

# Hari Film Nasional dan Rumah Budaya

podium

Oleh **HARLIANTARA**  
Fasilitator Komunikasi  
Encourage Training Centre  
Bandung, Kaprodi Magister  
Ilmu Komunikasi Unlir  
Surabaya



akal manusia yang tidak terbatas sehingga mampu membentuk imajinasi dan fantasi. SDM film nasional sebaiknya juga menekankan potensi *indigenous knowledge* di negeri ini. Potensi tersebut hingga kini belum dikelola secara baik dan perlu didokumentasikan lewat film.

*Science and Development Network* di London mendefinisikan *Indigenous Knowledge* sebagai pengetahuan yang unik dalam suatu kebudayaan atau masyarakat tertentu. Cara terbaik untuk mengelola *indigenous knowledge* yang efektif adalah dengan solusi teknologi informasi terkini termasuk lewat film dokumenter maupun film bioskop.

Film merupakan industri kreatif yang memiliki prospek luar biasa serta dapat membuka lapangan kerja yang luas. Berbagai bidang profesi dan keilmuan berkolaborasi mendukung industri film. Pemerintah memiliki kewajiban untuk mengembangkan SDM industri kreatif tersebut sehingga tumbuh dan memiliki nilai tambah yang lebih baik.

Film mencerminkan kepribadian bangsa sehingga mesti dibenahi agar produknya tidak asal jadi. Apalagi teknologi industri film global pada berkembang secara pesat.

Dalam cetak biru pengembangan industri kreatif nasional, definisi dan lingkup subsektor industri film adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi, produksi film, dan distribusi. Rantai nilai subsektor industri film terdiri dari dua jenis industri utama, yaitu industri produksi film yang meliputi rumah-rumah produksi, dan usaha distribusi film yang meliputi gedung bioskop, televisi, layar independen maupun

melalui kepingan CD atau video.

Sebuah perusahaan produksi film biasanya melingkupi aktivitas di rantai nilai yakni kreasi, produksi, dan komersialisasi. Aktivitas utama kreasi meliputi: penulisan skenario, perencanaan produksi film (rencana biaya, waktu, lokasi, organisasi, dan pemeran). Aktivitas utama pada rantai produksi adalah proses syuting di lapangan dan aktivitas *post production* di laboratorium, sedangkan aktivitas utama komersialisasi adalah publikasi film. Ide pembuatan film pada rantai kreasi dapat dimulai dari ide-ide kreatif suatu rumah produksi, atau karena keharusan memenuhi kontrak terhadap suatu *channel* distribusi.

Dengan rasio jumlah penduduk Indonesia, idealnya jumlah layar bioskop di Indonesia mencapai sembilan ribu hingga 15 ribu layar. Namun kenyataannya hingga 2016 hanya ada 1.118 layar. Perlu insentif sektor perfilman sehingga pengusaha bioskop bisa meluaskan bisnisnya hingga ke kota-kota kecil. Dibutuhkan alat pendukung berupa sistem pelaporan tiket bioskop terbaru atau *integrated box office system*. Ini bisa mengadopsi sistem yang diterapkan di Korea Selatan.

Data menunjukkan bahwa secara nasional konsentrasi distribusi film didominasi oleh wilayah Jabodetabek yang mencapai 70 persen dari total bioskop nasional. Dengan data di atas berarti banyak potensi pasar di daerah yang belum digarap.\*\*\*

**P**ERINGATAN Hari Film Nasional (HFN) diwarnai kegiatan bersama antara Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Ekonomi Kreatif dan praktisi film. Peringatan yang jatuh 30 Maret itu adihatapkan menjadi momentum kebangkitan industri kreatif sektor film.

Tema peringatan HFN 2017 adalah "Merayakan Keberagaman Indonesia". Tajuk keberagaman sangat relevan. Keberagaman merupakan karunia ilahi yang mengandung potensi ekonomi luar biasa. Keragaman budaya adalah zamrud katulistiwa yang tidak pernah habis jika dijadikan produk yang bernilai ekonomi.

Kini film nasional mulai menggeliat. Saatnya pemerintah menjadikan gedung bioskop sebagai rumah budaya yang berfungsi sebagai sarana hiburan dan juga menjalankan fungsi pendidikan. Gedung bioskop mestinya tidak sekadar tempat menonton film. Perlu memperluas fungsi gedung bioskop menjadi pasar dan pelatihan industri kreatif utamanya produk seni dan budaya.

Ekonomi kreatif akan terus tumbuh dan menumbuhkan lapangan kerja yang luas. Untuk itu dibutuhkan tiga aspek yakni daya imajinasi, kreativitas, dan inovasi. Jika keagungan ditambahkan bisa menumbuhkan industri kreatif dengan cepat.

Film nasional yang menggambarkan sisi kepribadian bangsa dan keragaman budaya mulai mendapatkan tempat di hati khalayak. Perlu mengembangkan sumber daya manusia (SDM) kreatif bidang film yang memiliki kompetensi kelas dunia. Animo pemuda lulusan SMA untuk belajar sinema ke luar negeri sangat besar. Karena prodi sinema di perguruan tinggi dan teknologi produksi film di luar negeri jauh lebih maju. Untuk memfasilitasi animo tersebut diperlukan *training* dan konsultasi yang mampu mengarahkan yang bersangkutan dalam memilih perguruan tinggi di dalam dan luar negeri.

Kini SDM kreatif sektor perfilman menjadi *soft power* dalam mengembangkan nilai-nilai seni budaya bangsa dan menghasilkan nilai tambah ekonomi secara signifikan. SDM kreatif negeri ini kiprahnya sudah mendunia dan memiliki posisi penting di industri film global. Di antara

