

Inovasi Finansial dan Distribusi dalam Era Digital: Mengeksplorasi Model Bisnis Baru untuk Industri Film

Oleh

Ahmad Budi Sulistio Yuwono, SE, MM

Abstract

With the entry of new business models such as crowdfunding in the digital age, the film industry has undergone a major transformation. Independent films can get funding directly from their potential audiences because Hollywood's traditional business model has spread to various countries around the world, and with the advent of new equipment and distribution platforms, film production has become cheaper. Independent filmmakers have the opportunity to interact directly with their audience through crowdfunding, which allows for filmmaking with diverse viewpoints and narratives. However, there are issues such as attracting and retaining the interest of backers as well as the possible risk of return on investment for backers. With data analysis methods and case studies This research investigates the evolution of film business models, the influence of crowdfunding on diversity of content and viewpoints, interactions between filmmakers and audiences, and changes in interactions between filmmakers and audiences.

Keywords : Crowdfunding, Business Model, Film Industry

Abstrak

Dengan masuknya model bisnis baru seperti crowdfunding di era digital, industri film telah mengalami transformasi besar. Film-film independen dapat mendapatkan dana langsung dari penonton potensial mereka karena model bisnis tradisional Hollywood telah menyebar ke berbagai negara di seluruh dunia, dan dengan adanya peralatan dan platform distribusi baru, produksi film menjadi lebih murah. Pembuat film independen memiliki kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan penonton mereka melalui crowdfunding, yang memungkinkan pembuatan film dengan sudut pandang dan narasi yang beragam. Namun, ada masalah seperti menarik dan mempertahankan minat pendukung serta kemungkinan risiko pengembalian investasi bagi pendukung. Dengan metode Analisa data dan studi kasus Penelitian ini menyelidiki evolusi model bisnis film, pengaruh crowdfunding terhadap keberagaman konten dan sudut pandang, interaksi antara pembuat film dan penonton, dan perubahan dalam interaksi antara pembuat film dan penonton.

Kata Kunci : Crowdfunding, Model bisnis, Industri Film

A. Pendahuluan:

Industri film telah berkembang pesat seiring berjalannya waktu, dan model crowdfunding telah memainkan peran penting dalam mengubah lanskap produksi film. Awalnya, industri ini terkonsentrasi di Hollywood, dengan studio-studio besar mengendalikan produksi, distribusi, dan pemasaran film. Namun, seiring berjalannya waktu, industri ini mengalami globalisasi

yang signifikan. Produksi film sekarang tidak hanya ada di Hollywood; sekarang ada di seluruh dunia, termasuk Bollywood di India, Nollywood di Nigeria, dan industri film lainnya.

Perkembangan teknologi digital telah membuat produksi film lebih murah. Cara film dibuat telah diubah oleh kamera digital, perangkat lunak editing, dan efek khusus digital. Selain bioskop, platform distribusi seperti streaming online dan layanan video telah menjadi tempat penting untuk menayangkan film, yang telah mengubah cara penonton menonton film. Pembuat film independen sekarang dapat berinteraksi secara langsung dengan audiens mereka melalui model crowdfunding, yang memungkinkan mereka untuk mendapatkan dana secara langsung dari penonton potensial mereka. Sejak awal produksi, pendukung dapat membantu dan berbagi pendapat, menciptakan hubungan yang lebih kuat antara pembuat film dan penonton. Dengan memungkinkan film-film independen dengan tema dan sudut pandang yang berbeda untuk mendapatkan dana, crowdfunding telah mendorong kreativitas dan keanekaragaman dalam industri film. Hal ini membantu mengisi gap antara representasi dan narasi dalam film. Selain itu, crowdfunding memberikan kesempatan bagi proyek-proyek yang dianggap berisiko oleh studio konvensional untuk mendapatkan dukungan dari audiens yang lebih kecil.

Secara keseluruhan, pertumbuhan industri film dan peran model crowdfunding telah meningkatkan variasi lanskap produksi film dan memberi pembuat film independen lebih banyak kesempatan untuk membuat film dan berhubungan langsung dengan penonton.

