

Memahami Kepenontonan Film Indonesia

Budi Wibawa, Mohamad Ariansah, Bawuk Respati

Program Studi Film dan Televisi, Fakultas Film dan Televisi
Institut Kesenian Jakarta

aku.budi.wibawa@gmail.com, ale_ansyah@yahoo.com, beatricekarloff@gmail.com

Abstrak

Penelitian perihal kepenontonan (*spectatorship*) merupakan salah satu faktor penting dalam kajian sinema. Makna penelitian kepenontonan film di Indonesia selama ini cenderung mengalami peyorasi. Umumnya, penelitian kepenontonan di Indonesia diarahkan untuk mengukur kuantitas penonton film dalam konteks kepentingan bisnis film, sehingga seringkali terjebak hanya kepada persoalan-persoalan bagaimana memperebutkan pangsa penonton. Sebagai suatu tujuan pragmatis dari sebuah penelitian hal tersebut tentu sah-sah saja. Namun, aspek-aspek lain seperti: psikologi kepenontonan dan kemampuan bentuk dan gaya sinematik tertentu dalam mempengaruhi penonton secara ideologis misalnya, tentu menjadi topik yang tak kalah penting untuk dipahami. Penelitian ini adalah sebuah usaha awal dalam membaca dan memahami kepenontonan film Indonesia.

Abstract

Research concerning spectatorship is one important factor in the cinema studies. Film's spectatorship research in Indonesia has been a pejorative tendencies. In general, spectatorship research in Indonesia are directed to measure the quantity of film audiences in the context of the business interests of the film, so often stuck only to the problems of how to compete for market share, which as a pragmatic goal of a study it is certainly legitimate. However, other aspects such as: psychology of spectators and the ability of cinematic language (form and style) in influencing the audience ideologically for example, would be a topic that is equally important to understand. This study is an initial effort in reading and understanding the film's spectatorship in Indonesia.

Kata Kunci

Gender, Genre, Kepenontonan, Psikoanalisa, Semiologi

Keyword

Gender, Genre, Spectatorship, Psychoanalysis, Semiotics

PENDAHULUAN

Pada bulan September—Oktober 2015, LP3M FFTV-IKJ telah melakukan survei mengenai penonton film Indonesia. Survei disebar ke sejumlah kota besar di Indonesia, meliputi; Jakarta (dibagi menjadi tiga wilayah: Barat, Timur, Selatan), Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Malang, Medan, Banjarmasin, Makassar, dan Ambon. Seratus kuesioner dibagikan kepada para responden di setiap titik di sebelas wilayah tersebut, jumlah total responden dalam survei ini adalah 1.100 responden.

Tiga belas pertanyaan diajukan melalui kuesioner dalam survei tersebut, yakni:

1. Kota domisili?
2. Jenis Kelamin?
3. Usia?
4. Pendidikan?
5. Pekerjaan?
6. Pendapatan setiap bulan?
7. Berapa kali menonton film Indonesia di bioskop?
8. Berapa kali menonton film asing di bioskop?
9. Dari mana anda mendapatkan informasi untuk menonton?
10. Alasan utama memilih untuk menonton film Indonesia?
11. Penilaian anda terhadap kualitas gambar dan suara film Indonesia?
12. Kemampuan film Indonesia dalam memberikan imajinasi kepada penonton?
13. Kemampuan film Indonesia dalam memberikan tafsir baru atas kehidupan sehari-hari?

Dari ke-13 pertanyaan tersebut, kami menandai ada empat pertanyaan yang dapat dipakai sebagai data utama, yakni: “pengelompokan usia penonton”; “rasio jenis kelamin”; “pengelompokan pendidikan”; dan “alasan utama dalam memilih menonton film Indonesia”.

Keempat *sampling* pertanyaan tersebut kami pilih sebagai data utama yang dapat diolah untuk membaca kecenderungan kepenontonan (*spectatorship*) film di Indonesia, yang kami harapkan dapat menyibak beberapa persoalan yang dihadapi industri perfilman nasional. Sementara *sampling* pertanyaan-pertanyaan lainnya akan kami jadikan data pendukung untuk memperkuat argumentasi dari temuan-temuan yang dapat kami simpulkan melalui survei penelitian ini.

Mengapa jawaban para responden atas keempat *sampling* pertanyaan di atas menjadi data utama yang penting untuk dipertimbangkan? Pengelompokan usia misalnya, dapat menunjukkan siapa kalangan usia terbesar yang mengonsumsi film Indonesia. Namun di sisi lain, survei terkait pengelompokan usia ini juga dapat menunjukkan potensi-potensi yang belum tereksplorasi dengan baik, seperti ketersediaan film-film yang ditargetkan khusus untuk kalangan usia tertentu, misalnya: anak-anak dan remaja.

Dalam banyak penelitian mengenai hubungan identitas gender dan kepenontonan, seringkali ditemukan bahwa korelasi antara keduanya mampu menentukan gejala-gejala yang terjadi dalam suatu kondisi sosial masyarakat. Pada pergerakan awal dalam rentang sejarah, teori-teori film yang mulai membahas tema kepenontonan (*spectatorship*) banyak dipengaruhi oleh cakupan gagasan-gagasan semiologi/semiotika dan psikoanalisa untuk mengungkap motif-motif ideologis dalam film yang dalam praktiknya justru lebih sering digunakan oleh para teoritis film feminis (teori film feminisme). Itu berarti bahwa data secara faktual maupun aktual mengenai rasio *gender* (jenis kelamin) juga memiliki urgensi yang perlu dipertimbangkan. Dalam suatu produksi film misalnya, perbedaan identitas secara seksual (*gender*) seringkali menghasilkan pilihan-pilihan yang berbeda di dalam menyikapi tema dan jenis-jenis film tertentu. *Genre* melodrama biasanya sengaja didesain untuk penonton perempuan, sementara *genre western* dan *gangster* lebih diperuntukkan untuk laki-laki. Namun, apakah hal tersebut juga berlaku untuk film-film Indonesia?

Pengelompokan pendidikan dapat menjadi data yang membantu kita membaca “kematangan” pemikiran penonton, terutama dalam hal ideologi dan pandangan politik. Selain itu, pengelompokan latar belakang pendidikan juga dapat dijadikan tolok ukur untuk beberapa aspek, misalnya: perbedaan kelas sosial dan ekonomi.

Sedangkan alasan menonton film Indonesia adalah parameter yang paling kongkret untuk melihat kecenderungan mengapa sebuah film dipilih untuk ditonton. Data ini didapat dari jawaban-jawaban spontan para responden dengan metode kuesioner, sehingga data ini sangat mungkin dijadikan sebagai sebuah acuan atas suatu tanggapan reflektif tentang mengapa para responden (penonton film) tergerak untuk menonton film Indonesia. Dari situ, kita dapat mendiskusikan beberapa persoalan, terutama terkait dengan karakter kepenontonan di Indonesia itu sendiri.

Data Nasional

Survei ini kami lakukan dengan cara menyebar kuesioner ke sembilan kota besar yang mencakup wilayah Indonesia bagian Barat, Tengah dan Timur. Pada masing-masing kota di wilayah tersebut telah kami sebar 100 kuesioner. Khusus DKI Jakarta kami sengaja memilih tiga titik, dengan pertimbangan konsentrasi bioskop sebagian besar (sekitar 52%) berada di Jakarta dan sekitarnya.

