

KEDUDUKAN RUANG BIOSKOP SEBAGAI MEDIA APRESIASI FILM

Dara Bunga Rembulan

Mahasiswa Program Pascasarjana (S2), Institut Seni Indonesia Yogyakarta

J. Parangtritis Yogyakarta 55188

E-mail: darabunga17@yahoo.co.id

ABSTRACT

Movie is one of mediums for delivering messages communicatively and easily acceptable for the society. The creativity of filmmaker has caused a rapid increase in the amount of movies, and further it indirectly lead to the increase in necessity of space for appreciation activities. It can be concluded that movie theatre is one of the appreciation media that is highly favored by the movie-favored-society. There are two types of movie theatres, mainstream and non-mainstream movie theatre. A mainstream movie theatre is the 21 network movie theatre, while the non-mainstream movie theatre consists of film festivals, discussions, and workshops. A movie theatre is an alternative medium for movie appreciation. By the movie theatre which is able to attract audiences, it can be figured out how far the movie theatre is able to become appreciation medium for the society. As we know that there are lots of other appreciation mediums such as VCD, DVD and internet that are growing in the society, so the functional approach can help to find the answers in the growth of a movie theatre as movie appreciation medium.

Keywords: movie-theatre, appreciation, space, and medium

PENDAHULUAN

Film merupakan salah satu kebudayaan Indonesia yang sedang mengalami peningkatan produktivitas. Melalui film, segala bentuk pesan yang ingin disampaikan dapat diolah, baik dari unsur naratif yakni yang berhubungan dengan aspek cerita dan tema film maupun unsur sinematik yakni yang berhubungan dengan teknis pembentuk film,

diantaranya *mise en scene*, sinematografi, *editing* dan suara (*audio*).

Film dianggap sebagai medium komunikasi yang menarik dan efektif sehingga menjadikannya meningkat pesat jumlahnya baik film Indonesia maupun film impor. Hal utama yang mendorong peningkatan jumlah produksi film Indonesia adalah kualitas film hasil dari kreativitas sineas, sehingga selayaknya kreativitas tersebut diapresiasi dengan

baik. Berbagai ide, tema, dan teknik yang beragam telah dikemas secara kreatif untuk menghasilkan film yang mampu menggugah perhatian penonton. Lahirnya sineas yang memiliki kreativitas tidak hanya berasal dari lembaga pendidikan formal namun dapat juga muncul di kegiatan festival dan komunitas, meskipun kompetensi sinematografinya diperoleh secara informal.

Menurut berita online di situs film Indonesia, dalam tahun 2013 sampai dengan bulan Mei, Indonesia sedang memproduksi 23 judul film, diantaranya telah tayang dan ada yang akan beredar. Hal itu menunjukkan bahwa perfilman mengalami kenaikan dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2011 dan tahun 2012. Peningkatan produktivitas film tersebut menuntut ketersediaan sarana untuk menyajikan film di hadapan penonton. Bioskop tempat dimana film diputar, tidak sekedar sebagai wahana hiburan tetapi dapat sebagai salah satu ruang apresiasi, bagaimanapun film adalah produk budaya.

Peningkatan apresiasi masyarakat terhadap film merupakan bentuk penghargaan terhadap kehadiran film. Dengan meningkatnya jumlah penonton dan ruang apresiasi film menunjukkan sebuah perubahan dalam cara menikmati tontonan. Biasanya masyarakat melihat tontonan lewat televisi, VCD, DVD atau melalui internet, justru kini masyarakat kembali suka menonton film di bioskop. Saat ini bioskop telah menjadi *trend*

sebagai ruang apresiasi untuk menonton film.

