari sudut pandang lain.</p> <p>Terlebih kearifan lokal Indonesia ini sangat beragam. Ini bisa jadi kekuatan kita kalau diolah dengan baik. Saya yakin sebenarnya masih sangat banyak unsur-unsur Jawa yang masih belum diangkat di sebuah film.</p>	<p>Senang karena budaya Indonesia dapat disebarluaskan.</p> <p>Keragaman kearifan lokal bisa jadi kekuatan bila diolah dengan baik.</p> <p>Masih banyak unsur Jawa yang belum diangkat juga.</p>	Evaluasi tren horor di industri film Indonesia

			<p>Untuk dampak negatifnya, kalau dari sisi keaktoran, tentu ada kemungkinan besar bahwa seorang aktor jadi terjebak dengan karakter maupun image horor, karena selalu berperan di film-film horor dalam jumlah yang banyak. Image tersebut melekat.</p>	<p>Negatifnya, aktor terjebak dengan image horor.</p>	
2	Apakah terjadi hal-hal yang mengarah pada disfungsi media di industri film?	<p>Kalau membahas fokus pada ketidak tepatan penceritaan memang beberapa pernah terjadi, bila dilihat dari segi pengetahuan dan pelestarian kebudayaan. Penonton jadi ada yang salah paham.</p> <p>Karena jumlah filmnya banyak dalam waktu dekat, tapi serupa, dan tidak semua kualitasnya bagus. Pasti ada kejenuhan. Jadi pembahasan luas. Tapi dari kaca mata bisnis, semua sepertinya masih menguntungkan. Kritik itu pasti ada. Hal wajar. Tapi perlu diingat, bahwa produser mengangkat tema tersebut, karena ini ada permintaan. Disadari maupun tidak.</p> <p>Di media sosial banyak kritik, tapi secara angka penonton masih tetap diminati. Ini unik juga. Sehingga ini tetap akan</p>	<p>Setuju ada disfungsi media karena ketidak tepatan penceritaan.</p> <p>Penonton salah paham</p> <p>Jumlah film yang serupa cukup banyak dalam waktu singkat.</p> <p>Secara bisnis masih menguntungkan.</p> <p>Horor tetap dipertahankan karena ada pasarnya.</p> <p>Dikritik di media sosial, tapi tetap banyak penonton.</p>	<p>Terjadi disfungsi media di industri film Indonesia</p>	

			<p>dianggap sebagai peluang bagi para pembuat film. Kritik ini kan belum tentu murni keinginan atau pemikiran pemilik akun tersebut, bisa juga hanya ikut-ikutan, atau terpengaruh sesuatu.</p> <p>Diluar kebenaran unsur religi atau adat yang diangkat, soal dianggap mengada-ngada, tidak logis, dan sebagainya, karena seseorang itu belum pernah mengalaminya. Jadi tidak relate saja.</p>	<p>Setelah menonton sebuah film, terkadang penonton menganggap ceritanya jadi tidak logis, berdasarkan pengalaman pribadi.</p>	
3	<p>Apa saja evaluasi terhadap film horror Indonesia yang tayang di periode 5 tahun terakhir ini?</p>	<p>Sebenarnya secara umum sudah ada peningkatan standart film yang dikategorikan sebagai "film bagus" dari segi cerita. Tapi mungkin jumlahnya masih sedikit.</p> <p>Kualitas yang tidak maksimal bisa karena dampak dari ketersediaan anggaran, perizinan, waktu produksi. Kalau punya budget kecil, buat film horor yang seadanya, target penonton kecil juga, yang penting balik modal dan menunjukkan eksistensi juga bisa.</p>	<p>Peningkatan standart cerita film Indonesia yang bagus.</p> <p>Tidak maksimal kualitasnya dikarenakan anggaran, waktu, perizinan.</p> <p>Mengutamakan nilai keuntungan</p>	<p>Evaluasi film horor Indonesia</p>	