PEMBAHASAN

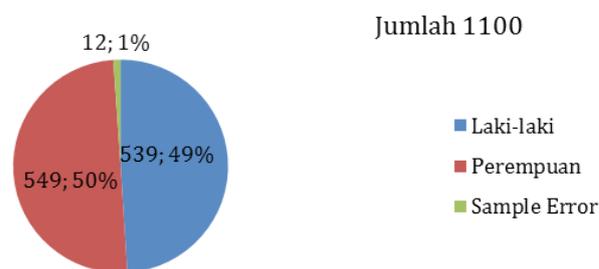
Hasil survei yang telah diolah menjadi data untuk mendukung hal tersebut dapat kami sampaikan sebagai berikut:

Pengelompokan Jenis Kelamin

Susan Hayward menyatakan bahwa teori tentang kepenontonan telah melalui tiga tahapan. Pada tahapan pertama, ulasan-ulasan teori film dari Baudry, Bellour dan Metz di tahun 1970-an, yang membahas sinema sebagai *apparatus* dan petanda imajiner (*imaginary signifier*) untuk menjelaskan apa yang terjadi pada *spectator* saat mereka duduk di ruang teater yang gelap dan terpukau (*gazing*) pada layar. Pada tahap ke dua, pasca-1975 yang mana teori-teori film feminis menawarkan asumsi 'natural' yang tersirat dalam tulisan-tulisan awal mereka, yakni bahwa *spectator* umumnya menggunakan cara pandang maskulin yang selalu berpihak pada posisi ideologis patriarki. Seperti dinyatakan oleh Laura Mulvey, bahwa penerimaan (*acceptance*) *spectator* ketika mereka 'melihat', secara 'natural' adalah suatu peragaan dari suatu lintasan oedipal (*Oedipal trajectory*) yang—seolah—sudah tak lagi dipersoalkan.¹ Tetapi justru hal itu lah yang ingin ditentang oleh Mulvey. Tahap ketiga dari teori kepenontonan film mengambil rentang waktu 1980-an, di mana gagasan Mulvey pada akhirnya mempengaruhi dan menggerakkan para teoritis film feminis untuk memeriksa kembali konsep-konsep kepenontonan dalam film, khususnya

dalam konteks ideologis.²

Dalam survei yang kami lakukan, kami menemukan bahwa rasio antara penonton berjenis kelamin perempuan tidak berbeda jauh jumlahnya dengan penonton laki-laki. Secara nasional jumlah responden perempuan hanya sedikit lebih besar 549 orang (50%) dibanding penonton laki-laki yang berjumlah 539 orang (49%), perbedaannya hanya terpaut satu persen saja. Sementara sisanya sebanyak 12 (1%) adalah *sampling error* (lihat Gambar 1.).



Gambar 1. Perbandingan jumlah penonton film di Indonesia berdasarkan jenis kelamin.

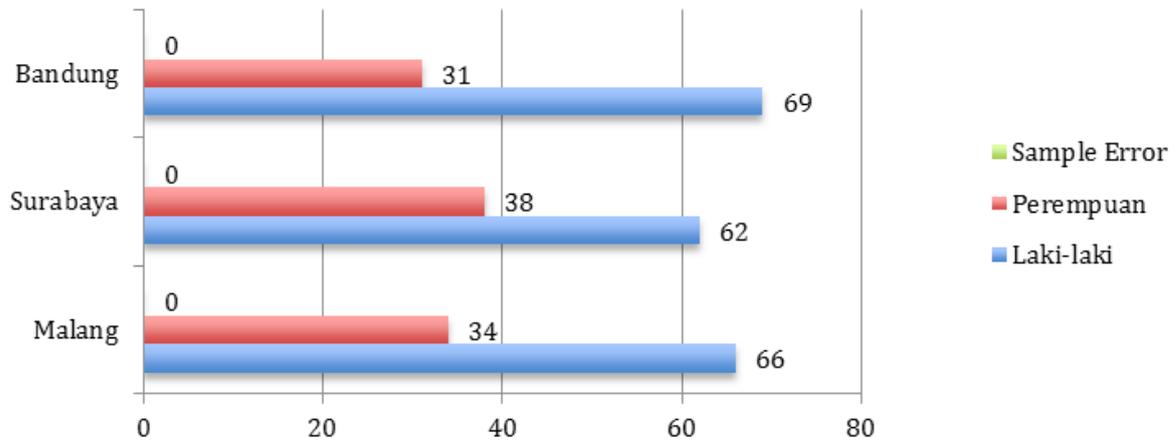
Meski demikian, terdapat beberapa perbedaan di tiga kota, yaitu Malang, Surabaya dan Bandung. Di mana penonton laki-laki justru merupakan penonton terbanyak dengan selisih yang cukup signifikan (lihat Gambar 1.1.).

Kelompok Usia Penonton Film Indonesia

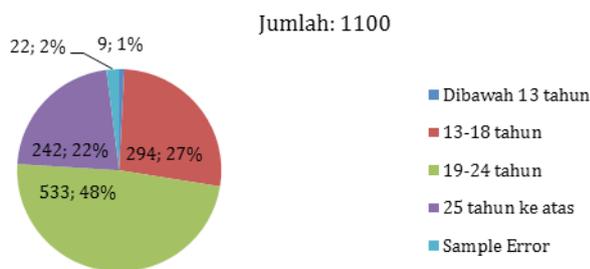
Hasil survei menunjukkan data bahwa, secara nasional, penonton film Indonesia didominasi oleh kelompok usia 19-24 tahun, yaitu berjumlah 533 responden (48%). Kelompok usia 13-18 tahun dan kelompok usia di atas 25 tahun masing-masing berjumlah 294 responden (27%) dan 242 responden (22%). Tercatat hanya 9 responden (1%) berasal dari kelompok usia di bawah 13 tahun, dengan *sampling error* berjumlah 22 (2%) responden.

1 Laura Mulvey, *Visual and Other Pleasures* (London, 1989).

2 Susan Hayward, *Cinema Studies: The Key Concepts 2nd edition* (London, 2000), hal. 343-344



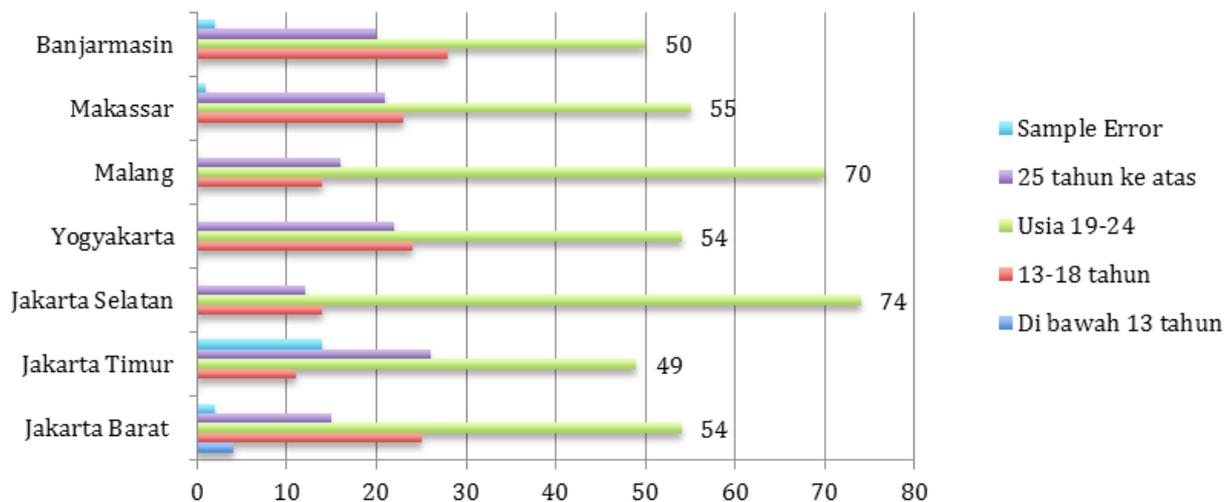
Gambar 1.1. Perbandingan jumlah penonton film tiga kota berdasarkan jenis kelamin.



