

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan film yang cukup pesat menjadikan film memiliki daya tarik tersendiri bagi para penikmatnya. Film memiliki ruang gerak yang luas, dengan perkembangan film di Indonesia banyak sekali sineas-sineas muda mulai bermunculan. Dengan banyaknya karya sineas muda, maka dibutuhkannya sebuah wadah guna mengapresiasi para sineas. Ruang gerak sebuah apresiasi bisa dengan melalui sebuah festival film.

Disisi lain, festival film difokuskan sebagai salah satu sarana yang digunakan untuk memperkenalkan bermacam-macam tradisi dari suatu budaya secara sinematik. Beberapa sineas ataupun penggiat perfilman berpartisipasi dalam sebuah kegiatan film untuk menampilkan berbagai macam budaya, baik yang bersifat konvensional maupun kontemporer pada masyarakat luas. Pada hal ini masyarakat luas yang dimaksud adalah cakupannya meliputi nasional maupun lingkup global. Melalui kesempatan ini juga yang dapat memungkinkan para sineas mendapatkan pengakuan, baik dari segi tata budaya yang ditampilkan dari filmnya, ataupun hal-hal yang dapat menarik minat stakeholder, seperti industri perfilman serta para pelaksana bisnis film.

Pagelaran festival film memiliki peran besar dalam industri perfilman karena dapat membantu proses industri film dalam memvalidasi industri perfilman melalui kontribusi sineas yang terlibat di dalam pengembangan budaya film skala global. Selain sebagai apresiasi untuk para sineas, festival film juga menjadi wadah

yang dapat mendukung berkembangnya budaya sinematik suatu negara. Kegiatan ini juga dapat dilihat sebagai bentuk penyebaran informasi secara luas yang dituangkan dalam karya pembuat film. Menjadi salah satu bentuk penyebaran informasi secara massal, teks visual (film) yang disajikan dalam program festival film dapat membentuk sebuah karya kolaborasi antar pembuat film yang dibentuk melalui kumpulan gambar dengan berupa rancangan secara luas.

Pada masa pandemi berbagai sektor mengalami penurunan kualitas mengingat kuantitas yang dihasilkan juga mengalami penurunan akibat terdampak pandemi covid-19. Festival film yang pada saat sebelum pandemi rutin digelar baik festival film lokal, nasional hingga internasional menjadikan festival film sebagai wadah untuk tempat bertemunya film dengan penontonnya. Perkembangan film yang pesat menjadikan festival film menjadi salah satu wadah untuk menampung banyak ide dari sineas muda yang ada di Indonesia. Selain menjadi wadah, festival film juga dapat melibatkan langsung sineas muda dalam penyelenggaraannya. Bentuk keterlibatan langsung dari sineas muda dapat memberikan ide baru dan bahan diskusi yang dapat mengembangkan potensi sineas muda yang ada di setiap daerah.

Salah satu kegiatan festival film tingkat mahasiswa yang masih bertahan hingga saat ini adalah Malang Film Festival yang diselenggarakan pertama kali pada tahun 2004 oleh Kelompok Studi Sinematografi Universitas Muhammadiyah Malang. Malang Film Festival adalah salah satu wadah apresiasi bagi karya para sineas di Indonesia khususnya pelajar dan mahasiswa, dengan harapan acara ini dapat memberikan sumbangsih kepada perfilman Nasional. Selain Ruang

Apresiasi, Malang film festival juga ruang pembelajaran yang disalurkan melalui program kelas-kelas yang diharapkan menjadi program yang dapat memberikan manfaat bagi para sineas muda di Indonesia. Malang Film Festival yang sebelumnya terbentuk dengan nama MAFVIE FEST yang berarti “Malang Film Video Festival”, MAFVIE FEST berganti nama menjadi MAFI Fest pada tahun 2013 yang dimana pada tahun ini adanya perubahan kategori film yang dilombakan. Malang Film Festival “MAFI Fest” sejak 2013 konsisten hadir sebagai wadah apresiasi para sineas mahasiswa dan pelajar untuk melombakan karyanya pada tingkat nasional. Sejak diubah menjadi Malang Film Festival, festival ini lantas menjadi salah satu festival tingkat pelajar dan mahasiswa yang masih bertahan setiap tahunnya hingga saat ini.

Tahun 2022 menjadikan pagelaran Malang Film Festival yang ke-18 yang dimana pada tahun ini MAFI Fest telah tahun kedua untuk menyelenggarakan festival film secara daring. Pada tahun sebelumnya, yaitu pada tahun 2020 Malang Film Festival melaksanakan festivalnya secara daring. Pelaksanaan Malang Film Festival 2020, pada saat itu perencanaan dilakukan dengan sangat mendadak karena pandemi mewabah 2 bulan sebelum kegiatan. Sehingga persiapan yang dilakukan untuk festival yang biasa digelar secara luring harus beradaptasi dan menciptakan strategi baru. Dengan persiapan yang harus segera beradaptasi, panitia Malang Film Festival 2020 membutuhkan waktu 4 bulan sejak waktu yang sudah diputuskan, yang sebelumnya direncanakan kegiatan berlangsung pada bulan April terpaksa mundur di bulan Agustus 2020.