4		<p>Apa saja tolak ukur kesuksesan sebuah film selain dari segi ekonomi?</p>	<p>Film dapat menghibur, menjadi tontonan yang dapat memberi tuntunan. Ketika pesan moral dari sebuah film ini sampai ke penonton, saya rasa itu sudah bentuk kesuksesan. Walaupun pesan-pesan tersebut hanya sisipan karena lebih dominan untuk fokus memberi hiburannya.</p> <p>Masalah award itu bonus.</p>	<p>Menghibur dan memberi tuntunan.</p> <p>Harus tetap ada pesan moral walau hanya sisipan.</p>	<p>Alternatif tolak ukur kesuksesan.</p>
5		<p>Sejauh mana upaya menekan disfungsi media pada industri film Indonesia?</p>	<p>Karena kebetulan banyak tawaran horor yang latar belakang Jawa, saya juga jadi lebih mudah beradaptasi, karena memang tumbuh di lingkungan Jawa, bahasa Jawa adalah bahasa ibu saya.</p> <p>Saya juga merasa punya peran untuk melestarikan budaya Jawa itu melalui karakter-karakter yang diperankan.</p> <p>Punya kesempatan untuk meluruskan hal-hal yang sekiranya tidak pas dalam sebuah naskah atau adegan berdasarkan pemahaman keilmuan yang saya miliki.</p> <p>Kalau dapat peran yang saya masih awam karakternya, saya minta acting coach yang benar-benar mengerti konteks budaya maupun sebuah agama. Ini upaya agar</p>	<p>Komitmen melestarikan budaya lewat akting.</p> <p>Meminimalisir kesalahan berakting dengan meminta akting coach yang paham konteks</p>	<p>Langkah yang sudah dilakukan untuk menekan disfungsi media</p>

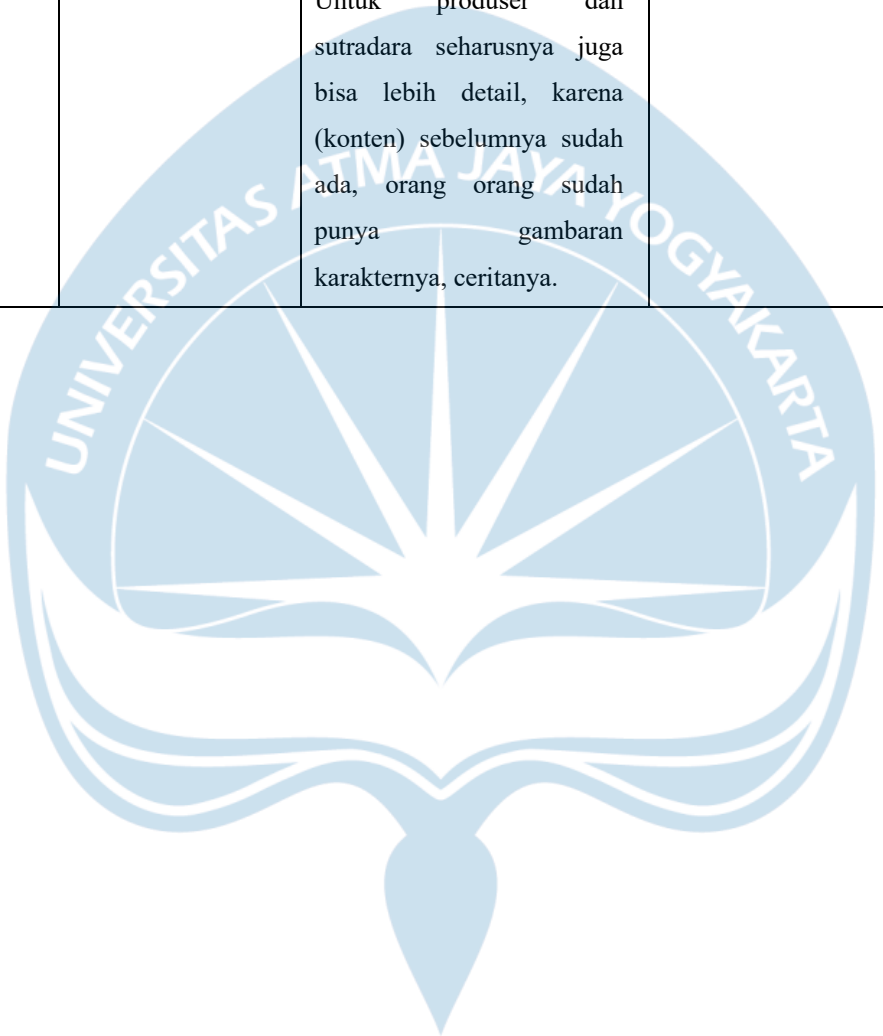
			<p>menghindari kesalahan saat mengucapkan dialog, termasuk memaknai sebuah kejadian di naskah.</p> <p>Masalah nanti hasil akhirnya kita kembalikan lagi ke sutradara maupun produser, karena itu wewenang dari mereka.</p> <p>Dan lagi-lagi roh sebuah film ini salah satu kunci terbesarnya ada di materi naskah dan aktornya. Di naskah, banyak hal bisa dikembangkan dibuat unik, selama tidak merendahkan ataupun menjelakan suatu agama maupun budaya tertentu. Tapi di akhir perlu memberikan solusi yang tetap sesuai dengan ajaran agama ataupun budaya tertentu. Agar tidak melenceng, dan menimbulkan persepsi keliru untuk masyarakat luas yang benar-benar tidak memahami mengenai budaya yang ditunjukkan.</p> <p>Naskah baik, tapi mendeliver pesan melalui aktingnya kurang, juga akan jadi tidak maksimal pada pengadeganan sebuah film. Dalam hal ini, dibutuhkan kompromi dari</p>	<p>background karakter yang diperankan.</p> <p>Naskah dan akting merupakan landasan sebuah film</p> <p>Jangan sampai membuat masyarakat salah persepsi pada terhadap suatu budaya atau agama.</p>	
--	--	--	--	---	--