Dalam perkembangannya, bioskop terbagi menjadi dua yaitu bioskop *mainstream* dan *non-mainstream* (alternatif). Bioskop *mainstream* merupakan sebuah ruang yang memutar film-film dengan batasan teknis film (jenis dan durasi film). Di Indonesia, film yang dapat diputar di bioskop *mainstream* adalah film dalam bentuk seluloid berdurasi 1,5–2 jam. Biasanya bioskop semacam ini terletak di pusat perbelanjaan dan kota besar yang didominasi oleh Jaringan 21. Bioskop lokal/daerah dapat disebut juga bioskop *mainstream* karena fungsinya yang hanya menyajikan film kepada *audiens*-nya namun dengan fasilitas yang lebih sederhana. Sedangkan bioskop *non-mainstream* atau bioskop alternatif, yaitu ruang menonton yang diadakan oleh kelompok tertentu, sebagian besar non-komersial, untuk penonton terbatas. Institusi yang menyelenggarakan bioskop ini adalah sekolah atau universitas, kine klub, komunitas film, perkumpulan pembuat film, lembaga kebudayaan, lembaga kajian film, dan sebagainya. Hal itu dalam konteks semua bentuk ruang apresiasi film dinamakan bioskop.

Pembahasan ini fokus pada bioskop sebagai ruang apresiasi film, dimulai dari pentingnya film untuk diapresiasi dan sejauh mana bioskop berfungsi sebagai ruang apresiasi film, sehingga kedudukan bioskop sebagai salah satu ruang apresiasi yang diminati

masyarakat dapat disimpulkan. Hal itu dibahas melalui pendekatan fungsional dengan melihat kecenderungan yang pesat dari perkembangan teknologi yang terjadi pada bioskop sebagai ruang apresiasi film.

PEMBAHASAN

Kandungan Pesan dan Apresiasi Terhadap Film

Frase McLuhan dengan pernyataannya yang terkenal, *Medium is the Message*, telah mengubah sejarah dengan menyatakan bahwa alat komunikasi manusia, membentuk cara mereka berperilaku. Demikian pentingnya peran film sebagai media komunikasi, perfilman Indonesia telah menapaki beberapa perubahan kecenderungan yang perlu dicermati. Pada dekade yang lalu film membawa penonton pada rendahnya moralitas karena dipengaruhi oleh buruknya kualitas baik segi ide, cerita, dan tema-tema yang disajikan seperti tema horor sensual, yang kurang mendidik bagi penonton. Saat ini perfilman justru telah mengarah pada tema-tema kedaerahan dengan menyiratkan keanekaragaman budaya Indonesia, misalnya film berjudul *Soegija*, *Negeri 5 Menara*, dan *Sang Pencerah*, yang memilih lokasi syuting di luar daerah. Dengan demikian penonton pun mendapatkan pesan positif yang disampaikan oleh sineas melalui unsur sinematik yang dibangunnya, demikian juga peran unsur naratif di dalamnya. Film

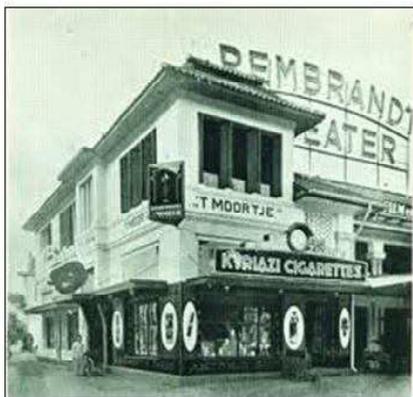
bukan saja menjadi media komersil dengan beragam kepentingan ekonomi yang melingkupinya, tetapi juga dapat mengedukasi masyarakat dengan pesan-pesan positif yang disuguhkan.

