

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perfilman merupakan salah satu bidang yang terus berkembang dan mengalami perubahan dinamis melalui beberapa media yang menjadikannya sebagai salah satu sumber bisnis bagi pembuat film. Namun hal tersebut hanya berlaku jika karya yang dihasilkan bersifat komersil atau adanya tindakan jual beli yang mendapatkan sebuah keuntungan. Di dalam lingkup kecil pembuat film, tentunya tidak mudah untuk melakukan hal yang sama, perlu dilakukannya strategi promosi secara mandiri agar bisa meningkatkan kualitas karya yang dibuat. Film non komersial tidak menargetkan film nya untuk pasar umum, maka dari itu pembuat film harus pintar dan kreatif dalam mempromosikan film (Eriansyah dkk., 2020:182).

Menyiapkan strategi promosi yang baik dan menyeluruh akan membuat penonton tertarik dan menanti film agar dapat segera ditonton. Strategi yang tidak kalah penting dalam promosi adalah menentukan segmentasi pasar, yaitu menganalisis pasar yang cocok di masyarakat dengan cukup luas dan terbuka (Agustina, n.d, 2017:6). Selain itu juga meliputi keunggulan karya, promosi media, peluncuran distribusi, dan pengalaman audiens. Di era ini, media sosial kerap menjadi aspek utama yang banyak orang miliki dan sering kunjungi, maka produser “*Take The Reins*” perlu paham teknologi dan memanfaatkannya sebagai media promosi yang dapat menyebar secara luas dalam waktu yang singkat. Penggunaan media sosial sebagai strategi promosi film tentunya akan memerlukan anggaran

yang minim karena hal tersebut bergantung pada waktu dan momen dalam memanfaatkan situasi. Contoh penggunaan dalam karya film “*Take The Reins*” yaitu dengan menyebarkan poster, *trailer*, potongan adegan, serta menambahkan postingan-postingan unik sesuai dengan target penonton yang dirasa akan disukai banyak orang.

Upaya mendukung promosi film yang baik, tentunya juga perlu menentukan distribusi yang tepat. Menurut produser film sekaligus *programmer* festival yakni John Badalu, dalam membuat film pendek tentu harus dipikirkan dengan matang pendistribusian yang akan dilakukan agar film memiliki peminatnya. Hal tersebut dapat didukung oleh strategi atau cara yang diterapkan, seperti didistribusikan ke beberapa festival film, *platform screening* dan lain-lain, tentunya itu merupakan salah satu tugas dari produser film. Produser merupakan seseorang atau kelompok yang menjadi inisiator dalam sebuah produksi film, memiliki tanggung jawab dalam hal administratif, dan memimpin seluruh tim produksi agar sesuai dengan keputusan yang telah ditetapkan bersama (Imanto, 2007:27).

Sebagai produser film “*Take The Reins*” keterlibatan yang diharapkan sangatlah besar, diperlukan adanya penerapan manajemen produksi agar dapat terealisasikan dengan baik. Menurut Rachmania, manajemen produksi dalam proses pembuatan film pendek yaitu peran seorang produser yang bertanggung jawab memegang kendali mulai dari awal hingga akhir, hal tersebut mencakup segala aspek mulai dari mengatur jadwal, sumber daya manusia, rancangan anggaran biaya, strategi promosi film, hingga pendistribusian (Suhadi dan Dahir

2024:54). Produser “*Take The Reins*” juga menerapkan suatu prinsip manajemen secara umum yang dikemukakan oleh George R. Terry dan dapat diimplementasikan kepada manajemen produksi film, yaitu prinsip *POAC* yang terdiri dari *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling*. *Planning* atau strategi perencanaan meliputi proses pembentukan ide cerita dan skenario, pembentukan tim, pembuatan jadwal kerja, *breakdown budgeting*, observasi lokasi syuting, serta pemilihan karakter atau tokoh untuk memainkan film. Tahap *Organizing* bisa dikatakan sebagai pembagian tanggung jawab dengan meliputi proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. *Actuating* atau pergerakan merupakan tahap dalam mendorong tim untuk terlibat dalam produksi film, dan yang terakhir yaitu *Controlling* merupakan kegiatan memastikan tahap yang harus dilakukan untuk mengurangi kekeliruan pemicu hambatan proses produksi.