Dengan kondisi pandemi di Indonesia yang tidak dapat diprediksi, pada tahun 2021 terpaksa Malang Film Festival ditiadakan. Setelah henti selama setahun, MAFI Fest yang kembali hadir pada tahun 2022 menjadikan festival ini memiliki tantangan yang lebih berat dikarenakan para sineas mahasiswa dan pelajar sudah banyak yang lupa akan adanya festival film tingkat nasional. Pada pagelaran Malang Festival 2020 dengan persiapan yang awal mula dilaksanakan luring, dari hasil film yang masuk adalah sebanyak 356 karya film dari seluruh kategori. Jumlah ini menjadi acuan Malang Film Festival 2022 agar setidaknya setelah terhenti, partisipan yang dalam hal ini adalah sineas muda masih akan terus mengirimkan karyanya ke Malang Film Festival.

Untuk memberikan dan mengajak kembali para penikmat dan sineas, maka dalam hal ini Malang Film Festival membutuhkan strategi khusus dalam memberikan informasi semenarik mungkin melalui media sosial. Menggunakan media sosial semaksimal mungkin dan juga memberikan rancangan program yang menarik sehingga mendapatkan perhatian khusus dari partisipan dan juga penikmat film. Malang Film Festival didalamnya memiliki divisi khusus yang dalam hal ini memiliki tugas dan tujuan agar informasi dapat diterima baik oleh khalayak. Pembuatan dan penyebaran informasi ini dilakukan oleh divisi *Public Relations* Malang Film Festival yang dimana media yang digunakannya yaitu, instagram, twitter dan website dari Malang Film Festival itu sendiri. Dalam upayanya untuk meningkatkan jumlah partisipan yang merupakan sineas muda dari seluruh Indonesia, Malang Film Festival 2022 terdapat 335 film dari seluruh kategori.

Dalam hal ini, Malang Film Festival 2022 merancang sebuah strategi yang masuk kedalam strategi *marketing communication*. *Marketing Communication* dalam sebuah festival film penting untuk menarik perhatian, menginformasikan, serta melibatkan target audiens dalam sebuah kegiatan. Beberapa hal utama yang bisa dimaksimalkan dalam menggunakan strategi *marketing communications* dalam festival film adalah:

1. Membangun Citra Festival: *marketing communication* dapat membantu dalam membentuk citra festival film tersebut. Melalui pesan yang disampaikan, festival film dapat membangun identitas yang kuat, menegaskan tema, dan nilai yang akan disampaikan.
2. Menarik perhatian target audiens dan sineas film: *marketing communication* digunakan untuk dapat menjangkau target audiens mulai sutradara, produser, dan penikmat film/festival untuk ikut berkontribusi dalam kegiatan festival film.
3. Mengelola stakeholder dan sponsorship: *marketing communication* memiliki peran penting dalam menjalin stakeholder serta sponsorship karena dapat mengajak para stakeholder dan sponsorship untuk ikut berkontribusi secara finansial. Melalui promosi yang tepat, stakeholder dan sponsorship mendapatkan keuntungan dalam bentuk publikasi.

Dalam *marketing communication* terdapat strategi yang merupakan bauran komunikasi pemasaran. Bauran komunikasi pemasaran dapat digunakan pada festival film harus agar merangkum seluruh kebutuhan informasi, mulai dari

informasi penerimaan karya, kegiatan festival dari pra-event hingga hari pelaksanaan, informasi film-film yang akan diputar, informasi juri, dan informasi praktis lainnya yang dapat berguna bagi peserta, serta citra festival secara keseluruhan. Hal ini akan dapat membantu untuk mencapai kesuksesan dari kegiatan festival dan dapat menarik perhatian dari partisipan maupun penikmat film. Pada penelitian ini penulis akan menganalisa bauran komunikasi apa saja yang ada pada Malang Film Festival 2022 dalam upayanya untuk meningkatkan partisipan di era pandemi sejak setelah terhenti selama satu tahun

1.2 RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang mengacu pada pembahasan muncul pertanyaan yaitu, “Bagaimana strategi bauran *marketing communication* Malang Film Festival 2022 dalam meningkatkan jumlah partisipan era pandemi?”

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Untuk menganalisa dan mengetahui strategi bauran *marketing communication* pada festival film nasional tingkat pelajar dan mahasiswa.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa sumbangsih wawasan di bidang akademis untuk pembelajaran bauran *marketing communications* pada festival film nasional tingkat pelajar dan mahasiswa.