

FILM *INDIE* SEBAGAI MEDIA PENUNJANG KEHIDUPAN SOSIAL-BUDAYA DI NANGGROE ACEH DARUSSALAM

INDIE FILM AS A SOCIO-CULTURAL LIFE-SUPPORTING MEDIA IN NANGGROE ACEH DARUSSALAM

Rangga Saptya Mohamad Permana¹, Lilis Puspitasari², Sri Seti Indriani³

Program Studi Televisi dan Film, Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Padjadjaran¹²³

Jl. Raya Bandung-Sumedang KM. 21, Sumedang 45363

rangga.saptya@unpad.ac.id¹, lilis.puspitasari@unpad.ac.id², seti@unpad.ac.id³

ABSTRAK

Film merupakan media komunikasi yang amat lekat dengan kehidupan manusia. Dalam konteks manajemen produksi film, terdapat konsep *major label* (film yang mengutamakan aspek ekonomi) dan *indie label* (film yang mengutamakan idealisme). Di Nanggroe Aceh Darussalam, film *indie* menjadi salah satu media informasi dan hiburan bagi seluruh lapisan masyarakat. Tujuan riset ini adalah untuk mengungkap fenomena film *indie* yang berperan sebagai media penunjang kehidupan sosial-budaya di Nanggroe Aceh Darussalam. Riset ini menggunakan metode studi kasus bersifat deskriptif dengan data yang berjenis kualitatif. Hasil riset menunjukkan film *indie* dokumenter nonfiksi di Aceh digunakan sebagai media advokasi, literasi informasi, dan sosialisasi masyarakat Aceh, sedangkan film *indie* fiksi komersial di Aceh digunakan sebagai media hiburan dan pelepas stres masyarakat Aceh.

Kata Kunci: Aceh, film, *indie*, media

ABSTRACT

Film is a communication medium that is very closely related to human life. In the context of film production management, there is a concept of major labels (films that prioritize economic aspects) and indie labels (films that prioritize idealism). In Nanggroe Aceh Darussalam, indie films became one of the media of information and entertainment for all levels of society. The purpose of this research is to uncover the phenomenon of indie film that acts as a medium to support socio-cultural life in Nanggroe Aceh Darussalam. This research uses descriptive case study with qualitative data. The research results show that non-fiction documentary indie films in Aceh are used as a medium for advocacy, information literacy, and the socialization of Acehnese society, while commercial fiction indie films in Aceh are used as entertainment and stress relief media for Acehnese.

Keywords: Aceh, Film, Indie, Media

PENDAHULUAN

Film adalah sebuah media yang sangat lekat dengan kehidupan manusia. Dapat dikatakan, film merupakan salah satu media komunikasi paling tua di dunia. Para sejarawan bersepakat bahwa film pertama muncul di Perancis, tepatnya pada 28 Desember 1895. Ketika itu, Lumière bersaudara melakukan pemutaran film di ruang publik yang menampilkan para pekerja di pabrik Lumière, ke-

datangan kereta api di Stasiun La Crotte, bayi yang sedang makan siang, dan kapal-kapal yang meninggalkan pelabuhan, yang seluruhnya diputar di Cape de Paris (Ibrahim & Iriantara, 2017).

Selain sebagai sarana manusia untuk melepas kepenatan, film juga dapat menjadi saran untuk menyebarkan informasi, media publikasi, dan media propaganda, serta dapat menjadi dasar untuk sebuah perubahan sosial. Sebuah film juga dapat menjadi media pelestari budaya dalam

sebuah peradaban. Bahasa, tindak komunikasi, pakaian, dan simbol-simbol budaya dapat direpresentasikan dalam sebuah film.

Benjamin (1999) mengatakan film adalah “*articulates all the problems of modern-form giving*”. Benjamin mengungkapkan film tidak sekadar representasi dari kenyataan, tetapi juga merupakan proses penciptaan kenyataan. Dengan kata lain, sebuah film dapat menjadi karya seni dan media penyampai pesan yang di dalamnya mengandung peristiwa-peristiwa atau fenomena-fenomena, baik itu sebuah realitas yang benar-benar terjadi di dunia nyata maupun sebuah imaji rekaan yang terjadi dalam alam alternatif ciptaan sang pembuat film (Siregar, 2011).