Maka dari itu, peran produser mencakup semua hal yang berhubungan dengan tanggung jawab, promosi, perencanaan, hingga keputusan masalah. Produser harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, keahlian kreatif, serta pemikir kritis, khususnya saat pelaksanaan produksi, karena produser akan menyimpulkan keputusan sekaligus memberi persetujuan apapun selama keberlangsungan sebuah film (Shena, 2018:4). Produser “*Take The Reins*” juga ikut andil dalam pembentukan kreatif karya dan pengambilan keputusan yang berpengaruh pada hasil akhir karya hingga selesai. Dengan dibuatnya karya film berjudul “*Take The Reins*” juga merupakan salah satu keputusan yang diambil produser karena munculnya rasa ketertarikan akan isu yang akan dibawakan, yaitu tentang pola asuh otoriter. Isu tersebut memberikan kesempatan bagi penonton

untuk merefleksikan nilai-nilai tentang kebebasan, kemandirian, serta perjuangan dalam mencapai keharmonisan sebuah keluarga, dan diharapkan bisa meraih keberhasilan dari segi respon penonton ketika tayang dan disebarluaskan.

Dibuatnya laporan berjudul “Tata Kelola Produksi dan Promosi dalam Film Fiksi *Take The Reins*” bertujuan untuk memberikan pandangan tentang pentingnya mengelola produksi yang efektif khususnya dalam hal promosi dan pendistribusian film. Selain itu, judul film “*Take The Reins*” diambil dari idiom bahasa Inggris yang memiliki arti sebagai kontrol kendali karena berkesinambungan dengan tema cerita yaitu tentang seorang ayah yang memiliki kontrol atas kehidupan dan masa depan anaknya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara mengelola produksi film “*Take The Reins*” secara efektif?
2. Bagaimana strategi promosi film “*Take The Reins*” dengan tepat dan efisien?
3. Bagaimana merancang pendistribusian film “*Take The Reins*” agar dapat tersampaikan kepada audiens?

C. Keaslian/Orisinalitas Karya

Orisinalitas menjadi hal penting bagi produser “*Take The Reins*” dalam meriset sebuah karya, keaslian karya merupakan sebuah konsep karya yang dihasilkan oleh seseorang, hal tersebut bersifat pribadi karena karya yang dibuat berasal dari diri sendiri tanpa adanya unsur plagiasi. Orisinalitas memberikan perlindungan hak cipta, yaitu hak-hak eksklusif yang hanya dimiliki seniman dan

karyanya (Mali, 2024:1). Terkait hal itu, film “*Take The Reins*” mengangkat pemaknaan tentang hubungan keluarga kurang harmonis yang disebabkan oleh pola asuh otoriter di sebuah keluarga. Terdapat beberapa film yang menjadi acuan orisinalitas karya, diantaranya adalah “*Rain Town*” (2023) karya Tunku Mona Riza yang tayang di *platform Netflix*, dan “*Like Father Like Son*” karya Hirokazu Koreeda (2013) tayang di *platform Prime Video*. Selain isu dan teknik yang diangkat, ada pula film yang menjadi referensi promosi dan distribusi seperti “*Autobiography*” (2022) karya Makbul Mubarak, “*Mencuri Raden Saleh*” (2022) karya Angga Dwimas Sasongko, dan “*Agak Laen*” (2024) karya Muhadkly Acho.