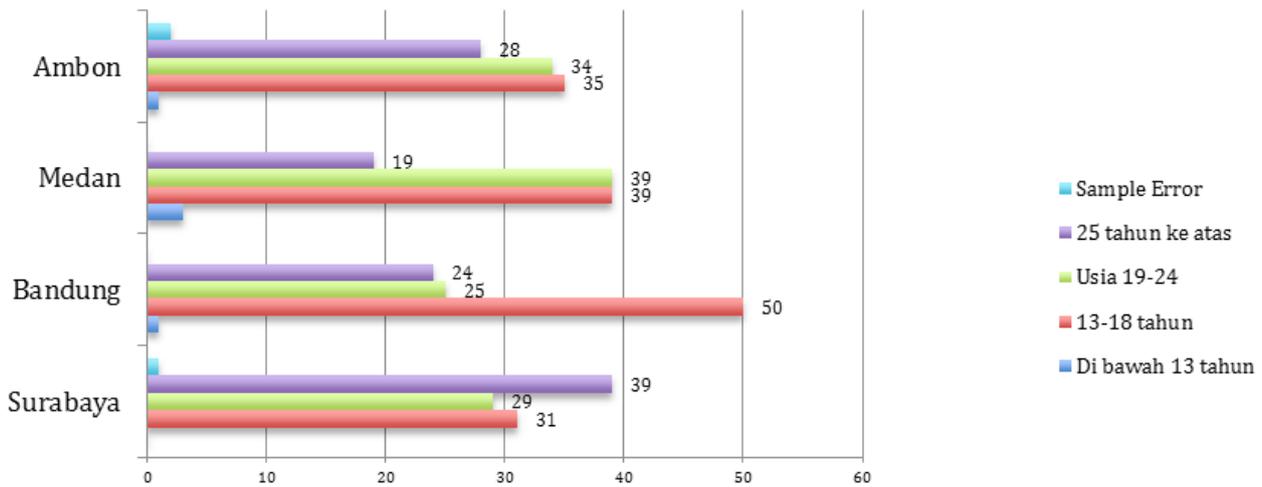
Gambar 2. Perbandingan jumlah penonton film di Indonesia berdasarkan usia.

Jika dilihat persebaran responden dari 11 daerah tersurvei, maka 7 daerah (tiga wilayah Jakarta, Yogyakarta, Malang, Makassar, dan Banjarmasin) tercatat didominasi oleh penonton film dari kelompok usia 19-24 tahun—dengan jumlah responden rata-rata melebihi 50 orang di setiap kota (lihat Gambar 2.1).

Tetapi, hal yang berbeda terjadi di Surabaya, Bandung, Medan, dan Ambon. Di Surabaya, kelompok usia dengan jumlah responden tertinggi adalah kelompok usia di atas 25 tahun, yaitu dengan 39 responden (lihat Gambar 2.2). Namun, jumlah itu berbeda tipis dengan



Gambar 2.1. Perbandingan usia penonton film di Indonesia berdasarkan kota.



Gambar 2.2. Perbandingan usia penonton film di 4 kota di Indonesia (Ambon, Medan, Bandung, Surabaya).

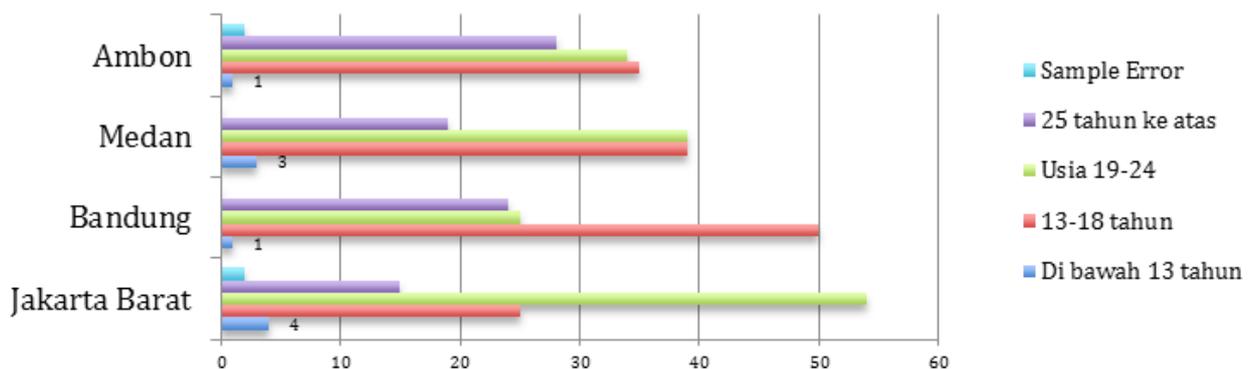
kelompok usia 13-18 tahun (sebanyak 31 responden) dan kelompok usia 19-24 tahun (sebanyak 29 responden).

Sementara itu, di Bandung, 50 responden berasal dari kelompok umur 13-18 tahun, sementara sisanya hampir terbagi rata dalam kelompok usia 19-24 tahun (25 responden) dan kelompok usia di atas 25 tahun (24 responden). Selanjutnya di Medan, kelompok usia 13-18 tahun dan 19-24 tahun memiliki jumlah responden yang sama, yakni 39 responden. Sedangkan, di Ambon, 35 orang tercatat berasal dari kelompok usia 13-18 tahun, namun disusul oleh kelompok 19-24 tahun yang berjumlah 34 orang.

Kelompok usia di bawah 13 tahun secara merata adalah kelompok usia dengan jumlah responden paling sedikit di setiap kotanya. Bahkan, hanya Jakarta Barat (4 orang), Bandung (1 orang), Medan (3 orang), dan Ambon (1 orang) yang memiliki responden dari kelompok usia tersebut (lihat Gambar 2.3).

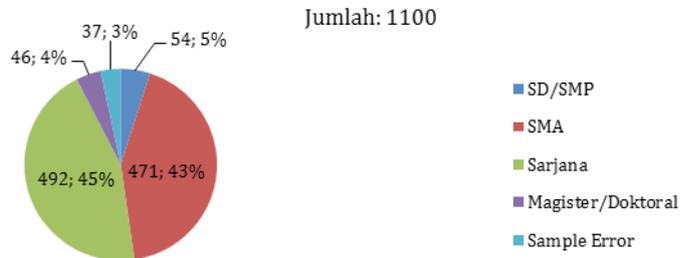
Kelompok Latar Belakang Pendidikan

Terkait latar belakang pendidikan, dalam survei yang dilakukan oleh LP3M FFTV IKJ pada bulan September – Oktober 2015 ditemukan beberapa hal menarik sebagai berikut:



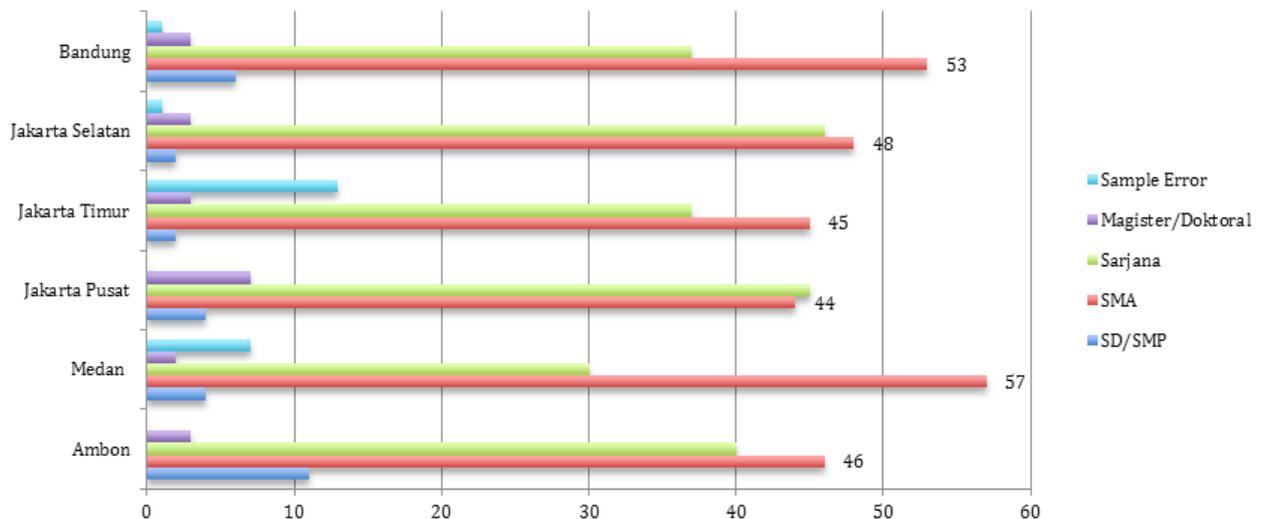
Gambar 2.3. Perbandingan usia penonton film di 4 kota di Indonesia (Ambon, Medan, Bandung, Jakarta Barat).

- Dalam konteks nasional (1.100 responden) penonton film didominasi oleh penonton dengan tingkat pendidikan Strata Satu/Diploma Empat berjumlah 492 orang (45%), SMA berjumlah 471 orang (43%), SD/SMP berjumlah 54 orang (5%), Magister/Doktoral berjumlah 46 orang (4%) dan sisanya adalah *sampling error* berjumlah 37 orang (3%) .



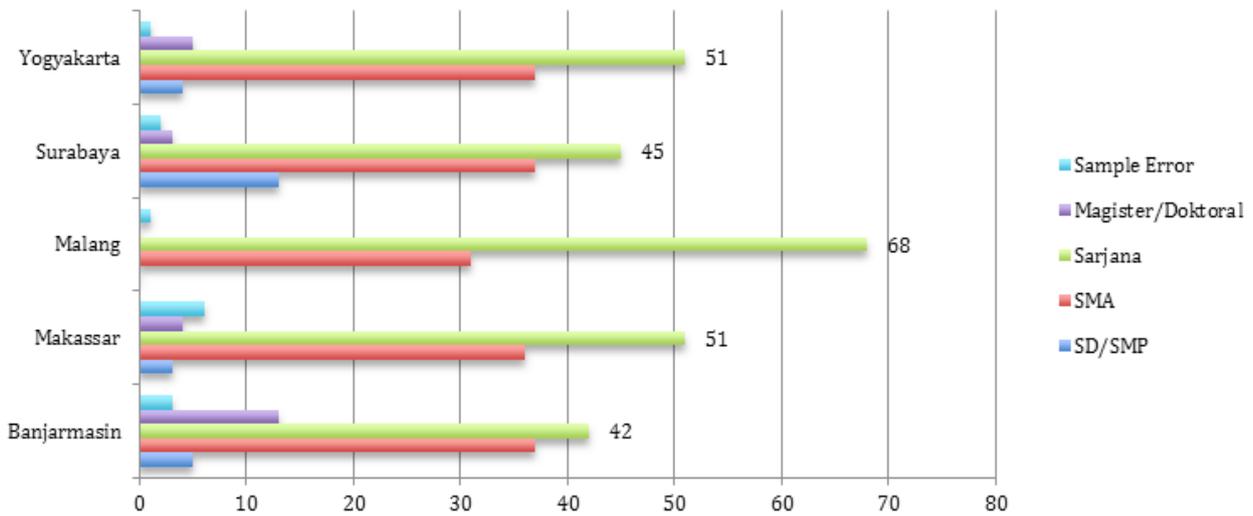
Gambar 3. Perbandingan jumlah penonton film di Indonesia berdasarkan tingkat pendidikan.

- Beberapa kota di Indonesia didominasi oleh penonton dengan latar belakang pendidikan SMA seperti di Ambon berjumlah 46 orang, Bandung berjumlah 53 orang, Jakarta (total tiga wilayah) berjumlah 137 orang, dan Medan berjumlah 57 orang (lihat Gambar 3.1).



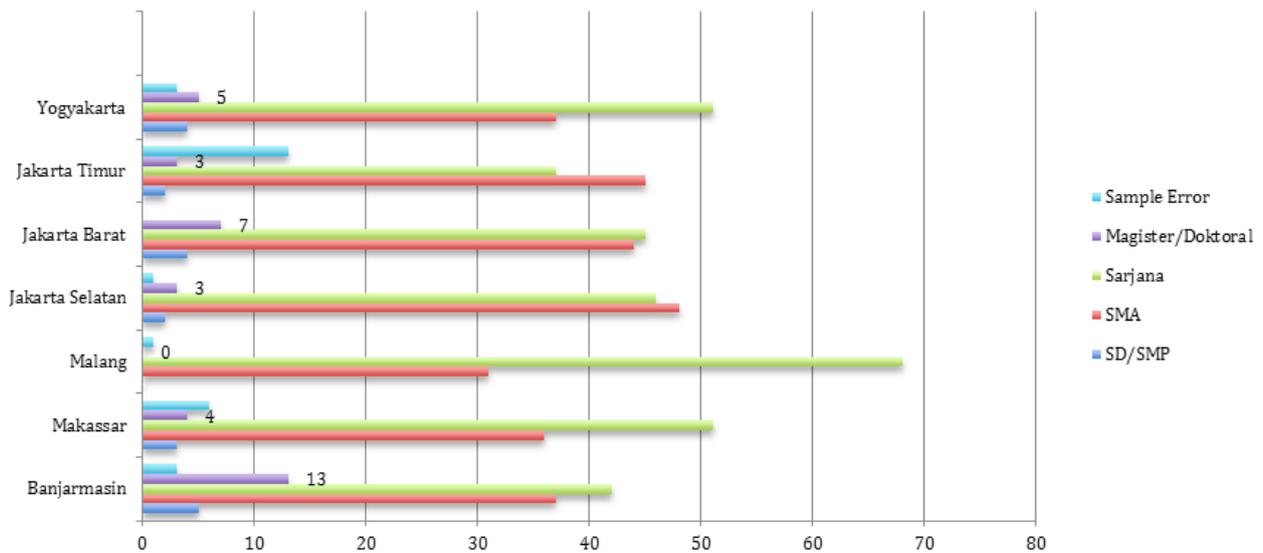
Gambar 3.1. Perbandingan tingkat pendidikan penonton film di Indonesia berdasarkan kota.

- Sementara beberapa kota lainnya didominasi oleh penonton dengan latar belakang pendidikan Strata Satu/Diploma Empat seperti di Banjarmasin berjumlah 42 orang, Makassar berjumlah 51 orang, Malang berjumlah 68 orang, Surabaya berjumlah 45 orang, dan Yogyakarta berjumlah 51 orang (lihat *Gambar 3.2*).



Gambar 3.2. Perbandingan tingkat pendidikan penonton film di 5 kota di Indonesia (Yogyakarta, Surabaya, Malang, Makasar dan Banjarmasin).

- Penonton dengan tingkat pendidikan Magister/Doktoral merupakan penonton yang paling jarang menonton film Indonesia. Dari 1.100 responden/penonton yang memiliki pendidikan Magister/Doktoral untuk konteks nasional hanya berjumlah 46 orang (4%) (lihat *Gambar 3.2*).