			<p>produser juga, untuk mau menerima masukan, fleksibel dalam melihat situasi. Tujuannya satu, agar menghasilkan cerita film yang memang believable dan benar.</p> <p>Lalu sudah mulai muncul beberapa film komedi yang bagus, dibalut dengan nuansa drama yang dalam. Seperti ngeri-ngeri sedap, dan cek toko sebelah. Dan mendapatkan banyak antusias dari masyarakat Indonesia. Apalagi kombinasi horor dan komedi di film Agak Laen. Tinggal bagaimana support dari penonton juga. Kita satu kesatuan, ekosistem film.</p>	<p>Produser perlu kompromi dan fleksibel dalam berproses untuk menghasilkan film believable dan benar.</p> <p>Potensi minat masyarakat dari film komedi maupun horor komedi.</p>	
6	Viralitas	<p>Apa saja faktor yang membuat sebuah konten menarik?</p>	<p>Pertama, soal kedekatan dengan masyarakat itu sendiri. Apalagi nanti berkaitan juga dengan agama segala macam, yang memang krusial dalam pembahasan masyarakat.</p> <p>Kedua, berani mengangkat tema-tema yang unik yang tidak klise, berbeda dengan sebelum-sebelumnya.</p>	<p>Kedekatan dengan masyarakat.</p> <p>Mengangkat tema yang unik dan jarang dilihat di Indonesia</p>	<p>Memaksimalkan viralitas</p>

7		Mengapa horor menjadi jenis konten yang paling mudah viral di Indonesia?	Saya rasa horor never ending ya. Mau bagaimanapun tetap horor akan selalu jadi opsi menarik untuk semua kalangan. Karena memang dekat dengan kehidupan kita. Sebenarnya masyarakat kita kan suka. Jujur aja, bukan hanya di Jawa loh, di luar Jawa juga sama, hanya beda objeknya.	Horor tidak ada matinya, selalu menjadi opsi tayangan yang untuk berbagai lapisan masyarakat Indonesia.	Daya tarik konten horor
8		Bagaimana kualitas konten yang sering viral di Indonesia yang kemudian diangkat menjadi film layar lebar?	Rata rata menarik. Sejauh ini yang pernah ditawarkan ke saya, dari basic ide nya sudah bagus. Ada sesuatu yang baru bisa ditawarkan ke penonton.	Sudah bagus. Punya sesuatu untuk ditawarkan ke penonton.	Kualitas konten viral di Indonesia
9		Bagaimana jaminan kesuksesan film yang diangkat dari konten viral?	Saya kurang pas untuk menjawab ini. Tapi setidaknya ada target yang didasari keviralan sebelumnya. Kalau tidak salah mayoritas bisa dapat 1 juta penonton.	Target 1 juta penonton	Jaminan kesuksesan film dari konten viral.
10	Komodifikasi	Apa saja bentuk komodifikasi konten dari sebuah media sosial yang bisa dimaksimalkan lagi untuk kesuksesan film layar lebar?	Saran saja, untuk mulai mengeksplora cerita-cerita dari budaya luar jawa. Daerah Kalimantan juga punya horor yang beragam. Kebudayaan Sulawesi, Maluku itu menarik-menarik juga. Saya rasa banyak cerita diluar horor yang menarik juga. Ini juga perlu dibarengi dengan riset antusiasme penonton di luar	Eksplorasi cerita budaya luar Jawa. Tetapi diikuti dengan riset pasar untuk melihat antusiasme penonton luar jawa.	Upaya komodifikasi konten