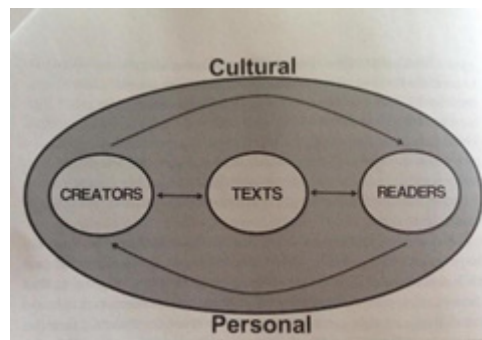
Menurut Baksin (2002), dalam tataran manajemen produksi film, terdapat konsep *major label* dan *indie label*. *Major label* cenderung menitikberatkan pada aspek industri yang mempertimbangkan untung-rugi, sementara *indie label* lebih mementingkan faktor idealisme yang menjadi ciri utama (Putri, 2013). Kedua konsep ini selalu menjadi dua perspektif yang kontras. *Major label* memproduksi film-film *mainstream* yang mayoritas bertujuan menghasilkan keuntungan semata, sementara *indie label* memproduksi film-film yang lebih idealis. Film-film *mainstream* merupakan film yang jenis pendanaannya membutuhkan jumlah besar dan keuntungan serta kerugiannya sangat diperhitungkan. *Film indie* di asumsikan sebagai film yang dibuat tidak semata-mata mengandalkan pendanaan yang besar, tetapi lebih mengutamakan materi/isi dari film (Putri, 2013).

Jika dikotomi film *indie* dan *non-indie* dipandang dari perspektif distribusi di Indonesia dan di Amerika Serikat, para produser di Indonesia mengelola tim produksi film dan mendistribusikannya ke bioskop-bioskop besar secara

mandiri karena di Indonesia belum ada perusahaan distribusi film besar layaknya di Amerika Serikat (AS). Di AS, yang terkenal akan industri film, sebuah film yang tidak didistribusikan oleh lima perusahaan distributor utama di AS (Paramount Picture, Metro-Goldwyn-Mayer Inc., 20th Century Fox, Dreamworks dan Universal Studios) akan dianggap sebagai film *indie*. Jadi jelas, makna film *indie* di AS dan film *indie* di Indonesia berada dalam konteks yang berbeda. Bila berpatokan pada konteks distribusi ini, dapat diartikan seluruh film di Indonesia adalah film *indie*.

Genre muncul dari interaksi gabungan dan berulang tiga sumber utama makna, yaitu (1) *creators* (pencipta), (2) *texts* (teks), dan (3) *readers* (pembaca/khalayak). Dalam bentuk yang paling dasar, Gambar 1 menunjukkan interkoneksi intrinsik di antara ketiganya (Friedman, Desser, Kozlaff, Nochimson, & Prince, 2014): Gambar tersebut menunjukkan interaksi konstan antara pencipta, teks, dan pembaca/khalayak. Hubungan dinamis ini menghasilkan banyak makna yang dapat berubah seiring waktu dan bervariasi berdasarkan perbedaan demografi khalayak.

Budaya selalu mengelilingi dan memengaruhi ketiga faktor tersebut dalam konstruksi makna. Pencipta konten sangat dipengaruhi oleh peristiwa, baik itu sosial maupun pribadi yang mengelilingi mereka. Hal yang sama berlaku bagi pembaca/khalayak. Dari perspektif kontemporer, kemampuan khalayak untuk menonton film kapan saja di berbagai *platform* berbeda secara drastis mengubah pengalaman pemutaran film dan secara radikal mengubah hubungan antara pencipta konten, teks, dan pembaca/khalayak. Ketiga faktor ini tidak pernah statis dan hasil interdependensi mereka satu sama lain menciptakan makna.



Gambar 1 The Generation of Meanings
(sumber: (Friedman et al., 2014))

Dalam gambar 1, istilah pencipta, teks, dan *pembaca/khalayak* ditetapkan sebagai bentuk jamak untuk mengakomodasi berbagai jenis yang ada dalam setiap proses pembentukan makna.

1. Pencipta Konten

Pembuatan film adalah proses kolaboratif yang inheren. Meskipun para sutradara sering mengambil keputusan-keputusan penting untuk filmnya, para kolaborator (dalam hal ini tim produksi film) pasti memberikan saran, bantuan, inspirasi, desain, dan keterampilan teknis yang penting. Dalam proses penciptaan sebuah film, kontribusi penting semacam itu memengaruhi dan bahkan dapat mengubah evolusi dan bentuk akhir suatu karya. Oleh karena itu, ada banyak pembuat konten untuk setiap film.

2. Teks

Semua teks mengandung banyak arti yang keluar secara bersamaan dalam koleksi gambar dan dialog pada layar yang sama. Gambar dan kata-kata dalam sebuah film selalu mengandung unsur denotatif serta konotatif. Selain itu, gambar dan kata-kata dapat membawa berbagai emosi dan nilai-nilai untuk orang yang berbeda sehingga membuka potensi munculnya berbagai tanggapan/persepsi akan makna dalam sebuah film.

3. Pembaca/khalayak

Akhirnya, khalayak bukanlah entitas monolitik yang setiap orangnya secara otomatis berbagi satu sudut pandang. Sementara itu, sekelompok khalayak/penonton dapat didorong -beberapa orang akan mengatakan dimanipulasi untuk membaca/memaknai film tertentu dengan cara tertentu, atau untuk mengagumi satu karakter dan membenci yang lain. Mereka tidak secara mekanis bersama dalam langkah-langkah intelektual dan/atau emosional yang sesuai. Sebagai gantinya, setiap penonton membawa profil biologis, sosiologis, dan psikologis mereka sendiri untuk setiap pemaknaan terhadap sebuah teks. Pencipta, teks, dan pembaca/khalayak selalu saling memengaruhi satu sama lain. Panah yang menghubungkan ketiga hal ini menggambarkan keterikatan intrinsik mereka dan saling ketergantungan satu sama lain (Friedman et al., 2014).