Film “*Rain Town*” (2024) memiliki isu yang serupa yakni tentang otoriter ayah kepada sang anak di dalam hubungan keluarga, perbedaannya dengan film “*Take The Reins*” yaitu dari segi alur cerita dan pembawaan karakter yang lebih dominan pada sang anak dan dalam lingkup keluarga lebih sedikit. “*Like Father Like Son*” (2013) memiliki referensi perihal pengambilan teknis, serta *mood* film. Selain dari cerita dan teknis, film “*Mencuri Raden Saleh*” (2022) dan “*Agak Laen*” (2024) memiliki strategi promosi yang memanfaatkan teknologi dengan menggunakan media sosial, seperti membagikan kegiatan produksi berupa *grabstill*, *behind the scene*, serta berbagai hal yang dapat menarik minat penonton ke bioskop, bahkan film “*Agak Laen*” mendapatkan Piala Antemas yakni penghargaan dari Festival Film Indonesia 2024 sebagai film terlaris sepanjang tahun. Sedangkan film “*Autobiography*” (2022) memanfaatkan festival film nasional dan internasional sebagai ajang pendistribusianya dengan meraih banyak penghargaan.

D. Metode Penelitian

Penciptaan karya ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu sebuah penelitian yang mengandalkan sebuah pendekatan untuk memahami suatu kondisi dari suatu subjek atau objek. Penelitian kualitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk kalimat, narasi, dan gambar (Nasution, 2023:3).

Pada penelitian ini dibutuhkan metode kualitatif untuk kebutuhan penceritaan, karena film “*Take The Reins*” merupakan film *based on true story*, yang mana terinspirasi dari kisah nyata dari fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar, sehingga perlu diamati dan diteliti. Dengan metode tersebut, pengumpulan data menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara telah dilakukan kepada narasumber dengan mengajukan beberapa pertanyaan perihal tema yang terkait untuk mendapatkan informasi yang diperlukan agar memperdalam riset cerita dan karakter yang akan diterapkan. Telah dilakukan wawancara kepada beberapa narasumber dari bidang yang berbeda yaitu berkaitan dengan karakterterisasi tokoh, serta wawancara kepada produser film mengenai bidang yang ditekuni. Berikut merupakan data narasumber yang sudah diwawancarai:

Tabel 1. Data narasumber film “*Take The Reins*”

No	Nama	Status	Keterangan	Foto Narasumber
1	Rahmat Dwi Santosa	Anak laki-laki di keluarga, memiliki seorang ayah yang otoriter	Kehidupan keluarga di rumah, serta pandangan seorang anak yang memiliki orang tua otoriter	

2	Leopold Bima Kristantyo	Seorang anak yang memiliki hubungan kurang harmonis dengan ayahnya	Pandangan seorang anak yang canggung untuk berkomunikasi dengan ayahnya	
3	Hendi Suhendi	Ayah yang menerapkan pola asuh otoriter kepada anak laki-lakinya.	Mengetahui perihal kehidupan keluarga, didikan kepada anak, serta peran ayah di lingkup keluarga	
4	Elen Dahlia Indah Utami	Guru Bimbingan Konseling yang sering melihat tumbuh kembang anak dengan pola asuh berbeda	Dampak pola asuh orang tua otoriter bagi anak dari sudut pandang studi kasus lingkungan sekitar	
5	Ngurai Andro	Psikolog	Pola asuh otoriter yang diterapkan oleh orang tua dari sudut pandang psikologis	
6	John Badalu	Produser Film & Programmer Festival	Strategi promosi dan distribusi festival film yang dilakukan produser	
7	Atthar Amputra	Produser Film	Alur kerja produser film pendek di lingkup industri	

Dari data yang diperoleh khususnya pandangan narasumber bernama Rahmat, bahwa dia merupakan satu-satunya anak laki-laki di rumah yang tinggal bersama dengan ayah otoriter sehingga memiliki komunikasi yang

kurang karena rasa segan, “Bapak aku tuh tipe orang yang suka menyanggah pernyataan, ya bisa dianggap otoriter” (Rahmat Dwi Santosa, 22 Januari 2025). Sama halnya dengan Leopold yang memiliki hubungan canggung atau kurang harmonis dengan ayahnya, “Ayah tipe yang tegas, apalagi soal kedisiplinan, makanya gak terlalu deket, canggung gitu” (Leopold Bima Kristantyo, 20 Januari 2025).