			Jawa yang selama ini kurang diperhatikan.		
11		Apa saja hambatan dalam mengkomodifikasi konten viral menjadi film layar lebar?	Kembali lagi masalah budget. Cukup untuk merealisasikan pengembangan cerita dari konten tersebut atau tidak.	Hambatan terbesar di anggaran.	Hambatan atau tantangan komodifikasi konten
12		Apa saja yang dapat dilakukan untuk melakukan komodifikasi <i>audience</i> pada sebuah konten viral?	Kayaknya sekarang para penggemar film ataupun pemerhati sebuah film, mulai terkelompokkan. Ada banyak komunitas penggemar horor. Mereka bisa digerakan untuk membantu promosi. Bahkan tanpa diminta, terkadang mereka sudah inisiatif.	Adanya kerja sama dengan kelompok penggemar film atau artis tertentu untuk promosi.	Upaya dengan menggunakan komodifikasi <i>audience</i> (penonton)
13		Apa hambatan dalam melakukan komodifikasi <i>audience</i> konten viral?	-	-	Hambatan dalam mengkomodifikasi <i>audience</i>
14		Apa saja bentuk komodifikasi tenaga kerja yang dapat dilakukan dalam produksi film Indonesia?	Dilibatkan dalam berbagai kegiatan yang mengarah ke promosi film sejak awal proses.	Kru aktif promosi sejak awal produksi.	Upaya mengkomodifikasi tenaga kerja (filmmaker)
15		Bagaimana pola kerja pelaku film dalam mempersiapkan produksi film dari konten viral?	Tidak ada perbedaan. Cuma saat workshop akan lebih didetailkan karakternya, karena biasanya kan yang viral viral itu sering disebutkan sebagai kisah nyata juga. Ada sosok	Tidak berbeda. Hanya lebih detail untuk sebuah karakter, karena sudah ada ekspektasi penonton.	Perlakuan khusus untuk adaptasi konten viral

			<p>aslinya. Dari situ, saya kembangkan lagi dengan berdasarkan referensi karakter-karakter film lain yang saya tonton.</p> <p>Untuk produser dan sutradara seharusnya juga bisa lebih detail, karena (konten) sebelumnya sudah ada, orang-orang sudah punya gambaran karakternya, ceritanya.</p>	
--	--	--	--	--



Transkrip Wawancara Narasumber 5

Narasumber : Fachrul Muchsen (Arul)
Profesi : Wartawan dan pengamat film
Teknis wawancara : Online (WA Call)
Waktu : Minggu, 28 April 2024, pukul 14.30 WIB