Film-film independen yang sebelumnya mungkin menghadapi kesulitan mendapatkan dukungan keuangan dari studio-studio besar sekarang dapat maju berkat crowdfunding. Namun, bagaimana pengaruh crowdfunding ini terhadap berbagai perspektif dan konten film? Selain itu, model crowdfunding membina hubungan langsung antara pembuat film dan penontonnya karena pendukung dapat membantu proses produksi film dengan menyumbangkan uang dan berkomentar. Selain itu, penelitian ini akan menyelidiki seberapa besar interaksi ini memengaruhi proses pengambilan keputusan kreatif dan strategi pemasarannya. Hal lain memungkinkan proyek-proyek yang dianggap berbahaya oleh studio konvensional untuk mendapatkan dukungan dari audiens yang lebih aktif tetapi tetap menarik. Bagaimana menentukan apakah model crowdfunding menawarkan lebih banyak peluang untuk proyek kreatif dan eksperimental? Karena dengan Crowdfunding banyak tantangan dalam industri film, seperti kesulitan menarik perhatian dan mempertahankan dukungan, serta potensi risiko terkait dengan pengembalian investasi bagi pendukung. Untuk itu Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang bagaimana model crowdfunding ini dapat terus berkembang dan berintegrasi dengan model bisnis lainnya dalam industri film digital, serta implikasi bagi keberlanjutan dan inovasi industri secara keseluruhan.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana transformasi model bisnis dalam industri film saat ini?

2. Dampak model bisnis Crowdfunding terhadap keberagaman konten dan sudut pandang dalam film?
3. Bagaimana interaksi Pembuat Film dan Penonton dalam Model Bisnis Crowdfunding mempengaruhi pengambilan keputusan kreatif dan strategi pemasaran sebuah produksi film?
4. Tantangan dan Potensi yang dihadapi model bisnis Crowdfunding dalam industri film?
5. Contoh beberapa film yang diproduksi oleh model bisnis Crowdfunding dan analisisnya?

C. METODE PENULISAN

Studi kasus tentang proyek film yang menggunakan crowdfunding sebagai sumber dana digunakan dalam penelitian ini. Analisa bagaimana proyek mengelola kampanye crowdfundingnya, bagaimana mereka berinteraksi dengan pendukungnya, dan bagaimana hal itu berdampak pada produksi dan distribusi film. Selain itu, metodologi penelitiannya adalah menggunakan Analisis Data, yang menganalisis data dari platform crowdfunding film seperti Indiegogo atau Kickstarter untuk mengevaluasi tren dan pola dalam kampanye crowdfunding film.

D. KAJIAN PUSTAKA

1. Arti dan Sejarah Pengembangan Crowdfunding

Crowdfunding adalah metode di mana individu, kelompok, dan bisnis, termasuk bisnis baru, dapat mengumpulkan uang melalui platform online yang dikenal sebagai platform crowdfunding untuk membiayai atau mendanai kembali operasi mereka. Baik individu maupun institusi membayar langganan. Menurut ECN (2020), ada beberapa jenis crowdfunding yang tidak diatur, beberapa diatur, dan beberapa tidak diatur. Ini adalah konsep yang diubah oleh crowdfunding, yang menggunakan internet untuk berkomunikasi dengan ribuan—jika tidak jutaan—potensi penyandang dana. Mereka yang mencari dana biasanya akan membuat profil proyek mereka di situs web yang mirip dengan yang dilakukan oleh anggota. Selanjutnya, mereka dapat mengumpulkan uang dengan menggunakan media sosial bersama dengan jaringan konvensional teman, keluarga, dan kenalan kerja (World Bank, 2018). Dengan kata lain, crowdfunding adalah cara untuk mendapatkan uang dengan bekerja sama dengan teman, keluarga, pelanggan, dan investor individu.¹

Konsep crowdfunding terus berkembang seiring perkembangan teknologi dan internet. Sejarah crowdfunding dimulai pada abad ke-17 di Inggris dan Prancis dengan konsep "Tontine", yang merupakan bentuk investasi yang dilakukan oleh suatu kelompok dengan menyeter uang dan menerima pembayaran setiap tahun sepanjang hidup mereka.

¹ Wahjono, S. I. (2022). Apa itu crowdfunding.

Selama abad ke-19, praktik ini terus berlanjut. Seringkali, para seniman mendapatkan dana untuk membangun patung, monumen, atau proyek seni.

Selain itu, dengan munculnya internet, crowdfunding mulai berkembang menjadi praktik yang lebih kontemporer. Di Amerika Serikat, praktik ini dikenal sebagai "Email Loops", yang digunakan oleh penulis dan seniman untuk mengirimkan surat kepada teman-teman dan penggemar mereka untuk meminta bantuan keuangan untuk menyelesaikan proyek yang sedang mereka kerjakan. Tak hanya itu, industri musik juga mulai menggunakan crowdfunding pada tahun 1900-an. Penggemar grup musik rock Marilion melakukan kampanye online untuk mengumpulkan uang untuk membiayai tur konser mereka di Amerika Utara.