Di balik itu psikolog Andro juga berpendapat sama dari sudut pandang yang berbeda, bahwa pola asuh otoriter masih banyak yang menggunakannya hingga saat ini, dan memberikan dampak tertentu bagi psikologis anak, “Pola asuh yang diberikan orang tua itu berpengaruh kepada sikap dan sifat seorang anak” (Ngurai Andro, 22 Januari 2025). Sedangkan yang terakhir, narasumber berprofesi sebagai produser yaitu John Badalu dan Atthar Amputra sangat membantu dari segi berdiskusi tentang kinerja produser, hingga tahapan pendistribusian yang dilakukan oleh banyaknya produser di industri khususnya pembuat film mandiri atau *independent*.

2. Tinjauan Pustaka

Data lain yang digunakan untuk memperkuat penelitian dari hasil wawancara yaitu dengan berpatokan pada jurnal, artikel, serta buku yang didapat secara *online* ataupun *offline*. Contohnya seperti buku *Film Marketing* karya Finola Kerrigen (2017) yang membahas mengenai alur kerja dan teknik promosi film yang dilakukan seorang produser, tentunya juga masih ada pustaka lainnya yang menjadi acuan produser dalam berkarya film selain buku tersebut.

E. Metode Penciptaan

Produser film “*Take The Reins*” menerapkan metode penciptaan *POAC* yang digunakan George R. Terry dalam bukunya berjudul *Principle of Management*. Dengan menerapkan strategi ini, akan dapat fokus pada merencanakan dan melaksanakan sebuah manajemen agar lebih efektif dan teratur (Aristi & Mulyadi, 2024:73).

Strategi *POAC* termasuk ke dalam jenis strategi manajemen secara general, namun penggunaannya dapat diimplementasikan oleh produser karena tahapannya bisa memudahkan dan membuat keperluan menjadi terarah, tentunya juga digunakan untuk membantu produser dalam mengatur produksi agar berjalan secara efektif, yaitu sebagai berikut:

1. Planning

Planning sering digunakan dalam menentukan banyak hal, seperti pembuatan jadwal, pengalokasian dana, penggunaan sumber daya manusia, serta pengelolaan produksi film. *Planning* atau perencanaan merupakan sebuah tahapan yang berhubungan dengan penentuan strategi, serta pembuatan rencana agar menghasilkan proses sistematis dalam mencapai tujuan yang ditentukan. Produser juga perlu menyiapkan beberapa *planning* jika dihadapkan dengan sebuah keputusan mendesak, seperti cuaca ekstrim, kondisi lingkungan tidak mendukung, hingga terjadinya kecelakaan yang dapat berpengaruh besar pada produksi film.