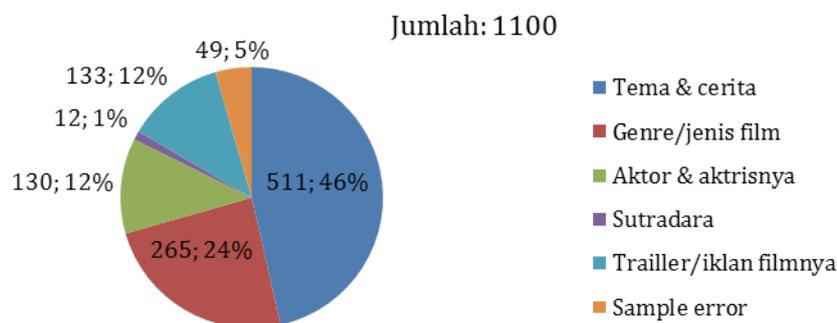
Gambar 3.3. Perbandingan tingkat pendidikan Magister/Doktoral penonton film di Indonesia berdasarkan kota.

- Meskipun di Banjarmasin penonton dengan tingkat pendidikan Magister/Doktoral berjumlah 13 orang, dan lebih banyak dari penonton dengan tingkat pendidikan SD/SMP yang berjumlah 5 orang. Sementara di Jakarta penonton dengan tingkat pendidikan Magister/Doktoral berjumlah 13 orang, dan lebih banyak dari penonton dengan tingkat pendidikan SD/SMP yang berjumlah 8 orang. Sedangkan di Makassar penonton dengan tingkat pendidikan Magister/Doktoral berjumlah 4 orang, dan lebih banyak dari penonton dengan tingkat pendidikan SD/SMP yang berjumlah 3 orang. Begitu pula di Yogyakarta, penonton dengan tingkat pendidikan Magister/Doktoral berjumlah 5 orang dan lebih banyak dari penonton dengan tingkat pendidikan SD/SMP yang berjumlah 4 orang.
- Untuk kota Malang, penonton dengan pendidikan Magister/Doktoral dan SD/SMP sama sekali tidak ada.

Alasan Utama Menonton Film Indonesia

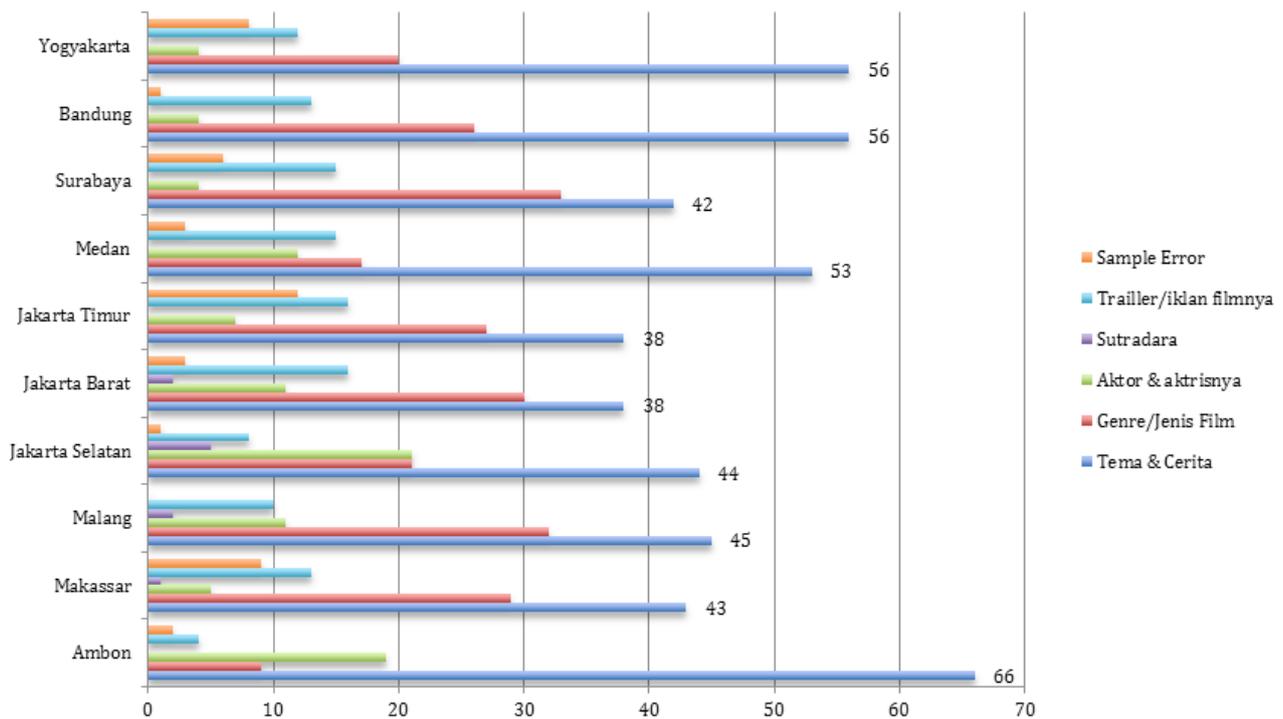
Berhubungan dengan hal ini survei yang dilakukan oleh LP3M FFTV IKJ pada bulan September – Oktober 2015 menemukan beberapa hal menarik sebagai berikut:

- Dalam konteks nasional (1.100 responden) yang menjadi alasan utama penonton memilih menonton film Indonesia adalah tema dan cerita berjumlah 511 orang, *genre*/jenis film berjumlah 265 orang, *trailer*/iklan film berjumlah 133 orang, aktor dan aktrisnya berjumlah 130 orang, sutradara filmnya berjumlah 12 orang dan sisanya adalah *sampling error* berjumlah 49 orang (lihat *Gambar 4.*).



Gambar 4. Alasan menonton film Indonesia.

- Di beberapa kota di Indonesia, tema dan cerita adalah alasan utama penonton memilih menonton film Indonesia seperti di Ambon berjumlah 66 orang, Bandung berjumlah 56 orang, Jakarta berjumlah 120 orang, Makassar berjumlah 43 orang, Malang berjumlah 45 orang, Medan berjumlah 53 orang, Surabaya berjumlah 42 orang dan Yogyakarta berjumlah 56 orang (lihat *Gambar 4.1.*).



Gambar 4.1. Alasan menonton film Indonesia berdasarkan kota.

- Sementara aktor dan aktris menjadi alasan utama penonton memilih menonton film Indonesia seperti di Banjarmasin berjumlah 32 orang.
- Secara nasional, penonton film Indonesia paling jarang memilih sutradara film sebagai alasan utama menonton film Indonesia. Dari 1.100 responden/penonton hanya 12 orang yang memilih sutradara film sebagai alasan utama menonton film Indonesia.
- Sementara di Ambon, Bandung, Medan, Surabaya dan Yogyakarta tidak ada penonton yang menjadikan sutradara film sebagai alasan utama penonton memilih menonton film.

Dari survei yang dilakukan, kami melihat bahwa penonton film Indonesia masih menganggap film sebagai bentuk hiburan yang dapat membawa kita memasuki dunia dan kisah lain sebagai pelepasan dari kehidupan sehari-hari. Artinya cerita dan jenis-jenis film merupakan pertimbangan utama memilih film untuk dilihat di bioskop. Sedangkan ide-ide film sebagai ekspresi artistik

dari sutradara tidak menjadi pertimbangan yang terlalu menentukan. Bahkan berdasarkan survei, konsep *star system* yang menjadikan aktor-aktris tertentu menjadi alasan sebuah film dibuat tidak menjadi alasan utama penonton memilih menonton di bioskop.