No	Teori	Pertanyaan	Jawaban Narasumber	Intisari	Topik
1	Disfungsi Media	Bagaimana dampak (positif dan negatif) tren film horor Indonesia (2019-2024)?	<p>Film yang dimaksud ini punya wilayah fiksi. Jadi apapun yang diberikan oleh filmmaker dari tulisan skenario, akan tetap dalam wilayah fiksi. Fiksi itu dunia imajinasi. Bukan sesuatu yang harus based on theory atau sesuatu yang benar secara fisik. Jadi itu adalah dunia imajiner, dunia yang boleh mengada-ngada. Makanya sutradara itu sering disebut makhluk manusia setengah dewa.</p> <p>Positifnya adalah di rentang waktu 5 tahun terakhir, sudah berbeda dengan 10 tahun terakhir. 5 tahun terakhir itu dari zamannya Makmum dibawa sampai Siksa Kubur, justru menawarkan sesuatu yang menarik dalam bentuk horror religi jadi horror yang melibatkan agama. Ini bukan hal baru di Indonesia. Tahun 80an banyak film sejenis.</p>	<p>Pemahaman fiksi yang tidak harus selalu sesuai aslinya. Karena merupakan dunia imajinasi, boleh mengada-ngada. Tidak perlu diperdebatkan terlalu serius soal kebenarannya.</p> <p>Positifnya, film horor Indonesia lebih maju. Tidak seperti 10 tahun lalu. Horor religi juga punya daya tarik.</p>	Evaluasi tren horor di industri film Indonesia

		<p>Dan sekarang trennya berulang. Tapi untuk anak-anak yang tumbuh besar menonton film horor sensual, ini menjadi sesuatu yang baru.</p> <p>Nah, karena ini wilayahnya fiksi, sebenarnya tidak bisa didebat kebenarannya secara total, karena sutradara punya interpretasi tersendiri dari sisi estetika.</p> <p>Walaupun masih Jawa sentris, setidaknya kita bisa melihat ada kebudayaan atau istilah-istilah lain yang tidak diketahui masyarakat dari luar Jawa. Ini menambah pengetahuan masyarakat.</p> <p>Kalau negatifnya, secara umum pasti penonton bosan, ketakutan terus. Tidak dapat suasana baru.</p>	<p>Bisa menambah pengetahuan untuk orang luar Jawa.</p> <p>Negatifnya, penonton bosan.</p>	
2	Apakah terjadi hal-hal yang mengarah pada disfungsi media di industri film?	Dunia film itu tetap bermain di wilayah perspektif bagaimana kita harus suka antar adegan. Kadang ide ceritanya bagus, tapi adegannya biasa saja. Begitu pula sebaliknya. Banyak faktor yang perlu dilihat dalam sebuah film.		Terjadi disfungsi media di industri film Indonesia

			<p>Bagusnya para netizen nonton dulu, sebelum dia menilai atau menjadi atau melakukan hujatan.</p> <p>Menyikapi disfungsi media, apalagi boikot yang terjadi pada salah satu film baru-baru ini, saya punya pandangan lain. Sebagai orang muslim, saya suka dengan banyaknya film religi. Dalam artian, seseorang bisa belajar agama melalui medium film. Orang yang awalnya tidak mengenal surah surah tertentu dalam Al-Quran, tidak memahami hadits, akhirnya bisa mengerti. Karena tidak semua orang punya akses belajar agama yang sama. Tahapannya dan tingkatannya berbeda-beda. Bisa dilihat ada sisi positifnya.</p> <p>Tetapi, dari sisi logika, sebenarnya semua kembali kepada perspektif penonton. Kita harus percaya bahwa lembaga sensor film banyak yang expert, banyak pakarnya, dari pemerintah, para tokoh agama, tokoh budaya, akademisi, bahkan orang-orang di produksi</p>	<p>Penonton jangan asal meghujat. Harus menonton dulu.</p> <p>Soal disfungsi media kurang setuju.</p> <p>Masih dapat pembelajaran tentang agama melalui medium film.</p> <p>Tidak semua punya akses belajar yang sama.</p> <p>Sudah ada lembaga sensor . Ada keterlibatan pemerintah dan pakar agama, budaya, akademisi, dalam menyusun kategori penonton. Berhubungan</p>	
--	--	--	--	--	--