2. Organizing

Organizing berarti pengorganisasian, berhubungan dengan pengaturan

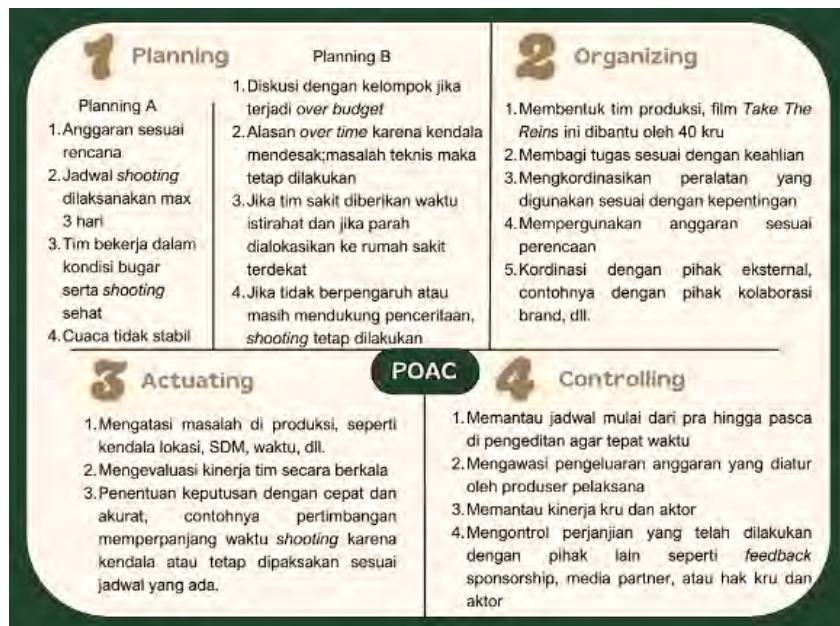
tim yang bertugas. Seperti penempatan dan penugasan tim secara jelas, agar dapat bekerja sesuai dengan keahlian dan tanggung jawab yang telah diberikan, agar meningkatkan efisiensi produksi film. Produser harus mempersiapkan segala sesuatu di pra produksi, seperti administrasi, lokasi, teknis dan properti yang digunakan, agar sesuai dengan anggaran yang telah dibuat agar terorganisir dengan baik dan meminimalisir adanya resiko di lingkup produksi film.

3. *Actuating*

Actuating atau aktivasi sangat diandalkan bagi produser, guna menyusun segala strategi di tengah-tengah produksi khususnya jika terkait dengan kendala. Metode ini biasa digunakan ketika tahap pembuatan film, karena berhubungan dengan hal-hal yang kemungkinan terjadi seperti perubahan cuaca, waktu yang tidak efisien, kendala properti, juga hal lainnya. Maka dari itu dibutuhkan kordinasi yang tepat dimulai dari produser dengan tim lainnya agar pekerjaan selesai dengan efektif meskipun dihadapkan dengan berbagai tantangan.

4. *Controlling*

Controlling atau pengendalian berfungsi dalam hal pasca produksi atau selesainya masa pembuatan film, karena metode ini mengandalkan hasil pantauan agar terciptanya evaluasi diri terhadap kinerja tim yang telah dilakukan. Produser bertugas untuk memberikan ruang bagi seluruh tim agar dapat mengintrospeksi yang didapat dari hasil monitoring selama bertugas, dengan dibuatnya laporan kemajuan, evaluasi anggaran, dan sebagainya.



Gambar 1. *Mind mapping* pengimplementasian POAC di produksi film
(Sumber: Elsyafira Putri, 23 Februari 2025)

Dari metode tersebut kemudian diimplementasikan ke dalam lima tahapan yang telah dirancang produser ke setiap proses kerja yang dilalui, dan tentunya berkaitan dengan tahapan hingga akhir yakni pra produksi, produksi, pasca produksi, promosi, dan distribusi agar dapat mendukung proses kerja yang efektif.

1. Pra Produksi

Di tahap produksi film “*Take The Reins*” membentuk kelompok beranggotakan produser, sutradara, penata kamera, dan penyunting gambar sejak September 2024, yang kini kelompok tersebut bernamakan *Social Frame*. Mengawali pra produksi dengan melakukan pencarian ide, tema serta visi misi agar memiliki pandangan yang searah.

a. *Research and Development*

Tahap pertama yaitu melakukan riset atau mengumpulkan data serta informasi dalam bentuk wawancara narasumber yang berhubungan dengan isu, peristiwa atau subjek bersangkutan untuk selanjutnya menuju ke

tahapan penulisan naskah. Selain riset untuk keperluan *script development*, dilakukan juga tahap-tahap lainnya seperti membuat jadwal produksi, merancang anggaran biaya, merekrut tim, pencarian lokasi, mengadakan *preproduction meeting*, dan lain-lain.