Pada intinya, istilah “genre” biasanya digunakan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan membedakan tipe atau jenis film. Di Amerika Serikat, genre telah menjadi konsep yang sangat berguna dalam mempelajari praktik-praktik komersial Hollywood karena membahas sinema sebagai bentuk industri praktik estetika dan memberikan kritik untuk mendiskusikan dan menilai produk-produk budaya massa. Hasil pemikiran baru tentang genre ada-

lah genre merupakan aneka ragam ide yang menghubungkan teks sinematik ke seluruh teks dan praktik budaya lainnya (Watson, 2012).

Tipe film secara dikotomis dapat dibagi menjadi film cerita fiksi dan film dokumenter nonfiksi. Dilihat dari perspektif produksinya, dibandingkan produksi film fiksi, film dokumenter hanya membutuhkan tim kecil, biasanya berjumlah dua hingga lima orang. Jumlah tim yang dihitung minimalis ini sangat efektif dan praktis jika saat syuting diperlukan gerak yang cepat dan leluasa. Dengan demikian kamera selalu siap merekam gambar peristiwa yang setiap saat dapat terjadi tanpa diduga atau direncanakan (Ayawaila, 2017). Ayawaila juga menggunakan istilah nonfiksi pada dokumenter karena ia berasumsi bahwa penggunaan kata tersebut lebih tepat, terutama jika dibandingkan istilah yang digunakan dalam dunia televisi dan film di Indonesia, yakni film noncerita, non-drama, atau nonnaratif. Secara logika, film dokumenter pun memiliki sisi naratif dan dramatis, hanya ceritanya bukan fiktif tetapi berdasarkan fakta (apa adanya) (Ayawaila, 2017).

Gambaran Umum Dunia Film *Indie* di Nanggroe Aceh Darussalam

Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam (NAD) merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menjadikan film sebagai salah satu media komunikasi utama masyarakatnya. Secara geografis, dikutip dari acehprov.go.id, Provinsi NAD terletak antara 01° 58' 37,2" - 06° 04' 33,6" lintang utara dan 94° 57' 57,6" - 98° 17' 13,2" bujur timur dengan ketinggian rata-rata 125 meter di atas permukaan laut. Pada tahun 2012 Provinsi Aceh dibagi menjadi 18 kabupaten dan 5 kota, terdiri atas 289 kecamatan, 778 mukim dan 6.493 *gampong* atau desa

(Pemerintah Aceh, 2016).

Wilayah Provinsi NAD berbatasan dengan Selat Malaka di sebelah utara dan timur, sebelah selatan dengan Provinsi Sumatera Utara, dan sebelah barat dengan Samudera Indonesia. Satu-satunya hubungan darat hanyalah dengan Provinsi Sumatera Utara sehingga NAD memiliki ketergantungan yang cukup tinggi dengan Provinsi Sumatera Utara. Luas Provinsi NAD adalah 5.677.081 ha, dengan hutan sebagai lahan terluas yang mencapai 2.290.874 ha, diikuti lahan perkebunan rakyat seluas 800.553 ha. Lahan industri mempunyai luas terkecil yaitu 3.928 ha (Pemerintah Aceh, 2016).

Jika menilik lebih jauh ke belakang terkait dengan awal perkembangan film *indie* di Aceh, tsunami yang meluluhlantakkan Aceh pada tahun 2004 juga dapat dikatakan menjadi titik balik dan menjadi tunas dari para sineas *indie* Aceh. Film-film Aceh pascatsunami berawal dari datangnya yayasan-yayasan kemanusiaan dari seluruh dunia yang sering membuat film dokumenter mengenai kehidupan sosial di Aceh pascatsunami. Beberapa *nongovernmental organization* (NGO) ini mengajak pemuda-pemuda Aceh untuk memproduksi film bersama. Oleh karena itu, mayoritas film *indie* yang diproduksi di Aceh adalah film dokumenter. Setelah itu, dengan bekal dasar dan kreativitas yang mereka miliki, para sineas Aceh terus belajar memproduksi film secara otodidak.