Pada awal tahun 2000-an, kemajuan internet dan teknologi yang cepat muncul membuat ArtistShare (2003) muncul sebagai salah satu platform crowdfunding yang pertama kali muncul untuk membantu para seniman mengembangkan proyek seni mereka dengan mendukung penggemar mereka. Sementara itu, pada tahun 2010, platform crowdfunding yang lebih populer, Kickstarter dan GoFundMe, masing-masing berkonsentrasi pada proyek kreatif, sedangkan GoFundMe berkonsentrasi pada proyek yang berkaitan dengan uang.

Pada tahun 2015, platform lain mulai muncul dengan sektor yang lebih beragam, seperti Indiegogo, Crowdcube, dan Seedr. Dengan perjalanan crowdfunding dari dulu hingga sekarang, crowdfunding masih memainkan peran penting dalam terus berkembang dan mendapatkan dukungan langsung dari masyarakat di berbagai bidang.

2. Sejarah dan Pengembangan Crowdfunding dalam Industri Film

Potensi industri kreatif semakin menjanjikan di era digital saat ini. Salah satunya adalah perfilman. Banyak film, baik yang dibuat oleh produser terkenal maupun rintisan, sangat bagus, menghibur, dan bahkan mengandung pesan yang bermanfaat untuk penonton. Sayangnya, banyak sineas rintisan yang baru memulai atau ingin melanjutkan pekerjaannya menghadapi masalah mendapatkan dana untuk proyeknya.

Di Indonesia, budaya urun dana, juga dikenal sebagai crowdfunding, sekarang menjadi alternatif pendanaan bisnis yang lebih disukai. Dengan gagasan yang mirip dengan budaya gotong royong masyarakat Indonesia, platform crowdfunding diharapkan dapat menangani masalah finansial seperti mendapatkan dana untuk proyek industri kreatif dan membuat karya film.²

² Wicaksono, Y. (2020). Rancang bangun Platform Crowdfunding untuk Sineas Film berbasis Website (Doctoral dissertation).

E. PEMBAHASAN

1. Transformasi model bisnis dalam industri film saat ini

Banyak hal menunjukkan perubahan dalam model bisnis industri film saat ini, terutama karena kemajuan teknologi digital dan perubahan dalam perilaku konsumen. Cara film didistribusikan dan dikonsumsi telah diubah oleh platform streaming seperti Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, dan Hulu, antara lain. Penonton lebih suka langganan bulanan atau tahunan daripada membeli film secara individu atau pergi ke bioskop. Selain itu, lebih banyak studio-studio besar dan platform streaming berfokus pada produksi konten orisinal untuk menarik pelanggan. Hal ini telah menghasilkan peningkatan produksi film dan serial televisi baru, serta peningkatan permintaan terhadap artis dan industri. Karena itu, studio film besar dan platform streaming terus melakukan kolaborasi dan akuisisi untuk meningkatkan portofolio mereka. Ini termasuk bekerja sama dengan produsen konten terkenal, membeli studio film independen, dan menandatangani lisensi dengan pemegang hak. Beberapa studio film telah beralih ke model bisnis hybrid, yang melibatkan perilis film secara bersamaan di platform streaming dan di bioskop. Ini menawarkan lebih banyak pilihan bagi penonton dan memiliki potensi untuk meningkatkan kedua aksesibilitas dan pendapatan film.

Industri film semakin berkonsentrasi pada ekspansi global dan semakin memperhatikan pasar-pasar internasional. Investasi dalam produksi lokal di negara-negara seperti India, Cina, dan Korea Selatan menunjukkan hal ini. Semakin banyak studio dan platform streaming yang bergantung pada analisis data untuk membuat keputusan bisnis. Analisis data digunakan untuk memahami perilaku penonton, membantu dalam pengembangan konten, dan mengarahkan strategi pemasaran. Terjadi peningkatan tren di industri film dan studio untuk melibatkan penonton dalam proses produksi dan pemasaran melalui kampanye partisipatif dan crowdsourcing. Ini meningkatkan keterlibatan komunitas penonton dan mendukung strategi pemasaran viral. Industri film saat ini mengalami transformasi dalam model bisnisnya karena perubahan dalam perilaku konsumen, teknologi, dan dinamika pasar global. Ini menghasilkan tantangan baru dan kesempatan baru bagi pemain.