Jika melihat film karya Garin Nugroho, Mira Lesmana, Riri Riza, dan Ari Sihale, tidak diragukan lagi keberhasilannya menjangkau penonton dikarenakan karya filmnya dapat menghibur dan memberikan edukasi positif kepada penonton khususnya anak-anak. Lebih jauh, sebenarnya hal itu membantu pembentukan karakter bangsa melalui film. Sebagai media rekam, film menyajikan gambar figuratif dalam bentuk objek fotografis yang dekat dengan masyarakat (Madiyanto, 2003:164). Melalui pendekatan ini, film menyimpan pesan sosial dan moral yang dikemas dekat dengan masyarakat atau penonton film itu sendiri. Film *Naga Bonar* (1986) merupakan contoh unik dan mewakili gambaran tentang bagaimana sebuah nilai atau pesan yang dikemas secara sederhana tanpa memerlukan pemikiran tinggi atau diskusi panjang lebar. Karakter Naga Bonar mempunyai karakteristik/ tipikal budaya Medan tetapi mempunyai obsesi kebanggaan terhadap diri sebagai panglima jenderal besar yang siap kapan saja berjuang demi mengusir penjajah pada waktu itu. Dialog-dialog terkesan unik khas orang Batak, penuh humor segar.

Lewat film, penonton dapat melihat refleksi kehidupan manusia, bahkan dapat pula mempelajari

kebudayaan asing melalui film impor. Hal itu karena film merupakan representasi budaya masyarakat pada zamannya. Perlu disadari pula bahwa karakteristik film sebagai medium visual yaitu pesan yang ditangkap harus dengan cepat dan mudah ditangkap oleh penonton. Dalam mengapresiasi sebuah film terjadi sebuah subjektivitas dalam menangkap pesan yang terkandung di dalamnya.

menggunakan bioskop, festival, workshop, diskusi film, lomba ataupun pemutaran film (*screening*) yang diselenggarakan oleh komunitas. Semua jenis karya film baik komersil maupun non komersil sama-sama membutuhkan ruang untuk merepresentasikannya. Bioskop yang merupakan ujung mata rantai ruang apresiasi perfilman menjadi sarana pertemuan antara film sebagai komoditas budaya, industri, dan penonton. Film lokal dan impor masuk ke bioskop untuk diapresiasi penonton.



Gambar 1. Bioskop pertama di Indonesia
Sumber: Google.com

Peran Ruang Sebagai Media Apresiasi Film

Ruang merupakan tempat bagi komponen-komponen lingkungan hidup dalam melakukan setiap proses, yaitu saling mempengaruhi (interaksi), saling berhubungan (interelasi), dan saling ketergantungan (interdependensi). Setelah sineas memproduksi film, sineas membutuhkan ruang untuk merepresentasikan karyanya. Sineas dapat

Bioskop dalam bahasa Belanda disebut *bioscoop*. Dalam bahasa Yunani, bioskop berasal dari kata *bios* (yang artinya hidup) dan *coop* (yang artinya "melihat") adalah tempat untuk menonton pertunjukan film dengan menggunakan layar lebar. Gambar film diproyeksikan ke layar menggunakan proyektor. Sejak pertama kali adanya ruang apresiasi dalam bentuk bioskop masuk ke Indonesia masyarakat sudah menunjukkan

antusiasnya untuk menonton film ke bioskop. Bioskop pertama hadir di Indonesia pada bulan Desember 1900 di J. Tanah Abang I, Jakarta Pusat, bioskop tumbuh dan berkembang dengan sempurna. Beberapa bioskop lokal peninggalan zaman penjajahan Jepang menjadi tonggak cikal bakal bioskop modern saat ini. Bioskop lokal memberikan pelayanan yang sempurna kepada masyarakat pada saatnya, hiburan rakyat yang murah meriah. Disamping itu bioskop lokal juga tumbuh bersama bioskop keliling (layar tancap) di daerah. Kedua jenis bioskop tersebut berkembang saling melengkapi dalam memberikan hiburan kepada masyarakat. Layar tancap pun dikategorikan sebagai ruang apresiasi, tetapi saat ini pertunjukan layar tancep jarang sekali dijumpai, karena semakin beragamnya media tontonan baru yang hadir seperti televisi, VCD/ DVD, *smartphone*, dan internet, serta fasilitas Bioskop Jaringan yang semakin memanjakan penonton dalam menikmati sebuah film.