Wawancara yang dilakukan dengan Atthar Amputra membahas mengenai alur kinerja produser baik di dunia pendidikan maupun industri, “Produser mesti tau dan paham mengenai alur kerja mulai dari awal pembentukan film hingga film selesai” (Atthar Amputra, 19 Oktober 2024). Atthar telah menyelesaikan pendidikannya di London Inggris, kini bekerja di industri *production house* Visinema Pictures.



Gambar 2. Berbagi pengalaman produser saat wawancara Atthar Amputra
(Sumber: Tangkapan Layar Elysafira Putri, 19 Oktober 2024)

Dilakukan juga wawancara dengan John Badalu, seorang Produser dan *Programmer* festival film yang berbagi pengalamannya selama menjadi produser dan telah mendistribusikan film nya ke festival, serta membahas tata kelola anggaran, promosi, hingga pendistribusian film, “Produser mengatur segala aspek pembuatan film, termasuk hal terkecil seperti sumber daya manusia” (John Badalu, 20 Oktober 2024).



Gambar 3. John Badalu diwawancara mengenai tata kelola produser
(Sumber: Tangkapan Layar Elysafira Putri, 20 Oktober 2024)

Wawancara kepada guru bimbingan konseling bernama Elen yang sering menyaksikan secara langsung perkembangan anak dengan berbagai latar belakang keluarga, “Studi kasus yang pernah saya temukan, anak yang menerima perlakuan otoriter akan lebih emosional atau malah pendiam” (Elen Dahlia, 20 Januari 2024).



Gambar 4. Wawancara Elen Dahlia mengenai tumbuh kembang anak
(Sumber: Tangkapan Layar Akmal Dhiya, 20 Januari 2025)

Begitupula dengan Hendi Suhendi, merupakan seorang ayah dengan profesi tentara, serta menerapkan didikan otoriter pada anak laki-lakinya, “Saya itu tipe ayah yang keras dan tegas, selalu menetapkan konsekuensi kalau ada yang langgar peraturan” (Hendi Suhendi, 03 Februari 2025).



Gambar 5. Hendi Suhendi diwawancara mengenai didikan ayah otoriter
(Foto: Andri Juliansyah, 03 Februari 2025)

b. *Pitching* atau Kerjasama

Pitching merupakan pengajuan sebuah kerjasama yang dibarengi dengan adanya *feedback* yang diterima oleh kedua belah pihak. *Pitching* bisa berupa bantuan pendanaan uang, harga diskon, maupun fasilitas barang. Berikut merupakan beberapa perusahaan yang menjadi sasaran *pitching* film “*Take The Reins*”:

- 1) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, mengenai pengajuan pendanaan dan media promosi film.
- 2) *Production House* yang ada di Bandung, dalam hal mendukung peralatan produksi dan konsultasi proses syuting.
- 3) PT. Telekomunikasi Indonesia (Telkom), pengajuan pendanaan *sponsorship* guna mendukung keuangan produksi film.
- 4) Bank Mandiri /Bank BCA, *support* pendanaan yang berhubungan dengan produksi dan promosi film.
- 5) BSM Rental, berupa diskon atau potongan harga sewa peralatan syuting.
- 6) Catering Konsumsi, potongan harga atau diskon makanan kru dan *talent*.

c. Rancangan Promosi Film

Promosi film merupakan sebuah kegiatan yang mengandalkan media promosi dan desain yang dikonsepkan. Berikut merupakan rancangan promosi yang dilakukan produser film “*Take The Reins*” di proses pra produksi:

- 1) *Branding* nama kelompok dan film di media sosial agar dikenal banyak orang.
- 2) Aktif media sosial dengan postingan menarik dan mengikuti *trend*.
- 3) Menggunakan desain dan warna yang mewakili film agar mudah diingat.
- 4) Kolaborasi dengan beberapa pihak untuk bantu menyebarkan film menuju penayangan.
- 5) Memberikan hadiah sebagai tanda terima kasih kepada penonton dan tim yang bertugas dengan diadakannya *giveaway* dan *merchandise*.