2. Dampak model bisnis Crowdfunding terhadap keberagaman konten dan sudut pandang dalam film

Salah satu faktor yang berkontribusi pada transformasi model bisnis yang terjadi dalam industri film saat ini adalah crowdfunding, yang memungkinkan pembuat film untuk menghindari bergantung pada studio-studio besar atau investor konvensional dengan menyediakan alternatif pendanaan independen. Hal ini memberikan pembuat film lebih banyak kebebasan kreatif dan artistik atas pekerjaan mereka.

Studio tradisional tidak pernah menganggap proyek yang berisiko atau tidak konvensional dapat mendapatkan dukungan dari komunitas penonton melalui model crowdfunding. Hal ini dapat menyebabkan lebih banyak variasi dalam apa yang dibuat

dalam film. Proses crowdfunding memberi orang-orang kesempatan untuk berpartisipasi secara langsung dalam proses produksi film dengan memberikan sumbangan langsung kepada proyek yang mereka sukai. Ini menciptakan hubungan yang lebih dekat antara pembuat film dan penonton, meningkatkan keterlibatan dan kesetiaan penonton. Proses ini juga dapat membantu meningkatkan keterlibatan komunitas sekitar proyek film.

Ketika crowdfunding muncul, model bisnis industri film secara keseluruhan berubah. Eksperimen dengan berbagai model distribusi, strategi pemasaran kreatif, dan kolaborasi antara pembuat film dan platform crowdfunding adalah bagian dari ini. Secara keseluruhan, crowdfunding memainkan peran yang signifikan dalam mengubah model bisnis dalam industri film saat ini dengan memungkinkan lebih banyak inovasi, partisipasi penonton, dan peningkatan kualitas produksi. Beberapa proyek film menggunakan crowdfunding sebagai langkah awal untuk mendapatkan dana, yang kemudian dapat menarik minat investor tradisional atau studio-studio besar. Ini juga dapat membantu membangun momentum sebelum film dirilis.

3. Interaksi Pembuat Film dan Penonton dalam Model Bisnis Crowdfunding mempengaruhi pengambilan keputusan kreatif dan strategi pemasaran sebuah produksi film

Dalam model bisnis crowdfunding, interaksi antara pembuat film dan penonton sangat memengaruhi strategi pemasaran dan pengambilan keputusan kreatif untuk produksi film. Pembuat film sering melibatkan penonton sejak awal dalam proses mengembangkan konsep dan ide untuk proyek film. Mereka dapat membentuk arah dan naratif proyek dengan mengumpulkan umpan balik dan saran dari komunitas penonton potensial mereka. Pembuat film dapat menggunakan platform crowdfunding untuk meminta dukungan untuk pilihan produksi tertentu. Pemilihan pemain, lokasi pengambilan gambar, desain kostum, atau komponen kreatif lainnya dapat menjadi contohnya. Penonton dapat lebih terlibat dalam proses produksi berkat interaksi ini.

Pembuat film sering memberikan bonus eksklusif dan konten tambahan kepada pendukung untuk membuat kampanye crowdfunding mereka lebih menarik. Ini dapat mencakup akses ke pemutaran pratinjau, pembelian barang khusus, atau peluang untuk terlibat dalam produksi film. Minat dan partisipasi pendukung dapat dipengaruhi oleh penawaran seperti ini. Pembuat film dapat melibatkan pendukung secara aktif dalam kampanye pemasaran proyek crowdfunding mereka, yang dapat mencakup berbagi trailer atau poster film, menyebarkan informasi tentang kampanye di media sosial, atau mengatur acara promosi. Dengan melibatkan pendukung secara aktif dalam pemasaran, mereka dapat memperluas jangkauan kampanye dan menciptakan buzz di sekitar proyek.

Pembuat film dan pendukung dapat berkomunikasi secara terbuka melalui model crowdfunding. Pembuat film dapat menggunakan platform crowdfunding untuk memposting foto di belakang layar, memberikan pembaruan berkala tentang kemajuan produksi, atau bahkan mengundang pendukung ke lokasi pengambilan gambar. Ini

menciptakan hubungan yang lebih kuat antara pembuat film dan penonton, membangun kesetiaan dan kepercayaan.

Oleh karena itu, model bisnis crowdfunding memungkinkan interaksi antara pembuat film dan penonton untuk memengaruhi keputusan kreatif dan strategi pemasaran produksi film dengan meningkatkan partisipasi penonton, meningkatkan keterlibatan penonton, dan membangun hubungan yang lebih erat antara pembuat film dan penonton potensial mereka.