Film komersil dituntut untuk memasuki ruang apresiasi komersil seperti Bioskop Berjaringan 21, apalagi saat ini jumlah Bioskop 21 semakin banyak seiring dengan pertumbuhan jumlah mall di berbagai kota. Jumlah penonton pun meningkat pesat, karena fasilitas dan inovasi teknologi bioskop semakin diterima oleh penonton Indonesia. Saat ini teknologi bioskop pun semakin menarik, bioskop telah menghadirkan film tiga dimensi. Ketersediaan bioskop di hampir setiap mall memberikan kemudahan penonton untuk menjangkanya, usai berbelanja atau jalan-jalan di mall yang dilanjutkan menonton film. Bioskop telah menjadi gaya hidup masyarakat kota. Jika tujuan utama hanya menonton film, Bioskop 21 menyediakan café sebagai pengisi waktu menunggu film sebelum diputar, café pun dilengkapi dengan wifi.

Apresiasi film di bioskop telah menjadi subjektivitas penonton. Subjektivitas tersebut salah satunya adalah sebuah kepuasan dalam menonton di



Gambar 2. Bioskop saat ini di Indonesia
Sumber : Google.com

bioskop yang memberikan kenyamanan dalam menikmati sebuah tontonan. Hal itu terkait dengan peran bioskop telah menjadi medium *lifestyle* bagi berbagai kalangan, terutama kaum muda dalam mengisi waktu luang. Kebutuhan sineas dan penonton dalam memilih bioskop sebagai ruang apresiasi, memiliki kepentingan masing-masing. Dalam hal ini Van Peursen mengatakan bahwa sebetulnya alam pikiran manusia selalu mengandung aspek-aspek fungsional, apalagi cara berfikir tersebut dapat memperlancar perbuatan dan pola kehidupan manusia. Kemudian kata fungsional merujuk pada sebuah gejala modern. Dari pernyataan tersebut, menunjukkan bahwa fungsi bioskop sebagai ruang apresiasi film pun membentuk gaya hidup penonton film.

film non-komersial yang dipresentasikan melalui festival, workshop, dan diskusi, juga mendapatkan sarana apresiasi tersendiri. Kegiatan tersebut merupakan bentuk bioskop alternatif. Komunitas film pun menggeliatkan dalam mengapresiasi film,

misalnya Solo, Purbalingga, dan Yogyakarta secara rutin mengadakan festival film. Festival menjadi salah satu ruang yang diminati oleh sineas. Selain dapat mempresentasikan karyanya, sineas terbaik akan memperoleh penghargaan, dan menjadi prestise di mata masyarakat.

Ruang apresiasi melalui festival baik di dalam dan luar negeri tersebut mampu memicu semangat sineas memproduksi film berkualitas dan menggapai penghargaan tertinggi. Dalam konteks upaya menggairahkan apresiasi film melalui festival, telah menempatkan film nasional dalam posisi yang membanggakan. Film karya siswa SMA di Purbalingga telah membuat sineas terkenal seperti Jbko Anwar pun merasa bangga, ternyata SDM Indonesia memiliki kreativitas yang unik yang dapat diekspresikan melalui film. Selain itu, festival juga, dinilai positif sebagai sarana bertukar ide/gagasan, melakukan kerjasama antar individu atau komunitas dalam menciptakan karya baru.



Gambar 3. Poster Festival Film Indonesia (FFI) Festival Film Solo (FFS)
Sumber : Google.com

Terbatasnya Bioskop sebagai Media Apresiasi Film

Kesadaran tentang pentingnya ruang apresiasi menjadi tajam ketika dibatasi gerakannya. Realitasnya adalah peningkatan jumlah film tidak sebanding dengan ruang apresiasi yang tersedia, walaupun jumlah penonton bioskop mengalami peningkatan. Hal itu dikarenakan oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor distribusi, pemasaran, dan SDM. Ruang apresiasi yang mencakup distribusi dan pemasaran film menjadi bagian yang saling terkait dalam menyeimbangkan antara peningkatan jumlah film dengan jumlah penonton film.