			<p>film, yang telah membuat pengkategorian penonton bioskop.</p> <p>Memang saat sudah jadi film, akan memasuki wilayah publik. Artinya ada kebebasan juga bagi penonton untuk memutuskan menonton sebuah film. Ini berpengaruh terhadap kesiapan seseorang menerima informasi baru dari adegan-adegan yang dimunculkan.</p> <p>Kita bisa melakukan pengawasan pada penonton yang tidak sesuai target film.</p> <p>Misalnya ada orang tua bisa meyakinkan bahwa dia akan melakukan diskusi dengan anaknya, dan anak-anak sekarang juga sudah pintar-pintar ya. Saya pikir kita juga jangan terlalu takut berlebihan di situ.</p>	<p>dengan target penonton dan siapa yang akhirnya datang menonton dan tidak siap.</p> <p>Adanya faktor kesiapan mental penonton melihat sesuatu yang berbeda.</p>	
3		<p>Apa saja evaluasi terhadap film horror Indonesia yang tayang di periode 5 tahun terakhir ini?</p>	<p>Awalnya kan saya sempat protes tuh, kok bisa sih setan bunuh manusia? Yang sebenarnya mau bunuh manusia itu kan adalah raga orang yang terasukan. Jadi setan itu kan multidimensional, spectrumnya frekuensinya</p>	<p>Pengadeganan yang kurang pas dan tidak sesuai maksud.</p>	<p>Evaluasi film horor Indonesia</p>

		<p>beda dengan kita ya; Agak aneh kalau bisa sampai menyentuh gitu. Ternyata yang dimaksud adalah, dia menggunakan raga orang yang terasukan tadi. Tapi untuk beberapa film, maksud tersebut tidak benar-benar ditampilkan, atau dijelaskan.</p> <p>Saya justru ingin menjadi pembela setan. Sebenarnya penggambaran sosok hantu di film-film itu, sebab akibat menghantui, situasi saat menghantuinya tidak fair untuk hantu atau makhluk ghaib lainnya.</p> <p>Pertama, kenapa sih harus dark, kenapa harus gelap kenapa harus malam, persoalan timing kenapa harus malam itu penyesatan.</p> <p>Yang kedua setan itu kan bisa menyerupai siapapun yang dia suka ya, tapi kenapa kita selalu melihat setan itu berdarah-darah, apa dia mati dalam kondisi dia di kecelakaan mukanya sudah bonyok, serba menyeramkan. Saya pikir kalau menjadi setan setan juga tidak akan mau untuk merasakan mayat yang</p>	<p>Penggambaran sosok hantu yang selalu jelek, rusak, berdarah.</p>	
--	--	--	---	--

			<p>mukanya sudah rusak. Jin juga tidak semua bentuknya menyeramkan dan terkesan sadis seperti yang ada di film Indonesia selama ini kan.</p> <p>Kalau kita lihat dari sisi dunia khayalan atau dunia imajinasi tadi, kayaknya horror itu harus mewakili tiga hal. Pertama gelap, kedua jelek dengan darah, dan yang ketiga itu bunyi-bunyian yang keras atau yang mengagetkan. Itu pola yang terus ditampilkan di film Indoensia. Jadi kalau tidak ada tiga unsur itu, berarti kategorinya seakan bukan horror.</p>	<p>Kesan bahwa film horor harus gelap, jelek, bunyi mengagetkan.</p>	
4	<p>Apa saja tolak ukur kesuksesan sebuah film selain dari segi ekonomi?</p>	<p>Otomatis film itu harus menghibur. Jadi jangan pernah nanya, ataupun bersikeras bahwa film itu harus punya titipan sosial dan pesan edukasi. Film itu hanya satu, menghibur. Terserah memaknainya seperti apa.</p> <p>Jadi kalau kita bilang bahwa nonton film itu kita akan jadi terinspirasi, termotivasi, itu bisa saja. Tapi setelah kita bisa menikmati filmnya, karena jelas dan menghibur.</p>	<p>Menghibur.</p> <p>Horor jangan dituntut untuk penuh edukasi, bisa melihat dokumenter atau film yang memang untuk festival.</p>	<p>Alternatif tolak ukur kesuksesan.</p>	