4. Tantangan dan Potensi yang dihadapi model bisnis Crowdfunding dalam industri film

Platform crowdfunding seperti Kickstarter dan Indiegogo memungkinkan para pembuat film untuk mendapatkan pendanaan dari penggemar mereka. Hal ini membuka peluang bagi pembuat film independen untuk memproduksi film mereka tanpa harus mengandalkan studio besar.³

Para pembuat film dapat berinteraksi secara langsung dengan penonton mereka melalui media sosial, yang membantu mereka memahami keinginan penonton dan membuat film yang lebih sesuai dengan selera mereka. Penayangan film dalam format baru, seperti film seri dan film interaktif, dimungkinkan oleh platform streaming, yang memungkinkan para pembuat film untuk mencoba format baru dan bercerita dengan cara yang kreatif. Media sosial memiliki efek yang mengganggu. Di satu sisi, ia menawarkan tantangan signifikan yang berpotensi menghentikan kemajuan industri film, tetapi di sisi lain, ia menawarkan peluang baru yang menjanjikan untuk meningkatkan kreativitas dan jangkauan film.

Masa depan industri film cerah bagi mereka yang berani berinovasi dan merangkul perubahan. Para pembuat film, distributor, dan bioskop yang mampu beradaptasi dengan perubahan ini dan memanfaatkan peluang yang ada akan mampu berkembang dan meraih kesuksesan di era digital ini.

Pengaruh Crowdfunding terhadap Produksi Film

Industri perfilman Indonesia telah menghasilkan banyak film berkualitas tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Ini telah menunjukkan minat masyarakat yang semakin meningkat untuk menonton film karya sineas tanah air, bahkan mencapai jutaan penonton.

Perkembangan industri perfilman Indonesia yang sangat pesat ini diharapkan dapat mempercepat industri tersebut serta menambah lapangan kerja baru dan meningkatkan ekosistemnya. Studi penelitian tentang efek penggunaan crowdfunding pada proses produksi film. Ini dapat mencakup hal-hal seperti kontrol artistik, fleksibilitas kreatif, dan keberlanjutan produksi.

³ Era disruptif media sosial tantangan dan peluang industri film. <https://geotimes.id/opini/era-disruptif-media-sosial-tantangan-dan-peluang-industri-film/>

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) berkolaborasi dengan Bizhare dan Adhya Group menggelar kegiatan Finscoin – Film Investor Gathering dalam rangka meluncurkan Public Funding Expose untuk 3 Proyek Film Tanah Air. Kemenparekraf berkolaborasi dengan Bizhare dan Adhya Pictures meresmikan peluncuran pendanaan untuk 3 produksi film tanah air yang akan dibuka melalui platform website www.bizhare.id dan aplikasi Bizhare, melalui skema urun dana, dengan film-film garapan Adhya Pictures dengan 3 genre sekaligus yakni, *Bolong/The Hole* (Horror) yang disutradarai Hanung Bramantyo, *Tulang Belulang* (Drama/Komedi) yang disutradarai Sammaria Sari Simanjuntak, dan *Romeo Ingkar Janji* (Drama/Romance) yang disutradarai Emil Heradi bersama aktor kenamaan Jeremy Thomas sebagai creative director.

Tujuannya adalah mengajak serta membuka kesempatan yang lebih besar bagi masyarakat agar bisa aktif berpartisipasi salah satunya sebagai investor dalam pembiayaan film lokal Indonesia, melalui platform Fintech Securities Crowdfunding (SCF) sebagai alternatif pembiayaan industri Film yang telah berizin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dengan diselenggarakannya Launching Pendanaan Kedua untuk 3 proyek film tersebut, juga diadakan program penawaran peluang investasi bagi loyal investor dari Bizhare.

5. Analisis Kasus Film-film yang dibuat dengan Model Crowdfunding

Empat film Indonesia Menjadi proyek pertama yang dibiayai dengan skema *crowdfunding*. Keempat film tersebut adalah *Mantra Surugana*, *The Hole/Bolong*, *Tulang Belulang*, dan *Romeo Ingkar Janji*. Dua film pertama bergenre horor, sisanya adalah perpaduan antara komedi dan romansa.

Yang kita luncurkan hari ini untuk pertama kali adalah crowdfunding untuk film *Mantra*, film horor yang disutradarai Dyan Sunu Prastowo. Tiga lainnya dirilis Maret, dan tiga lagi di Q3 2023," kata Heinrich Vincent, CEO dan *founder* Bizhare, dalam peluncuran Fintech Securities Crowdfunding Indonesia (FinsCoin) di Jakarta, Jumat (24/2/2023)⁴ Perlu disosialisasikan Bizhare bahwa ada pendanaan dari masyarakat. Jadi, secara enggak langsung sudah promosi dari awal, sehingga ketika tayang, mereka akan ikut nonton dan mempromosikannya," kata Angela. Ia juga menyebut sistem patungan itu lebih cocok untuk saat ini dibandingkan pendanaan secara konvensional. Tanpa menyebutkan negara yang spesifik, ia mengatakan sistem pendanaan patungan dari publik sudah mulai diterapkan di sejumlah tempat. "Ini memang arahnya ke sana. Besar harapan terjadi juga di Indonesia," ia menambahkan.