Peningkatan jumlah dan kualitas film yang signifikan serta didukung oleh inovasi dalam teknologi bioskop 21 sebagai ruang apresiasi, mampu memberikan kenyamanan bagi penonton. Film semakin meneguhkan diri menjadi produk budaya kapitalisme, yang tampak dari semakin kuatnya kendali kekuatan modal dalam menyebarkan pengaruh untuk meraup keuntungan yang besar. Peningkatan jumlah film kini terbentur sedikitnya ruang apresiasi. Hanya film yang memenuhi kriteria 21 yang dapat masuk ke gedung Bioskop 21. Bioskop lokal lambat laun gulung tikar dengan adanya bioskop berjaringan tersebut, sehingga film tidak dapat tersebar ke daerah karena terpusat di kota besar saja.

Menurut Mudji Sutrisno ketika orang sudah menguasai alam dan mau menaut-nautkan dalam hubungan

fungsional, dalam hubungan untung dan rugi, maka dimensi kualitas atau dimensi lain akan masuk kesitu. Saat ini pemilik bioskop hanya mementingkan fungsional secara ekonomi tanpa melihat adanya kebutuhan lain dari penikmat film. Pada dekade 1970-an investasi pada bioskop lokal sangat diminati orang namun biaya produksi atau *copyfilm* yang sangat mahal dan kadang terbatas hanya dapat dilakukan di studio luar negeri. Keadaan itu membuat film tersebut menjadi semi eksklusif karena sedikitnya *copy film* sehingga harus bergilir dalam menayangkannya, sehingga entah sampai kapan film bagus akan beredar di bioskop lokal karena keuntungan yang diperoleh tidak sebanding dengan pengeluaran para produsen film.

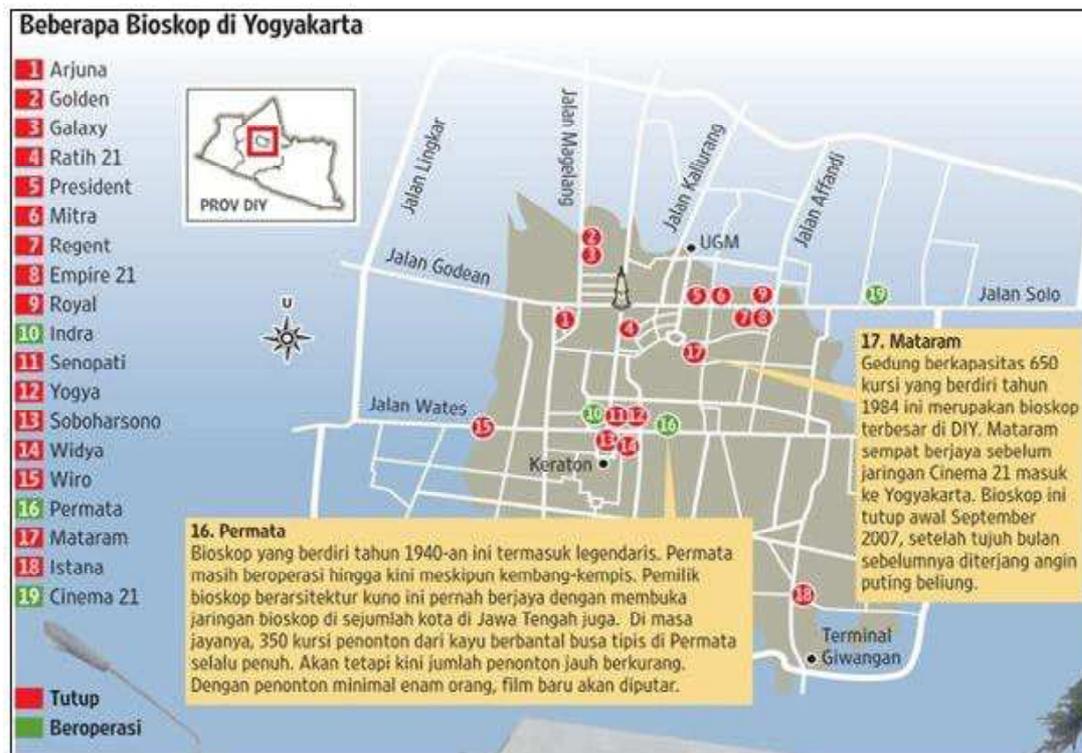
Sebenarnya fungsi perusahaan distribusi adalah memperbanyak film dan melakukan *advertising* dan *public relation* kepada *exhibitor*. *Distributor* yang seharusnya mengedarkan film ke berbagai jaringan bioskop nasional. Namun pada kenyataannya, banyak kesulitan yang dihadapi oleh para *distributor*. Regulasi pemerintah diperlukan untuk membantunya tetap eksis dan bekerja dengan atmosfer perfilman yang kondusif.