			<p>Menghibur ini bukan dalam artian harus tertawa ya.</p> <p>Jangan sampai sebuah film justru membuat trauma dan memicu pemikiran penonton ke arah depresif, melakukan hal-hal yang dilarang, ketakutan berlebihan, dan lain sebagainya.</p> <p>Jadi kalau misalnya ada film dan kita bertanya khususnya untuk horror, apakah film ini punya hal-hal inspiratif atau mengandung unsur-unsur yang edukatif ataupun apa gitu ya saya tidak setuju.</p> <p>Kalau mau lihat film yang penuh dengan edukasi bisa lihat dokumenter. Atau film film yang tayang di festival yang pasti punya penekanan terhadap sebuah masalah sosial.</p>		
5		Sejauh mana upaya menekan disfungsi media pada industri film Indonesia?	Mencoba beralih ke horor komedi. Akan ada film film sejenis horor komedi yang tayang setelah Mei ini. Industri kita suka latah. Dulu juga terjadi ketika Makmum tayang dan sukses, membuat horor religi terus diikuti.	<p>Kombinasi horor komedi yang menjanjikan.</p> <p>Film Agak Laen memberikan sudut pandang berbeda dari cerita horor.</p> <p>Satu jenis film sukses, maka</p>	Langkah yang sudah dilakukan untuk menekan disfungsi media

			<p>Kata si Jokan (Joko Anwar) bahwa ternyata khasanah perhantuan kita yang sangat banyak itu bisa menjadi potensi kuat loh. Tetapi di sisi lain, itu membuat kita kadang muak juga. Kok ya bioskop kita mistis gitu ya, tetap tidak ada yang berubah. Kok hantu di Indonesia tidak ada habisnya.</p> <p>Tapi kalau kita lihat akhir bulan ini ada yang mulai berubah. Ada Dua Hati Biru punya Gina S. Noer yang bersaing di antara dua film horor lebaran, ada The Architecture of Love yang kembali lagi dengan genre drama percintaan atau romantisme usia di atas 40. Segmen usia yang jarang diekslore oleh filmmaker Indonesia. Bioskop sudah memberikan kesempatan itu.</p> <p>Kenapa film Agak Laen itu bisa dapat hampir 10 juta? Karena ternyata mereka mencoba mengenalkan horor dengan sentuhan yang beda ya. Ini bisa jadi referensi untuk tren selanjutnya.</p>	<p>lainnya akan mengikuti.</p> <p>Eksplere hantu yang lebih luas, karena Indonesia punya sangat banyak khasanah perhantuan.</p> <p>Bioskop mulai memberi ruang untuk film-film genre lain.</p>	
6	Viralitas	Apa saja faktor yang membuat	Relate dengan masyarakat mayoritas	Relate	Memaksimalkan viralitas

		sebuah konten menarik?			
7		Mengapa horor menjadi jenis konten yang paling mudah viral di Indonesia?	Horor religi semakin banyak, dan masih terus laris. Karena horor religi itu kan horor yang sangat related dengan orang Indonesia ya. Horor komedi juga mulai menjanjikan.	Horor religi sangat dekat dengan mayoritas masyarakat Indonesia	Daya tarik konten horor
8		Bagaimana kualitas konten yang sering viral di Indonesia yang kemudian diangkat menjadi film layar lebar?	Menurut saya makin cerdas ya, makin bagus. Walaupun masih banyak yang mengulik budaya Jawa, tapi setidaknya hal-hal diangkat bukanlah sesuatu yang mainstream. Kalau diambil sisi positifnya, orang luar Jawa bisa semakin tau banyak hal terhadap budaya ini. Kadang ada beberapa aspek saat jadi bentuk film layar lebar justru tidak dapat menyampaikan secara tepat atau meneruskan detail detail yang dibangun ketika masih menjadi konten media sosial.	Makin cerdas dan bagus. Mengangkat hal yang lebih dalam, bukan sesuatu yang mainstream dari suatu budaya. Tantangan menyampaikan pesan dengan tepat dan membawa detail cerita dari konten media sosial ke layar lebar.	Kualitas konten viral di Indonesia
9		Bagaimana jaminan kesuksesan film yang diangkat dari konten viral?	Tidak ada yang bisa jamin sebuah film akan laris ataupun tidak. Timing berpengaruh. Seberapa mampu membuat orang percaya dengan ceritanya juga menentukan pandangan penonton.	Tidak ada jaminan. Pengaruh timing dan kemampuan untuk dipercaya masyarakat terhadap cerita yang diangkat.	Jaminan kesuksesan film dari konten viral.