Film-film *indie* Aceh banyak dihasilkan oleh beberapa komunitas film di sana. Beberapa komunitas film di Aceh antara lain Tring, Media, dan Alas Kaki. Kelompok/tim produksi film sering kali berganti-ganti, tetapi anggotanya mayoritas berasal dari komunitas-komunitas film tersebut. Ada pula komunitas-komunitas film yang berasal dari universitas,

institut, atau sekolah tinggi di Aceh. Bagi komunitas film yang berbasis kampus, momen orientasi mahasiswa yang digelar tiap tahun menjadi kesempatan untuk memasarkan karya-karya mereka. Kesempatan besar komunitas film *indie* di Aceh adalah inovasi ruang putar alternatif, misalnya dengan sistem donasi terbuka. Dengan sistem donasi terbuka, komunitas-komunitas film di Aceh akan terbantu untuk membuat ekshibisi pemutaran film hasil produksi mereka sekaligus menjadi media distribusi dan pemasaran film-film tersebut. Publikasi untuk pengumuman ekshibisi pemutaran film di ruang publik ditempuh dengan cara penggunaan baligo, spanduk, SMS, dan media sosial.

Berkaitan dengan publikasi film *indie* Aceh yang dilakukan secara mandiri dan terkesan “minimalis”, dalam blantika film bioskop komersial, peran seorang/divisi *publicist* sangat penting dalam hal meyebar informasi mengenai sebuah film kepada khalayak. Cangara (2007) menyebut khalayak sebagai pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber yang dapat berupa satu orang atau lebih, kelompok, partai, bahkan negara (Nasrullah, 2018). Oleh karena itu, publisitas film menjadi penting karena berkaitan dengan eksposur film tersebut di benak khalayak. Biasanya, pada tiap tim produksi film bioskop komersial terdapat tim *publicist* dan *marketing*. Kedua tim ini sejatinya memiliki peran dan fungsi yang berbeda dalam promosi film. Seperti yang tertuang dalam pernyataan Patz berikut ini.

“First up: unit publicity is not marketing. The goal of unit publicity is to reach the audience, to generate word of mouth. Whereas a marketing plan will include the purchase of ads and banners on television and in newspapers and

magazines both on and offline; a unit publicity plan will seek to arrange interviews that become stories in those same on and offline places,” (Patz, 2010).

Inti pernyataan Patz di atas adalah *publicist* berperan dalam menciptakan *word of mouth* (WoM) atau promosi dari mulut ke mulut di antara khalayak. Dengan demikian sebuah film dapat diketahui khalayak, setidaknya dalam ranah kognitif. Meskipun mungkin tidak mengeluarkan biaya sebesar *publicist* profesional, pengumuman-pengumuman ekshibisi pemutaran film-film *indie* di Aceh melalui SMS, media sosial, dan media luar ruang juga pada hakikatnya merupakan salah satu bentuk publisitas.

Terdapat satu yayasan yang bergerak di bidang film *indie* di Banda Aceh, yakni Yayasan Aceh Documentary atau lebih dikenal dengan sebutan A-Doc. Dikutip dari acehdocumentary.com, A-Doc merupakan pusat lembaga edukasi dokumenter dan pengembangan produksi film dokumenter serta memiliki visi berkontribusi pada keberhasilan industri film dokumenter nasional dan berperan aktif di forum film dokumenter internasional. A-Doc terus berupaya untuk meningkatkan keahlian kelompok masyarakat khususnya dalam bidang perfilman, dari aspek perencanaan dan produksi untuk mendorong penggunaan audio visual dalam kampanye sosial, lingkungan, pendidikan, dan budaya, serta pengembangannya pada kaum intelektual muda melalui pemanfaatan video dokumenter secara profesional (Aceh Documentary, 2017). Dengan kata lain, A-Doc memfokuskan produksi-produksi film *indie* yang berjenis dokumenter.

A-Doc juga merupakan yayasan penyelenggara Aceh Film Festival (AFF) yang rutin dilaksanakan setiap akhir tahun di Aceh. Ajang ini menjadi tempat

berkumpul, berdiskusi, dan saling memberi dukungan para sineas *indie* Aceh. AFF tidak hanya menampilkan karya-karya film para sineas *indie* Aceh, tetapi juga menampilkan karya-karya seni lintas batas. Dalam AFF biasanya ada kolaborasi seni antara para sineas dengan para pegiat seni musik dan seni rupa. Setiap tahunnya, AFF memiliki tema yang berbeda. Pada 2015 AFF tidak ada tema yang spesifik, 2016 bertemakan HAM, dan 2017 bertemakan Refleksi. Secara umum, hal utama dan menarik untuk AFF adalah film-film yang bertemakan konflik dan kekerasan. AFF memiliki beberapa program, yaitu temu komunitas, pemutaran film (film lokal dan film luar/*special screening*), diskusi film, hingga acara seremonial.