2. Produksi

Tahap kedua yaitu produksi, sebuah proses pengeksekusian naskah yang diterjemahkan menjadi suara dan gambar. Kerja sama antar tim dipertaruhkan saat proses syuting, bahwa tiap pekerjaan harus memiliki kekompakan dan kerjasama yang baik. Peran produser di tahap produksi yaitu memantau kinerja tim, memastikan proses syuting berjalan lancar, serta membantu tim dalam mengambil suatu keputusan. Syuting dilaksanakan pada 25-27 Maret 2025 dengan latar rumah dan jalanan kendaraan.

3. Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan sebuah tahapan terakhir untuk

merealisasikan visi dan misi seluruh tim agar bisa menjadi kesatuan adegan yang utuh. Di tahap ini dilakukan beberapa proses seperti edit film, desain suara, penambahan visual efek, hingga pemberian warna. Produser juga memiliki hak untuk menentukan jadwal demi kelancaran proses pasca produksi.

4. Promosi

Setelah film selesai dibuat dan dirasa sudah siap untuk disebarluaskan maka dari itu masuk ke tahap promosi. Dalam mempromosikan film tidaklah semata-mata disebarluaskan tanpa adanya strategi. Karena strategi promosi sangatlah penting dan berhubungan dengan distribusi film. Produser memiliki hak penuh atas penyebarluasan film sebelum nantinya akan berlayar di *platform screening* maupun festival film, dengan tujuan menarik minat masyarakat supaya penasaran dan ingin menonton.

Dalam melakukan promosi juga perlu diperhatikan penggunaan anggaran, produser “*Take The Reins*” merencanakan promosi dengan mencari alternatif selain mengeluarkan biaya besar, meskipun pada akhirnya tetap ada biaya yang dikeluarkan namun secara ekonomis. Berikut merupakan perencanaan promosi film yang diterapkan dalam film “*Take The Reins*”:

a. Konten Media Sosial

Media sosial menjadi tujuan utama untuk mempromosikan suatu hal, karena zaman sekarang masyarakat memiliki kegiatan yang banyak di media sosial sehingga akan sangat membantu jika dibuatnya konten untuk menarik masyarakat penasaran terhadap film yang kita buat. Konten

tersebut meliputi postingan informasi cerita film, *behind the scene*, *trailer*, juga poster di *Instagram*.



Gambar 6. Tampilan media sosial *Instagram* *Social Frame*
(Sumber: Tangkapan Layar Elysafira Putri, 04 Februari 2025)

b. *Word of Mouth*

Strategi ini bisa digunakan secara fleksibel dimanapun dan kapanpun. *Word of Mouth* berarti memberikan informasi kepada orang lain secara langsung lewat obrolan, maka dari itu hal ini bisa digunakan dalam mempromosikan film yang akan tayang agar lawan bicara tertarik setelah mendengar informasi yang kita sampaikan.

c. Poster dan Materi Promosi

Setelah film selesai di tahap *editing*, perlu adanya poster untuk disebarluaskan secara *online* maupun *offline*, biasanya poster diletakan di tempat yang ramai dikunjungi orang, atau dekat dengan ruangan pemutaran jika filmnya ditayangkan, agar penonton bisa melihat rangkuman dari keseluruhan isi film.

d. Kolaborasi atau Kerja Sama

Cara dalam mempromosikan film sudah beragam, dengan adanya

media sosial bisa dimanfaatkan untuk mengadakan kolaborasi atau kerja sama yang bisa saling menguntungkan, seperti mengajukan sebagai *media partner*, kolaborasi dengan perusahaan/komunitas yang masih relevan untuk promosi bersama.

e. *Giveaway dan Merchandise*

Giveaway dan *Merchandise* sangat diharapkan penonton, diadakannya hadiah yang beragam akan membuat penonton penasaran untuk mencari tahu mengenai film yang di produksi dan ditayangkan, biasa diberikan ketika registrasi ataupun sebelumnya diumumkan di media sosial dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang harus dijawab secara benar. Barang tersebut direncanakan mulai dari hal kecil seperti stiker, pin, dan kaos yang diberikan ke penonton secara gratis.