Kelompok Latar Belakang Pekerjaan, Penghasilan dan Frekuensi Menonton Film

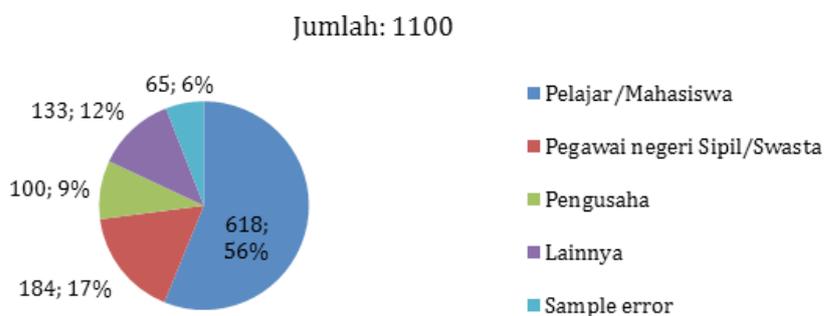
Menurut Judith Mayne, “Menonton bukanlah sekedar kegiatan melihat film, tetapi juga cara untuk mendapatkan kesenangan (*pleasure*) melalui suatu pengalaman, atau malah sebaliknya; artinya aktivitas menonton film menjadi suatu kesenangan, atau waktu luang seperti dalam hal—kegiatan—lainnya. Kepenontonan mengacu kepada bagaimana para penikmat film dan konsumsi atas film serta mitos-mitosnya adalah aktivitas simbolik, peristiwa-peristiwa kultural yang signifikan”.¹

1 Judith Mayne, *Cinema and Spectatorship* (London, 1993), hal. 1.

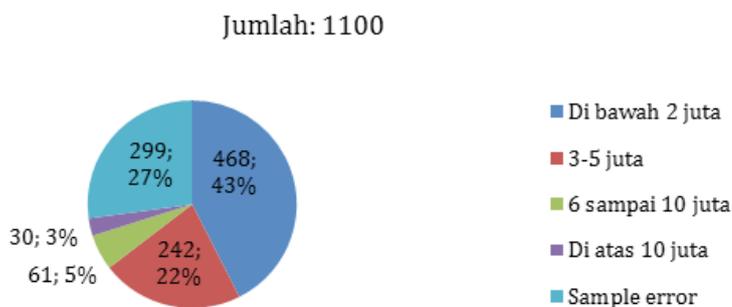
Kutipan dari Judith Mayne di atas mengingatkan kita bahwa aktivitas menonton film bukanlah sekedar kegiatan tanpa makna. Sebaliknya, justru dapat pula dibaca sebagai penanda-penanda kultural yang signifikan. Dengan mengamati kebiasaan (*habitus*) para penonton film, kita bukan saja dapat menentukan soal selera penonton film Indonesia, juga bagaimana mereka menempatkan kegiatan menonton film tersebut sebagai bagian dari kehidupan mereka.

Survei penonton film Indonesia yang telah dilakukan LP3M FFTV-IKJ berhasil mengumpulkan data mengenai latar belakang pekerjaan, pendapatan per bulan dan frekuensi menonton para penonton film Indonesia di sembilan kota besar yang diputar antara bulan September-Oktober 2015. Secara general, data tersebut adalah sebagai berikut:

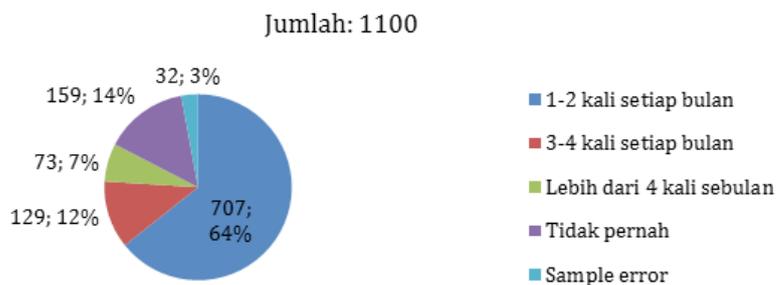
Latar Belakang Pekerjaan:



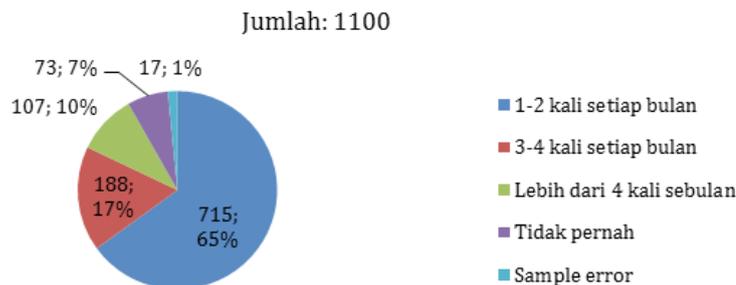
Pendapatan per Bulan:



Frekuensi Menonton Film Indonesia:



Frekuensi Menonton Film Asing:



Jika data di atas dikomparasi, dapat kita perhatikan bahwa latar belakang pekerjaan penonton film Indonesia kelompok yang terbesar adalah Pelajar dan Mahasiswa, yakni 618 responden (56%). Data ini berbanding seajar dengan jawaban terbesar dari kelompok penghasilan per bulan responden, yakni kelompok berpenghasilan di bawah dua juta per bulan, berjumlah 468 orang (43%).

Peringkat kedua ditempati oleh golongan berlatar pekerjaan Pegawai Negeri Sipil dan Pegawai Swasta, 184 orang (17%), yang juga cukup berbanding seajar dengan kelompok berpendapatan per bulan yang menempati peringkat kedua terbesar, yakni penghasilan 3-4 juta per bulan sebanyak 242 orang (22%).

Kelompok responden berlatar belakang pekerjaan Pelajar dan Mahasiswa yang menempati peringkat data teratas dan sebanding dengan data dari kelompok responden penghasilan per bulan di bawah Rp. 2 juta yang juga menempati peringkat teratas, telah menunjukkan bahwa kelompok terbesar penonton film Indonesia sebenarnya didominasi kelompok yang berpenghasilan tidak tetap atau bahkan “rendah.” Kelompok responden Pelajar dan Mahasiswa misalnya, meskipun mereka umumnya mendapatkan uang saku dari orang tua mereka, namun sebagian besar belum memiliki pekerjaan dan penghasilan tetap. Kelompok berlatar belakang pekerjaan yang berbanding seajar dengan kelompok berpenghasilan terkecil ini juga didukung dengan data *sampling error*, pada pertanyaan mengenai penghasilan per bulan yang mencapai 229 (27%). *Sampling error* pada pertanyaan mengenai pendapatan per bulan ini adalah yang terbesar

dibandingkan pertanyaan-pertanyaan lain dan disebabkan terutama karena responden memilih untuk tidak menjawab pertanyaan. Hal ini dapat dipahami sebab responden yang menempati urutan teratas adalah kelompok responden yang tidak atau belum memiliki pendapatan tetap (Pelajar dan Mahasiswa).

Data mengenai kelompok yang mendominasi penonton film Indonesia ini dapat juga kita elaborasi lebih jauh, dengan membacanya sebagai: bahwa kelompok terbesar penonton film Indonesia sesungguhnya bukanlah kelompok yang memang mengalokasikan dana dan waktu mereka secara khusus untuk mengonsumsi film Indonesia. Hal tersebut terutama disebabkan oleh ketidakmampuan—atau kebelum-mampuan—mereka dalam memperoleh penghasilan yang memadai. Dengan kata lain, kebanyakan penonton film Indonesia sebenarnya bukan dengan sengaja menjadikan kegiatan menonton film sebagai kegiatan khusus untuk mengisi waktu senggang mereka. Kebutuhan menonton pada level ini biasanya hanya dipicu oleh motif eskapisme, yakni mencari hiburan untuk melepaskan diri dari kebosanan keseharian tanpa dengan sengaja memilih hiburan apa yang mereka inginkan.