			<p>Ada juga yang justru sengaja memancing air di air teruk untuk akhirnya dia bisa minta maaf. Sehingga menjadi alat promosi gratis dan sensasional, karena terus tersorot media.</p>	<p>Strategi membuat berita sensasional sebagai alat promosi gratis.</p>	
10	Komodifikasi	<p>Apa saja bentuk komodifikasi konten dari sebuah media sosial yang bisa dimaksimalkan lagi untuk kesuksesan film layar lebar?</p>	<p>Viral itu berarti bukan cuma kita saja yang mengulangi itu. Tetapi ada beberapa komputer atau akun lain yang menggunakan itu. Kalau kita ingin memviralkan, berarti kita harus bermainnya dengan sesuatu yang disukai oleh <i>search engine</i>. Jangan mengandalkan organik.</p> <p>Selain itu, konten perlu dipikirkan secara matang, dikonsept, agar setelahnya dapat menarik simpati masyarakat, sehingga menggugah mereka untuk bernisiatif mau menyebarkannya ulang.</p> <p>Satu adegan bisa dibuat konten lainnya yang merujuk pemaknaan sama. Sehingga orang akan lebih familiar. Bisa juga dengan mengeluarkan konten-konten yang melengkapi skenario film. Perbandingan dugaan</p>	<p>Jangan mengandalkan organik. Harus dikonsept secara matang dan membuat masyarakat mau menyebarkan informasi lebih luas.</p> <p>Membuat orang lebih familiar dengan ceritanya terlebih dahulu dari konten yang berbeda, untuk menjadi pelengkap skenario.</p> <p>Mengulas konten originalnya dan membandingkan dengan versi layar lebar.</p>	<p>Upaya komodifikasi konten</p>

			lokasi asli dengan set lokasi shooting, konten penelusuran di daerah yang mirip dengan cerita konten media sosialnya.		
11		Apa saja hambatan dalam mengkomodifikasi konten viral menjadi film layar lebar?	Budget yang utama. Pemahaman detail terkait tema yang diangkat juga mempengaruhi hasilnya.	Budget dan pemahaman filmmaker.	Hambatan atau tantangan komodifikasi konten
12		Apa saja yang dapat dilakukan untuk melakukan komodifikasi <i>audience</i> pada sebuah konten viral?	Filmmaker memulai dengan menjadi fasilitator agar penonton bisa saling berinteraksi untuk membahas detail filmnya. Seperti yang dilakukan Jokan di Siksa Kubur. Penonton mendapatkan sesuatu yang baru dan berkembang menjadi diskusi organik antar netizen yang lebih luas.	Filmmaker sebagai fasilitator diskusi antar penonton atau calon penonton.	Upaya dengan menggunakan komodifikasi <i>audience</i> (penonton)
13		Apa hambatan dalam melakukan komodifikasi <i>audience</i> konten viral?	Penonton sudah mulai selektif untuk melihat mana konten promosi mana konten yang jujur. Kembali ke pemahaman masing-masing individu.	Kemajuan pemahaman masyarakat terkait konten yang asli (tidak settingan).	Hambatan dalam mengkomodifikasi <i>audience</i>
14		Apa saja bentuk komodifikasi tenaga kerja yang dapat dilakukan dalam produksi film Indonesia?	Memaksimalkan nama besar aktor, sutradara dan produser. Nama PH. Di Indonesia sering jadi jaminan. Yakin bahwa hasil produksi akan bagus. Namun untuk penulis naskah masih kurang diperhatikan.	Pemilihan nama besar kru inti film. Tetapi penulis naskah masih kurang diperhatikan.	Upaya mengkomodifikasi tenaga kerja (filmmaker)

			Para kru bisa ikut berpartisipasi di acara-acara online, seperti podcast, greeting, dan ulasan prediksi film yang akan dibuat.	Partisipasi aktif para kru untuk terlibat dan hadir di acara promosi.	
15		Bagaimana pola kerja pelaku film dalam mempersiapkan produksi film dari konten viral?	Setau saya tidak ada bedanya.	Tidak ada perbedaan.	Perlakuan khusus untuk adaptasi konten viral