"Veronica Mars" (2014): Setelah serial TV "Veronica Mars" dihentikan pada tahun 2007, pencipta Rob Thomas dan bintang utama Kristen Bell mengumpulkan dana melalui Kickstarter untuk memproduksi film layar lebar yang menampilkan karakter-karakter dari serial tersebut. Kampanye crowdfunding mereka berhasil mengumpulkan

⁴ <https://www.antaranews.com/berita/3525180/kini-masyarakat-bisa-turut-serta-membiayai-produksi-film-tanah-air>

lebih dari \$5,7 juta dari lebih dari 90.000 pendukung, yang merupakan salah satu kampanye crowdfunding film paling sukses pada saat itu.⁵ Penggemar "Veronica Mars", acara televisi yang sudah tidak ada lagi, cepat mengumpulkan dua juta dolar untuk mendanai versi panjang serial misteri tentang seorang remaja, wanita detektif swasta itu. Dalam waktu kurang dari 24 jam setelah peluncuran kampanye, lebih dari 31.000 orang berjanji untuk memberikan donasi mulai dari satu dolar hingga 10.000 dolar AS di situs web Kickstarter.com. Rob Thomas, pencipta serial televisi, menyatakan mengatakan ia telah membuat kesepakatan dengan studio Hollywood Warner Bros untuk membuat film berdasarkan acara TV itu jika ia mampu mengumpulkan dana sebesar dua juta dolar AS pada 12 April 2014 melalui kampanye. Kampanye mencapai ambang batas satu juta dolar hanya dalam empat jam lebih 24 menit, menetapkan rekor baru pada Kickstarter yang tercepat dalam penggalangan dana satu juta dolar, kata Kickstarter. Kickstarter cukup populer, dikenal sebagai penghimpun dana, memungkinkan orang untuk mengumpulkan uang untuk proyek-proyek dalam jangka waktu tertentu asalkan mereka menawarkan hadiah sebagai imbalan atas sumbangan itu.

"Kung Fury" (2015) adalah film pendek yang diproduksi oleh David Sandberg dan direncanakan untuk mendapatkan dana sendiri. Namun, setelah video promosi viral di YouTube, Sandberg memulai kampanye crowdfunding di Kickstarter untuk memperluas proyek menjadi film panjang. Lebih dari 17.000 orang yang mendukung kampanye tersebut mengumpulkan lebih dari \$630.000 pendukung.⁶

"Lazer Team" (2015) adalah film aksi-komedi fiksi ilmiah yang diproduksi oleh Rooster Teeth Productions dan mendapatkan dana melalui platform crowdfunding Indiegogo. Jauh melampaui target awal mereka, mereka berhasil mengumpulkan lebih dari \$2,4 juta. Pada tahun 2016, "Lazer Team" menjadi salah satu film independen terlaris.⁷

Kasus-kasus di atas menunjukkan bahwa crowdfunding telah menjadi alat yang efektif bagi pembuat film independen untuk mengumpulkan dana dan memperluas basis penggemar mereka. Dengan keterlibatan langsung dari penggemar, para pembuat film dapat memiliki kontrol lebih besar atas proyek mereka dan menghasilkan produk yang lebih inovatif dan unik.

F. KESIMPULAN

Banyak pembuat film independen sekarang dapat memulai proyek mereka melalui model crowdfunding, yang dapat menghasilkan dana yang besar, yang kadang-kadang tidak mencukupi untuk membiayai produksi film secara keseluruhan. Untuk proyek yang memiliki

⁵ Film Veronica Mars Penghimpun dana tercepat. <https://lampung.antaranews.com/berita/266769/film-veronica-mars-penghimpun-dana-tercepat>

⁶ Kung Fury and Crowdfunding notebook. <https://www.michigandaily.com/arts/kung-fury-and-crowdfunding-notebook/>

⁷ <https://variety.com/2014/film/news/rooster-teeths-lazer-team-movie-raises-2-48-million-in-crowdfunding-1201258661/>

anggaran yang besar, sumber dana tambahan mungkin diperlukan dari investor lain atau lembaga keuangan.