Menurut Azhari (atau biasa dipanggil Ayi; salah satu pengurus A-Doc) dan mayoritas sineas *indie* Aceh, film adalah media “refleksi diri” (apa saja yang pernah kita lakukan hingga saat ini) karena masyarakat Aceh percaya, sebelum meninggal, kita akan melihat “film” tentang diri kita sejak lahir hingga sebelum meninggal. Ayi berkata, “...film adalah catatan kehidupan. Film juga adalah media refleksi diri kita, karena sebelum kita menghadap Illahi, kita akan melihat kilasan peristiwa kehidupan kita,” (hasil wawancara 16 April 2018). Seluruh film *indie* Aceh (baik yang berjenis dokumenter maupun fiksi) menggunakan bahasa daerah Aceh. Jamaluddin Phonna (atau akrab dipanggil Jamal, salah satu pendiri A-Doc), menambahkan, alasan penggunaan bahasa daerah dalam film-film Aceh di antaranya agar para penonton lebih nyaman dan menimbulkan kedekatan.

Selain maraknya produksi film *indie* nonfiksi yang berjenis dokumenter, di Aceh juga banyak diproduksi film-film *indie* fiksi komersil yang juga sangat digemari oleh masyarakat Aceh. Film-

film *indie* fiksi komersial Aceh didistribusikan melalui media VCD. Terdapat satu perusahaan (Kasga Record) yang menjual dan mendistribusikan film-film *indie* fiksi komersial Aceh ke dalam keping-keping VCD. Jika film *indie* fiksi komersial didistribusikan via VCD, film *indie* dokumenter nonfiksi didistribusikan/diputar melalui festival-festival film (terutama dalam rangkaian program Aceh Film Festival/AFF) dan ruang putar publik, baik itu di kota-kota maupun di desa-desa. Film-film itu diputar dengan sistem *roadshowing* melalui program *Gampong Film* yang digagas oleh A-Doc dalam AFF, yakni pemutaran film ke desa-desa melalui sebuah *event* ruang putar film yang berbentuk semacam layar tancap. VCD film-film *indie* fiksi komersial Aceh dirilis setiap menjelang hari-hari besar keagamaan Islam (Idul Fitri, Idul Adha, Maulid Nabi Muhammad SAW., dll).

Berdasarkan paparan di atas dan dengan ditemukannya fenomena-fenomena tersebut, penulis tertarik untuk meneliti dan mencoba mengungkap bagaimana film *indie* Aceh (baik itu film *indie* dokumenter nonfiksi maupun film *indie* fiksi komersial) berperan sebagai media penunjang kehidupan sosial-budaya masyarakat Aceh di Nanggroe Aceh Darussalam. Selain hal tersebut, ketiadaan ekshibitor film komersial berjaringan (seperti *Cinema XXI* atau *CGV Blitz*) membuat para sineas *indie* Aceh harus terus menggali cara untuk dapat memproduksi dan mendistribusikan karya-karya mereka secara kreatif, efektif, dan efisien di tengah segala keterbatasan yang mereka miliki. Hal tersebut membuat eksperimen film-film *indie* Aceh luar biasa. Penulis berharap artikel hasil riset ini dapat menambah khazanah konsep-konsep di dunia riset film *indie*, serta mengungkap fenomena yang terjadi khususnya di dun-

ia perfilman Aceh dan dunia perfilman *indie* di Indonesia pada umumnya.

METODE

Riset ini menggunakan metode riset studi kasus bersifat deskriptif dengan data yang berjenis kualitatif. Penulis menggunakan metode studi kasus deskriptif-kualitatif karena penulis menghimpun fakta-fakta tentang fenomena-fenomena film *indie* yang berperan besar sebagai media untuk menunjang kehidupan sosial-budaya masyarakat Aceh di Nanggroe Aceh Darussalam. Dua jenis film *indie* yang diproduksi di Aceh adalah film *indie* dokumenter nonfiksi dan film *indie* fiksi komersial. Kedua jenis film *indie* ini memiliki fungsi dan peran tersendiri dalam menunjang kehidupan sosial-budaya masyarakat Aceh. Penulis berusaha mengungkap keunikan dan penggunaan kedua jenis film *indie* tersebut sebagai media komunikasi masyarakat Aceh.

Sugiyono (2013) menyatakan, pendekatan kualitatif dilakukan pada objek yang alamiah, dalam artian objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti serta kehadiran peneliti tidak memengaruhi dinamika pada objek tersebut (Zein & Wagiaty, 2018). Lebih lanjut, Bajari mengemukakan, kriteria penelitian deskriptif adalah mengembangkan konsep, menghimpun fakta, menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu (Bajari, 2015). Lebih jauh lagi, Mulyana menyatakan, studi kasus merupakan uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, atau organisasi (komunitas), suatu program, atau suatu situasi sosial (Prasanti & Indriani, 2018).