Analisa di atas diperkuat dengan data berikutnya, yaitu pertanyaan mengenai frekuensi menonton film Indonesia dan film asing. Jika dibandingkan maka antara frekuensi menonton film Indonesia dan frekuensi menonton film lain (asing) di bioskop, hanya terpaat sedikit. Frekuensi menonton film Indonesia 1-2 kali dalam sebulan menempati peringkat teratas, sebesar 707 orang (64%), atau hanya satu persen lebih rendah dari

frekuensi menonton film asing yang 717 orang (65%). Namun jika kita amati lebih jauh, jawaban “tidak pernah” dalam pertanyaan “frekuensi menonton film Indonesia” yaitu 159 orang (14%) terpaut cukup signifikan dengan jawaban “tidak pernah” pada pertanyaan frekwensi menonton film asing; 73 orang (7%). Kecenderungan ini dapat berarti bahwa responden memang tidak dengan sengaja memilih film Indonesia sebagai tontonan untuk mengisi waktu senggangnya, melainkan memilih apa tontonan film yang sekiranya dapat “memuaskan” kebutuhan hiburan mereka. Pilihan ini dapat dipahami karena penonton dengan budget “terbatas” biasanya menginginkan “kepuasan” yang sesuai dengan anggaran yang harus mereka keluarkan. Apalagi karena sebagian besar mereka datang dari kelompok berpenghasilan tak tetap atau “rendah” yang memang tak memiliki alokasi khusus untuk menonton film sebagai hiburan. Singkatnya, penonton film di Indonesia nampaknya belum dapat dikatakan memiliki budaya menonton (*movie-going*).

Namun, argumentasi di atas tentu saja tidak bermaksud melihat kepenontonan (khususnya di Indonesia) sebagai suatu konsep monolitik. Etnisitas, Kelas dan geografi urban juga bisa dijadikan sebagai argumen tandingan yang dapat menentukan bahwa konsep kepenontonan bukanlah suatu konsep yang monolitik. Penelitian

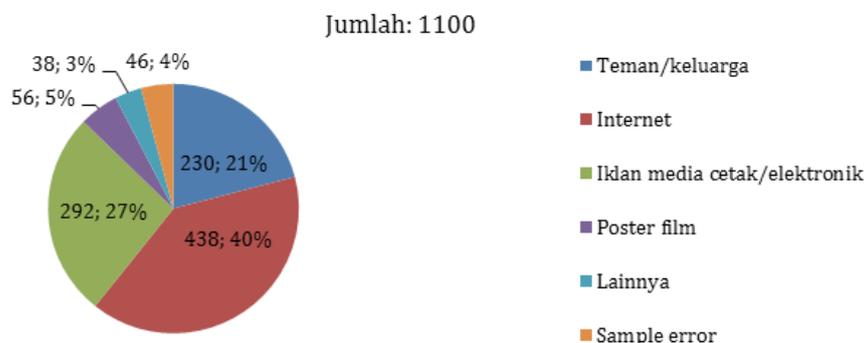
yang lebih jauh juga perlu dilakukan dengan berfokus pada atribut-atribut sosial yang lebih khas dari penonton.

Akses Informasi

Akses informasi saat ini menjadi elemen utama khususnya dalam “menyiasati” kehidupan. Kalangan yang memiliki akses informasi yang lebih baik, biasanya juga akan mencapai kehidupan yang lebih baik pula, karena mereka dapat mengantisipasi lebih awal. Pemahaman ini dianggap sudah berlaku universal, tak terkecuali dalam hal mendapatkan informasi mengenai tontonan yang ingin dikonsumsi. Demi menguji premis ini, maka kami juga mengajukan sebuah pertanyaan yang berkaitan dengan hal ini, yakni pertanyaan “Dari mana anda mendapatkan informasi untuk menonton?” yang kami sertakan dalam kuesioner yang disebar ke wilayah-wilayah survei.

Seperti yang telah diperkirakan sebelumnya, jawaban terbesar yang terdata adalah: jawaban “internet” menempati urutan teratas, yaitu 438 responden (40%) diikuti oleh jawaban “iklan media cetak/elektronik” sebesar 292 responden (27%). Yang cukup menarik sebenarnya adalah jawaban “Dari Teman/Keluarga,” yang menempati urutan ke tiga, yakni sebesar 230 responden (21%).

Informasi tentang Tontonan:



Jawaban teratas pertama dan ke dua, agaknya merupakan kecenderungan yang wajar, sebab media informasi melalui internet dan iklan media cetak/elektronik merupakan dua sarana informasi yang mendominasi era teknologi informasi dewasa ini. Namun jawaban “teman dan keluarga” yang juga memiliki angka cukup signifikan yakni 230 responden (21%), nampaknya menunjukkan bahwa penonton Indonesia memiliki ciri khas yang belum bisa lepas dari budaya kekerabatan yang kental. Ini berarti, elemen-elemen seperti latar belakang pekerjaan, penghasilan dan cara mereka mendapatkan informasi adalah juga merupakan sebuah horizon yang mampu menentukan cara mereka meresepsi dan mempersepsi film.

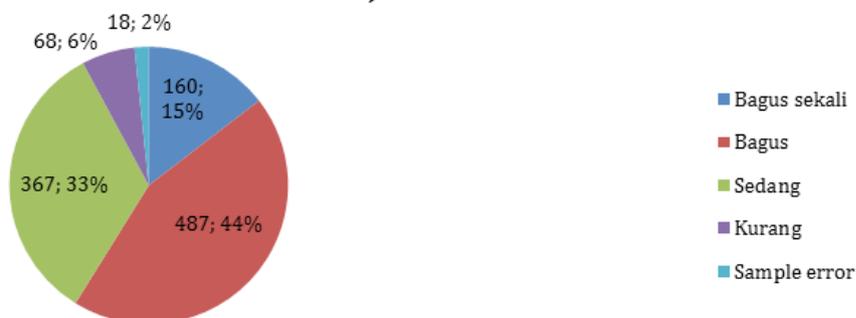
Kualitas Film Indonesia di Mata Kepenontonan Indonesia

Untuk menguji beberapa argumentasi di atas, terutama mengenai karakter kepenontonan film di Indonesia yang nampaknya belum terbentuk sebagai budaya kepenontonan itu, kami menganalisa data dari tiga pertanyaan terakhir yang khusus didesain untuk mengetahui penilaian penonton terhadap kualitas film (nasional) Indonesia yang mereka konsumsi secara general.

Penilaian para responden mengenai kualitas film Indonesia secara general jawaban tertinggi adalah “Bagus”, sebesar 487 responden (44%), diikuti “Sedang” sebesar 367 responden (33%) diperingkat ke dua dan “Bagus Sekali” diperingkat ketiga, sebesar 160 responden (15%). Secara umum, data ini menunjukkan bahwa apresiasi para penonton atas film Indonesia sebenarnya cukup baik.

Penilaian Penonton atas Kualitas Film Indonesia:

Jumlah: 1100



Namun, tingkat apresiasi yang baik ini mungkin tidak didukung oleh satu lingkungan eko-sistem yang memadai. Maksudnya, antusiasme para penonton film Indonesia tersebut masih belum ditambah oleh suatu sistem yang membutuhkan seperangkat elemen pendukung yang menjadi semacam prasyarat. Misalnya seperti infrastruktur industri perfilman nasional yang memadai, kesempatan untuk mengakses informasi yang lebih mudah dan luas dalam memahami film sebagai salah satu pilihan hiburan pengisi waktu luang dan tentu saja “keberuntungan” untuk

mencapai tingkat sosial dan ekonomi yang lebih baik untuk mendapatkan kesempatan tersebut. Kondisi ini yang menghambat terbentuknya budaya kepenontonan (*movie-going culture*) yang cukup matang di Indonesia.