Seringkali, keberhasilan kampanye crowdfunding bergantung pada kemampuan pembuat film untuk memasarkan film mereka dengan efektif dan menjangkau audiens yang tepat. Bahkan jika proyek tersebut memiliki potensi yang besar, kampanye crowdfunding mungkin gagal mencapai targetnya jika tidak memiliki strategi pemasaran yang baik.

Meskipun ada banyak contoh proyek yang berhasil didanai melalui crowdfunding, banyak juga yang gagal mencapai tujuan keuangan atau memenuhi janji mereka kepada para pendukungnya. Hal ini dapat membuat kontributor kecewa dan merusak reputasi pembuat film.

Proses produksi film tidak selesai dengan mendapatkan dana melalui crowdfunding. Para pembuat film kemudian harus mengelola dana dengan bijak, mematuhi tenggat waktu, dan mengatasi masalah yang mungkin muncul selama dan setelah proses produksi.

Pembuat film yang berhasil mengumpulkan dana melalui crowdfunding bertanggung jawab secara hukum dan moral terhadap orang-orang yang menyumbangkan dana mereka. Mereka harus memastikan proyek selesai dengan cepat dan kontributor menerima imbalan atau hadiah yang dijanjikan.

Model crowdfunding bergantung pada dukungan masyarakat, yang tidak selalu stabil. Jika minat atau popularitas suatu proyek menurun, pendanaan dapat secara tiba-tiba terhenti, yang membuat sulit untuk membiayai sisa produksi.

Banyak masalah yang muncul dalam model crowdfunding dapat diselesaikan melalui perencanaan yang cermat, komunikasi yang efektif, dan pengelolaan yang cermat. Komunitas online juga telah membantu banyak proyek film yang sukses.

G. SARAN

Solusi untuk masalah dengan model crowdfunding dalam produksi film adalah bahwa penting untuk melakukan perencanaan yang cermat sebelum meluncurkan kampanye crowdfunding untuk menentukan anggaran yang realistis, tujuan yang jelas, dan strategi pemasaran yang efektif. Ini termasuk menentukan dengan cermat jumlah dana yang diperlukan dan merinci bagaimana dana tersebut akan digunakan.

Untuk membuat kampanye pemasaran yang menarik dan inovatif, investasikan waktu dan sumber daya. Sebelum dan selama kampanye crowdfunding, gunakan berbagai saluran media sosial dan komunikasi untuk menjangkau audiens yang tepat.

Selama dan setelah kampanye crowdfunding, tetap berkomunikasi dengan para pendukung proyek kita. Berikan laporan rutin tentang kemajuan dalam produksi, masalah yang dihadapi, dan cara dana digunakan. Transparansi akan meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan dari Memberikan insentif atau hadiah yang menarik bagi mereka yang mendukung proyek. Insentif eksklusif seperti akses awal ke film, barang berlogo, atau kesempatan untuk bertemu dengan tim produksi dapat menjadi daya tarik tambahan bagi pendukung.

Setelah dana masuk, sangat penting untuk mengelolanya dengan bijak dan memprioritaskan pengeluaran sesuai dengan kebutuhan produksi. Buat anggaran yang rinci dan tetapkan batasan untuk setiap jenis pengeluaran agar anggaran tidak melebihi batas.

Bahkan setelah kampanye crowdfunding selesai, tetap mempertahankan keterlibatan komunitas. Untuk terus memberikan pembaruan tentang proyek yang sedang berlangsung, gunakan media sosial dan newsletter, dan bangun hubungan jangka panjang dengan pendukung. Kadang-kadang, proyek mungkin mengalami perubahan atau masalah yang tidak diantisipasi. Jadilah adaptif.