Dalam riset ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, *focus group*

discussion (FGD), dan studi pustaka. Narasumber riset ini adalah para praktisi film *indie* di Banda Aceh. Sumber data sekunder berasal dari buku, jurnal, majalah, dan *website* yang membahas film *indie* dan kajian film secara umum. Para narasumber/informan yang peneliti wawancarai adalah Jamaluddin Phonna (Jamal) dan Azhari (Ayi) yang merupakan pendiri dan pengurus Yayasan Aceh Documentary (A-Doc) serta Syekh Ghazali, pemilik Kasga Record (salah satu perusahaan distribusi dan pemasaran film *indie* fiksi komersial Aceh) sekaligus produser beberapa film *indie* fiksi Aceh. Penulis memilih mereka karena kriteria informan yang dipilih dalam penelitian ini harus masuk ke dalam kriteria (1) praktisi film *indie* dari Aceh; (2) pendiri dan pengurus komunitas film yang aktif memproduksi film *indie* dokumenter; (3) pemilik rumah produksi film *indie* fiksi yang berpengalaman memproduksi film *indie* fiksi; dan (4) mengetahui sejarah, perkembangan, dan kondisi aktual perfilman *indie* Aceh. Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut, informan-informan di atas terpilih untuk diwawancarai. Penulis melakukan wawancara dan observasi selama 4 hari di Banda Aceh dan sekitarnya, mulai dari 16 April 2018 hingga 19 April 2018.

Penulis menggunakan prosedur purposif dan *snowball* dalam rangka pengambilan/pemilihan sampel informan riset. Prosedur purposif dilakukan dengan menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu (Bungin, 2011). Prosedur purposif dipilih karena kesesuaian informan dengan masalah riset. Karena riset ini bertema film *indie*, informan yang diwawancarai dan disertakan dalam FGD adalah para praktisi film *indie* di Aceh. Prosedur *snowball* dilakukan dengan cara bertanya pada

informan utama mengenai kandidat informan lain yang memiliki pengetahuan tentang subjek/tema riset yang sedang digali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Film *Indie* Dokumenter sebagai Media Advokasi, Literasi Informasi, dan Sosialisasi bagi Masyarakat Aceh

Seperti yang telah dipaparkan dalam bagian pendahuluan, Yayasan Aceh Documentary (A-Doc) adalah salah satu lembaga nonprofit yang membangkitkan geliat film *indie* berjenis dokumenter nonfiksi di Aceh. Film-film dokumenter yang dihasilkan A-Doc selalu memiliki konten “ke-Aceh-an”. A-Doc rutin menyelenggarakan pelatihan/program tahunan, yaitu ADC (Aceh Documentary Competition) dan ADJ (Aceh Documentary Junior) sejak 2013. Sepuluh ide/konsep terbaik dipilih dari ADC dan ADJ. Tujuan utamanya adalah menghasilkan 20 sutradara terbaik setiap tahunnya. Program ini diawali dengan *workshop* selama delapan hari, mulai dari riset konten, pematangan konsep, hingga pelatihan-pelatihan teknis. Setelah semua tahap awal ditempuh, dilanjutkan dengan syuting di lapangan selama sepuluh hari, dan berakhir dengan kegiatan pascaproduksi (*editing* dan *scoring*) di kantor A-Doc. Diskusi film dilakukan dalam sebuah program khusus, yakni Aceh Documentary Forum. Pemerintah daerah setempat juga diundang dalam kegiatan tersebut.

Salah satu hal menarik yang ditemukan adalah film-film yang dihasilkan di bawah bendera A-Doc tidak dikomersialkan atas dasar etika. Jamal menyatakan,

“...tidak etis rasanya jika kita menjual film-film dokumenter yang di dalamnya (mungkin) berisi tentang penderitaan seseorang. Selain itu, jika film-film

dokumenter tersebut dikomersialkan, akan sulit juga jika memikirkan pembagian honor, bukan hanya untuk seluruh tim produksi, tetapi juga honor untuk “subjek” yang kisahnya diangkat dalam film,” (hasil wawancara 19 April 2018).

Karya-karya ADC dan ADJ juga belum pernah diunggah di *YouTube*. Akan tetapi, ada rencana dari A-Doc untuk mengunggah hasil karya tahun 2013 di *YouTube*, menimbang sudah lima tahun sejak karya tersebut dibuat dan dipublikasikan. Di era digital seperti sekarang, pemanfaatan media digital adalah keniscayaan. Jadi, pemanfaatan *YouTube* menjadi “ruang putar film” oleh A-Doc merupakan sebuah langkah maju. Kini, tipe khalayak juga telah bergeser; dari yang tadinya khalayak tradisional menjadi khalayak digital. Kemunculan media digital juga memengaruhi perilaku penggunaan media oleh khalayak. Media dan khalayak dapat saling “berinteraksi” dan memengaruhi. Seperti yang dinyatakan Gotved (2006) berikut ini.

“Mendekati interaktivitas yang terjadi di media era kedua tidak lagi karena adanya perangkat-perangkat teknologi baru yang memungkinkan melakukan itu semua. Aspek khalayak juga bertransformasi dari khalayak tradisional menjadi khalayak digital dengan berbagai aspek ataupun ciri khas yang berbeda. Tidak sekadar dipandang sebagai individu semata, khalayak secara komunal menciptakan komunitas yang secara realitas sosial siber sangat berbeda dengan yang ada di dunia offline,” (Nasrullah, 2018).