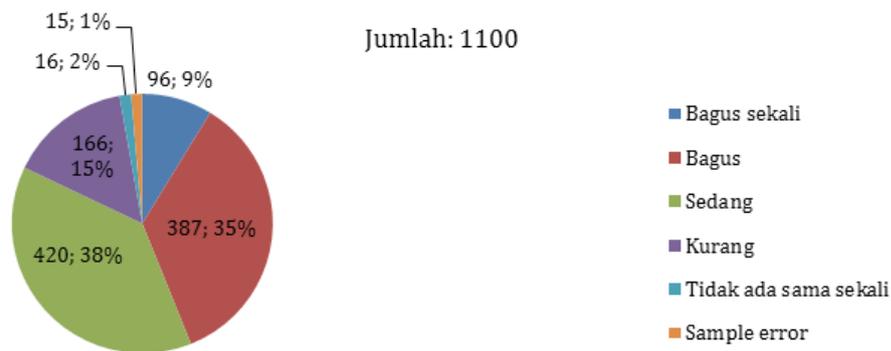
Melanjutkan pertanyaan mengenai kualitas Film Indonesia kami juga menyertakan dua pertanyaan lain, yakni bagaimana penilaian para penonton mengenai “Kemampuan film Indonesia dalam memberikan imajinasi kepada penonton?”. Pertanyaan ini kami sampaikan

dengan pertimbangan yang mengacu kepada pernyataan Judith Mayne dalam menempatkan kegiatan menonton film sebagai suatu kegiatan kultural signifikan; jika film adalah salah satu pilihan yang bukan hanya menjadi aktivitas “melihat” film, melainkan menjadikannya menjadi suatu “upacara” menonton film yang dialami melalui pengalaman khusus, dengan tujuan mendapatkan kesenangan—atau sebaliknya—di saat mengisi waktu senggang, maka film semestinya juga mampu “merangsang” imajinasi penontonnya. Berbeda dengan berita (*news*) misalnya, Film semestinya bukan menawarkan informasi mengenai realitas keseharian yang sudah biasa dialami oleh penonton. Film yang baik justru mampu mengajak imajinasi penonton untuk merefleksikan realitas keseharian yang

mereka hadapi menjadi semacam “kontemplasi”: penggambaran atas realitas itu sendiri ketika “diandaikan” dengan cara-cara yang teknis-kreatif. Untuk itu film yang baik kualitasnya juga ditentukan oleh kemampuannya dalam merangsang imajinasi penonton.

Jawaban tertinggi dari para responden untuk pertanyaan ini agak berbeda (berbanding terbalik) dengan pendapat sebagian besar mereka atas kualitas film Indonesia secara general. Jawaban “Sedang” menempati urutan yang pertama dengan besaran 420 responden (38%), diikuti jawaban “Bagus” sebesar 387 responden (35%) di urutan kedua dan “Kurang” sebesar 166 responden (15%) di urutan ketiga.

Kemampuan Film Indonesia Menghadirkan Imajinasi Kepada Penonton:

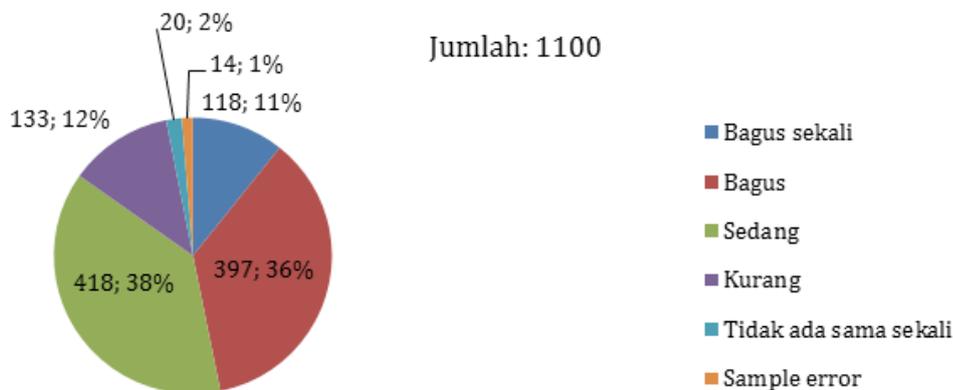


Angka-angka yang berbanding terbalik dengan penilaian rerponden atas kualitas film Indonesia secara general ini menunjukkan bahwa; meskipun mereka sangat ingin mengapresiasi film Indonesia, namun para responden yang sama sebenarnya tidak selalu berpegang pada keyakinan bahwa film yang ingin mereka apresiasi itu mampu menghadirkan imajinasi secara baik untuk mereka.

Pertanyaan terakhir yang ikut disebar melalui kuesioner dalam survei ini masih berkaitan dengan persoalan kualitas film Indonesia; Bagaimana para responden menilai “Film Indonesia dalam memberikan tafsir baru atas kehidupan sehari-hari”. Dari jawaban-jawaban

yang terkumpul, hasilnya lebih kurang senada dengan pertanyaan mengenai kemampuan film Indonesia dalam menghadirkan imajinasi. Urutan pertama ditempati jawaban “Sedang” dengan nilai 418 responden (38%), urutan ke dua ditempati jawaban “Bagus” dengan jumlah responden 397 responden (36%) dan jawaban “Kurang” berada di tempat ke tiga sebesar 133 responden (12 %) responden.

Kemampuan Film Indonesia dalam memberikan Tafsir Baru atas Kehidupan Sehari-hari:



Data yang dihasilkan dari pertanyaan terakhir ini seolah semakin menegaskan kecenderungan yang diungkapkan oleh data dari pertanyaan sebelumnya, yakni bahwa betapapun penonton film Indonesia memiliki antusias untuk mengapresiasi film Indonesia, mereka sekaligus juga memiliki keraguan.

SIMPULAN

Dalam konteks segmentasi cerita/tema serta *genre* dan jenis film, terdapat kemungkinan yang sangat terbuka untuk memberi penawaran-penawaran baru. Karena terdapat fakta bahwa penonton film Indonesia ternyata didominasi oleh kelas terdidik (penonton dengan tingkat pendidikan sarjana merupakan jumlah penonton terbanyak, bahkan meskipun kecil penonton dengan tingkat pendidikan magister/

doktoral tetap menunjukkan potensi untuk dikembangkan). Di samping itu persentase yang tak jauh berbeda antara penonton laki-laki dan perempuan semakin menguatkan pernyataan di atas, karena tidak terdapat kontras yang terlalu jauh antara keduanya.

Dalam konteks usia, film Indonesia sangat didominasi oleh penonton yang sangat haus dengan inspirasi dan pencarian jati diri (di mana usia penonton antara 19-24 tahun merupakan jumlah penonton terbanyak).

Dari data survei tergambar beberapa kota yang memiliki karakteristik berbeda dengan gambaran umum secara nasional. Ini berarti, terbuka peluang untuk melakukan marketing film berdasarkan kota-kota tertentu.



DAFTAR PUSTAKA

- Cook, Pam., dan Mieke Bernink, *The Cinema Book 2nd edition*, London. BFI Publishing, 1999.
- Hayward, Susan., *Cinema Studies: The Key Concepts 2nd edition*, London, Routledge, 2000.
- Mayne, Judith., *Cinema and Spectatorship*, London, Routledge, 1993.
- Mulvey, Laura., *Visual and Other Pleasures*, London, Macmillan, 1989.