Dengan kombinasi perencanaan yang matang, komunikasi yang efektif, dan pengelolaan yang bijaksana, banyak masalah dalam model crowdfunding dapat diatasi, dan proyek-produk film dapat berhasil mendapatkan dukungan yang mereka butuhkan dari komunitas online.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://variety.com/2014/film/news/rooster-teeths-lazer-team-movie-raises-2-48-million-in-crowdfunding-1201258661/>
- Kung Fury and Crowdfunding notebook. <https://www.michigandaily.com/arts/kung-fury-and-crowdfunding-notebook/>
- Equity-Based Crowdfunding Project: Effect on Social Capital. *Advances in Business Research International Journal (ABRIJ)*. 6(1). 5058. ISSN: 2462-1838. Publisher: Universiti Teknologi MARA, Malaysia. <http://myjms.moe.gov.my/index.php/ABRIJ/>
- Era disruptif media sosial tantangan dan peluang industri film. <https://geotimes.id/opini/era-disruptif-media-sosial-tantangan-dan-peluang-industri-film/>
- Film Veronica Mars Penghimpun dana tercepat. <https://lampung.antaranews.com/berita/266769/film-veronica-mars-penghimpun-dana-tercepat>
- Hadicahyono, Adhiyasa Putra. 2017. Crowdfunding implementation: as an alternative way to solve entrepreneur financing problem in Indonesia and Malaysia. *Thesis bachelor Universiti Teknikal Malaysia Melaka*.
- IFCD. 2013. Closing the Credit Gap for Formal and Informal Micro, Small, and Medium Enterprises. [index.php/balance/article/view/1471/1201](http://www.ifcd.org/index.php/balance/article/view/1471/1201).
- Kaur, Harmeet. Gera, Jaya. 2017. Effect of Social Media Connectivity on Success of Crowdfunding Campains. *Information Technology and Quantitative Management (ITQM2017)*. *Procedia Computer Science* 122 (2017) 767-774.
- Kini masyarakat bisa turut serta dalam membiayai produksi film tanah air <https://www.antaranews.com/berita/3525180/kini-masyarakat-bisa-turut-serta-membiayai-produksi-film-tanah-air>

- Kuckertz, Andreas. Berger, Elisabeth S. C. Gaudig, Anja. 2019. Responding to the greatest challenges? Value creation in ecological startups. *Journal of Cleaner Production*. Volume 230. Pages 1138-1147.
- Ling, Ng Yee. 2017. The Creators intentions influence crowdfunding performance as an alternative source of business funding. *Thesis bachelor Universiti Teknikal Malaysia Melaka*.
- Massolution Crowdfunding Industry 2015 Report.<http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>Retrieve 08/10/2016
- Wahjono, S. I. (2022). Apa itu crowdfunding
- Wahjono, S.I., Marina, Oceano, PM. Fen, Soo Fam. 2018. Readiness of Crowdfunding to Finance Small and Medium-Sized Enterprises in ASEAN. *The Social Sciences*, Volume 13, Issue 3, pp. 657 – 663. ISSN: 1818-5800 (print), 1993-6125 (online). DOI: 10.3923/sscience.2018.657.663. URL: <http://medwelljournals.com/abstract/?doi=sscience.2018.657.663>
- Wahjono, Sentot Imam Anna Marina, Fam Soo Fen, Asriani Hasan. 2020. Equity-Based Crowdfunding Project: Affect on Social Capital. *Advances in Business Research International Journal (ABRIJ)*. 6(1). 5058. ISSN: 2462-1838. Publisher: Universiti Teknologi MARA, Malaysia. <http://myjms.moe.gov.my/index.php/ABRIJ/article/view/9940/4> 657.
- Wahjono, Sentot Imam Anna Marina, Shaiful Shahmi Sezeli, Budi Wahyu Mahardika. 2019.
- Wahjono, Sentot Imam. 2017. Crowdfunding and a better world. *The World Financial Review*. EBR Media Ltd. <https://worldfinancialreview.com/crowdfunding-and-a-betterworld/>
- Wahjono, Sentot Imam. Marina, Anna. Kurniawati, Tri. 2021b. Crowdfunding untuk Danai UKM dan Bisnis Start-Up. Penerbit Syiah Kuala University Press, Banda Aceh. ISBN: 978-623-264-316-1. Pp. 82 + ix. <https://unsyiahpress.id/#>
- Wahjono, Sentot Imam. Marina, Anna. Widayat. 2016. Critical Analysis of Crowdfunding to Finance SMEs in Muslim Countries. *Jurnal Balance* Vol. XIII No. 2 pp. 1-13. ISSN Print: 1693- 9352 dan e-ISSN: 2614-820X Link: <http://journal.umsurabaya.ac.id/>
- Wahjono, Sentot Imam. Soo-Fen Fam. Mukhaer Pakkanna. Ismail Rasulong. Anna Marina. 2021a. Promoting Creators Intentions: Measuring of Crowdfunding Performance. *International Journal of Business and Society*. Vol. 22 No. 3. Pp. 1084-1101. <https://doi.org/10.33736/ijbs.4285.2021>. Journal home page: <http://www.ijbs.unimas.my/> ISSN: 15116670.
- Wicaksono, Y. (2020). Rancang bangun Platfotm Crowdfunding untuk Sineas Film berbasis *Website* (Doctoral dissertation).