Media digital marak digunakan dan dimanfaatkan khalayak semenjak era ditemukannya internet. Lebih lanjut

Lyons menyatakan kemunculan internet sangat memengaruhi setiap aspek kehidupan sosial-budaya manusia, termasuk dalam dunia industri film. Hal tersebut tertuang dalam kutipan berikut ini.

“The Internet has had an impact on the world, touching every facet of our lives, and the film industry is no exception. It has provides filmmakers with a venue to create buzz, enroll an audience, and offer a platform from which to sell and market our films,” (Lyons, 2012).

Terkait dengan penggunaan *YouTube*, Ayi menuturkan *platform YouTube* baru dikenal dan dimanfaatkan oleh para sineas Aceh sejak 2013. Film-film dokumenter Aceh biasanya diputar di Festival Film Dokumenter (FFD), Festival Film Pelajar Jogja, dan Malang Film Festival (MaFest). Menyambung pernyataan Ayi, Jamal berharap komunitas film *indie* di Aceh juga perlu lebih aktif dan kreatif dalam membuka dan membuat jaringan dengan komunitas-komunitas film *indie* di daerah lain. Dengan begitu, nantinya akan terbuka kesempatan untuk memperkenalkan, memasarkan, dan mengundang investor dari luar Aceh. Selain melalui festival-festival film, kerja sama yang dapat dilakukan dalam lingkup komunitas film *indie* salah satunya adalah pertukaran karya antara komunitas film *indie* Aceh dengan komunitas-komunitas film *indie* di luar Aceh. Beberapa kerja sama yang rutin dilakukan antarkomunitas adalah kerja sama dengan komunitas-komunitas film *indie* Jogja, Padang, dan Jakarta. Selain itu, salah satu masalah bagi perkembangan film *indie* di Aceh adalah peralatan produksi. Hal ini sementara dapat ditanggulangi dengan saling meminjam alat antarkomunitas film di Aceh.

Di luar program-program rutin yang telah dilaksanakan setiap tahun,

A-Doc juga biasa mengerjakan proyek dokumentasi *wedding* atau pembuatan *company profile* perusahaan/instansi. Hal ini ditempuh agar ada pemasukan tambahan untuk yayasan (mengambil 30% untuk yayasan dari honor proyek tersebut). Ayi, yang juga kepala departemen A-Doc, menuturkan setiap tim produksi yang mendapatkan pelatihan produksi film dalam program ADC dan ADJ (biasanya berasal dari berbagai daerah dari seluruh Aceh) bisa menjadi “*agent of change*” di daerahnya. Mereka memutar film hasil karya mereka di ruang putar daerah masing-masing.

Terkait dengan “*agent of change*” di atas dan kaitannya dengan pemerintah daerah di Aceh, film-film *indie* dokumenter di Aceh juga berperan sebagai media advokasi dengan pemerintah. Bagi pemerintah Aceh, film berfungsi sebagai media sosialisasi dan/atau media informasi. Media informasi di sini berarti pemerintah dapat mengetahui isu-isu apa saja yang berkembang di masyarakat melalui film dokumenter yang diproduksi sineas-sineas *indie* Aceh. Film juga dijadikan media kritik terhadap pemerintah dan realitas-realitas yang terjadi di Aceh. Film-film Aceh sering kali mengangkat tema-tema budaya dan isu-isu sosial yang berkembang di masyarakat. Selain sebagai media advokasi antara masyarakat dengan pemerintah Aceh, film-film *indie* dokumenter ini juga menjadi media literasi informasi bagi masyarakat dan pemerintah Aceh. Seperti pernyataan Ayi berikut ini,

“...film-film dokumenter Aceh sering kali mengangkat isu-isu di tempat-tempat tertentu yang terdapat dalam lingkup teritori Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Film yang sudah selesai diproduksi kemudian diperlihatkan kepada pemerintah setempat. Dari situ, film juga

berkembang sebagai media untuk perubahan sosial. Pemerintah Aceh juga menggunakan film sebagai media sosialisasi. Di sini, film berperan sebagai media informasi. Film digunakan sebagai media untuk menginformasikan hal-hal positif dari Aceh, baik itu oleh pemerintah Aceh maupun para sineas indie Aceh,” (hasil wawancara 18 April 2018).

Berdasarkan paparan kutipan wawancara dengan Ayi di atas, penulis berpendapat bahwa para sineas *indie* Aceh benar-benar menggunakan film sesuai dengan “khitah”-nya sebagai media penyampai pesan yang terwujud dalam film-film dokumenter. Hakikat film sebagai media penyampai informasi unsur-unsur antar masyarakatnya, baik itu secara vertikal (pemerintah-rakyat) maupun horizontal (rakyat-rakyat) menjadi realitas di Aceh.

Selain sebagai media informasi dan penyampai pesan, film juga dapat “mengantarkan” perasaan dan emosi melalui media audiovisual. Seperti pernyataan Siregar berikut ini.