Realitas lain adalah naik turunnya kuantitas film Indonesia itu sendiri. Selain itu juga jaringan bioskop di Indonesia dipegang kuat oleh hegemoni kelompok yang memiliki jaringan bioskop. Persebaran distribusi dan pemasaran film tidak merata ke seluruh segmen. Awalnya

bioskop di daerah pun maju dan berkembang namun kini bangkrut satu persatu karena investor mulai kewalahan dengan inovasi dan politik-ekonomi yang dilakukan oleh Bioskop Jaringan 21.

SIMPULAN

Peningkatan produktivitas film Indonesia membutuhkan dukungan sarana dan prasarana dalam bentuk ruang apresiasi. Kebutuhan ruang apresiasi



Gambar 4. Bioskop di Yogyakarta

Sumber: Google.com

Tampak dalam gambar di atas, sebenarnya bioskop di daerah sangat banyak dan dapat memfasilitasi sineas dan penonton dalam mengapresiasi film. Dominasi Jaringan 21 dan bertambahnya XXI serta sistem distribusi film telah menjadikan bioskop daerah runtuh. Sembilan belas (19) bioskop yang berdiri di Yogyakarta hanya 3 bioskop yang masih aktif, bahkan saat ini hanya 2 bioskop yang aktif.

seperti bioskop dinilai sangat penting sebagai bagian dari sistem distribusi dan pemasaran film Indonesia. Paradigma masyarakat dalam memilih ruang apresiasi film menjadi suatu produk budaya kota yang memiliki *style* dan 'kelas' tersendiri, terutama menonton film di Bioskop 21. Sementara itu, di daerah justru ruang apresiasi (bioskop lokal) gulung tikar karena tidak memberikan nilai ekonomis. Masalah utama bioskop di Indonesia

adalah distribusi dan persebaran film yang kurang merata, karena hanya terakomodasi oleh bioskop berjaringan saja. Hal itu berimbas pada penurunan jumlah penonton film.

Dalam upaya menumbuhkan minat masyarakat terhadap film telah mulai digalakkan berbagai festival film dan penyelenggaraan bioskop sederhana sebagai sarana hiburan dan edukasi masyarakat. Ruang baik mainstream maupun alternatif menjadi sangat penting bagi terapresiasinya film hasil karya sineas Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Andra Purnawan. 2009. *Opera Jawa Karya Garin Nugroho : "Sebuah Tawaran Alternatif Logika Pembangunan Budaya*.

Melalui Film" Dalam Jurnal Seni & Budaya Panggung Vol.19, no 3, Juli - September 2009: 296-313.

Muelder, Eaton Marcia. 2010. *Persoalan-Persoalan Dasar Estetika*. Jakarta: Salemba Humanika.

Ibrahim Idi Subandy, 1997. *Lifestyle Ecstasy* Pustaka Nasional, Katalog Dalam Terbitan (KDT), Jlasutra : Bandung.

Kuntowijoyo. 1999. *Budaya & Masyarakat*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogja.

Pratista Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.

Mudji Sutrisno. 1999. *Kisi-Kisi Estetika*. Yogyakarta: Kanisius.

Peurseun, Van. 1976. *Strategi Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.