5. Distribusi

Distribusi merupakan tahap terakhir yang masih sering dilupakan, terkadang ketika membuat karya, film akan berakhir ketika selesai tahap *editing* saja tanpa memikirkan kemana langkah selanjutnya yang harus dicapai. Berikut rencana distribusi dari film “*Take The Reins*”:

a. Layar *Screening*

Layar *Screening* atau biasa juga disebut layar alternatif merupakan sebuah forum nonton bersama dan diskusi pembuat film yang diadakan oleh komunitas/penggiat film dan bertujuan untuk menjalin relasi, dan bedah film demi mendapatkan ilmu baru. Pendistribusian film ke layar ini tidak terbatas waktu, sampai kapanpun jika persyaratannya masih relevan

dapat dilakukan. Untuk *premiere* atau tayang perdana, produser memiliki rencana diadakan di tempat yang nyaman dan mudah dijangkau, seperti *The Hallway Space, Coffeshop*, atau Bandung *Creative Hub*.

b. Festival Film

Festival film di Indonesia sudah tersebar secara luas, sehingga festival menjadi tujuan utama bagi pembuat film individu agar bisa diapresiasi dan dikenal masyarakat. Produser menjadikan festival film sebagai tujuan distribusi dari film telah selesai hingga masa film habis, biasa terjadi dua hingga tiga tahun kemudian.

c. *Over The Top (OTT)*

Banyak *Over The Top* yakni *platform* aplikasi penayangan film yang mendukung film pendek agar dapat didistribusikan, seperti *Bioskop Online, Rangkai.id, Vidsee*, dll. Hal itu juga yang mendorong produser agar mendistribusikan film pendeknya ke *OTT*, agar meminimalisir terjadinya film terlantar dan kurangnya tersebar.

d. Pengarsipan Film

Dalam upaya mengapresiasi kru yang bertugas, dan juga sebagai wadah arsip film, produser berencana menyimpan data film di *platform Letterboxd* dan *Film Freeway* agar penonton bisa membagi ulasan, saran, menyebarkan rekomendasi film agar dilihat oleh banyak orang, serta memudahkan pendistribusian film.

F. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan
 - a. Mengelola produksi film “*Take The Reins*” secara efektif serta rapi dan tertata, dengan membentuk alur kerja yang sesuai kebutuhan.
 - b. Merancang promosi film dengan mengelola strategi yang mudah dilakukan, namun memberikan dampak yang luas bagi penonton agar lebih tepat dan efisien.
 - c. Mendistribusikan film ke beberapa penayangan lingkup kecil dan besar, festival film, dan berakhir di *Over The Top* agar tahapan tersebut merata sehingga sampai pada audiens di berbagai daerah.
2. Manfaat
 - a. Manfaat Khusus
 - 1) Memenuhi Tugas Akhir guna mencapai derajat Sarjana Terapan Seni Program Studi Televisi dan Film ISBI Bandung.
 - 2) Menambah pengetahuan dan pengalaman dengan minat produser.
 - 3) Menjadi acuan akademik untuk pengembangan sistem kedepannya.
 - b. Manfaat Umum

Film “*Take The Reins*” adalah film yang mengangkat isu keharmonisan keluarga yang berhubungan dengan otoriter. Dengan dibuatnya film ini diharapkan menjadi wadah referensi banyak orang sehingga pesan moral yang ada dapat tersampaikan. Selain itu juga film ini didedikasikan kepada seluruh ayah dan anak yang hidup bersama sehingga bisa tetap menjaga komunikasi dua arah agar tetap harmonis.