“Sebagai sebuah media, film mengomunikasikan informasi dan ide-ide. Entah itu berhubungan langsung dengan diri si penonton atau sekedar menjadi sebuah bentuk hiburan. Yang lebih penting, sepertinya, film menawarkan kepada kita cara untuk melihat dan merasakan sesuatu yang menarik bagi kita. Film membawakan kita pengalaman, melalui cerita, pergerakan pada gambar, suara, dan penokohan di dalamnya. Film juga membawa kita ke dalam sebuah bentuk perjalanan, petualangan yang menawan pikiran dan emosi kita,” (Siregar, 2011).

Namun, ada fenomena mengenai film dan seni pada umumnya yang diperseps-

si sebagai hal negatif oleh masyarakat Aceh. Ghazali, Direktur Kasga Record, salah satu perusahaan distribusi dan pemasaran film *indie* komersil Aceh, mengatakan,

“..dalam skala yang lebih luas, pemerintah Aceh cenderung apatis terhadap segala bentuk seni, termasuk film. Seni cenderung hanya dipakai sebagai alat untuk berkampanye di masa-masa pilkada. Jadi, seni di Aceh hanya digunakan sebagai media politik dan propaganda pemerintah,” (hasil wawancara 17 April 2018).

Tema besar film *indie* Aceh adalah “ke-Aceh-an” dan “Syariat Islam”. Dengan kata lain, para sineas *indie* Aceh mencoba “berdakwah melalui film”. Syariat Islam di Aceh tecermin dalam kegiatan sehari-hari masyarakatnya, dengan kata lain, agama Islam sudah melekat dalam kehidupan berbudaya masyarakat Aceh. Beberapa kendala yang menghambat perkembangan film *indie* di Aceh dari sisi sosial-kemasyarakatan antara lain masyarakat Aceh “tidak mengerti” film, diberlakukannya syariat Islam yang sangat ketat, serta minimnya *support* dana dari pemerintah. Oleh karena itu, para sineas *indie* Aceh mayoritas menggantungkan “hidup” mereka pada proyek produksi-produksi video/film yang berisi sosialisasi pemerintah/pembuatan *company profile* dan CSR perusahaan-perusahaan swasta.

Film Indie Fiksi sebagai Media Hiburan bagi Masyarakat Aceh

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan Syekh Ghazali, Direktur Kasga Record, banyak fenomena menarik yang muncul dari dunia film *indie* fiksi komersial di Aceh. Film-film *indie* fiksi komersial di Aceh berkembang sejak tahun 2000-an dan diproduksi dalam berbagai genre film. Setelah Aceh

diterjang tsunami, genre komedi menjadi genre yang paling laku di pasaran Aceh. Genre-genre film yang diproduksi meliputi genre komedi, religi, dan *action*. Adanya genre film yang beragam dalam blantika film *indie* fiksi komersial Aceh memunculkan banyak pilihan bagi masyarakat Aceh untuk menikmati film-film khas Aceh. Keragaman genre ini membantu masyarakat Aceh untuk memilih film-film Aceh yang sesuai dengan keinginan dan harapan mereka karena hakikatnya, menurut Watson, genre adalah “*a set of precepts and expectations for audiences to organise their viewing*” (Watson, 2012a).

Genre film *indie* komersial yang paling banyak diproduksi di Aceh adalah komedi. Fenomena ini terjadi karena melalui film komedi, masyarakat Aceh mendapatkan hiburan yang sedikit demi sedikit dapat mengubur luka akibat konflik dan tsunami. Seperti yang dikatakan Ayi berikut ini,

“...genre komedi sangat laris dan diminati orang-orang Aceh karena masyarakat Aceh sangat butuh hiburan. Hiburan ini diperlukan setelah konflik yang terjadi berlarut-larut di Aceh, selain juga karena masyarakat Aceh masih menyimpan luka karena tsunami yang terjadi pada tahun 2004” (hasil wawancara 16 April 2018).

Film *indie* fiksi komersial bergenre komedi yang paling laku di Aceh adalah “Empang Breuh”. Menurut penuturan Ghazali, pada 2018 “Empang Breuh” sudah memasuki *season* ke-13. Ada juga film-film yang diperankan penyanyi sekaligus aktor lokal asal Lhokseumawe, Aceh, yaitu Zuhdi yang lebih terkenal dengan nama panggung Bergek. Bergek telah bertahun-tahun mendapatkan atensi yang baik dari masyarakat Aceh, baik itu lagu-lagu maupun film-film yang bintanginya. Beberapa film yang pernah ia dibintangi

mayoritas bergenre komedi-romantis, antara lain “Meudabel Cinta”, “Boh Hate”, dan “Cinta Modus”. Bahkan, film yang mengangkat kehidupannya, “Bergek The Movie”, telah diluncurkan pada 2016 dan mendapat sambutan positif dari para penggemarnya di Aceh.

Jika ditelisik dari konteks *star studies*, Bergek adalah komoditas pasar yang menjamin para produser mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan film-film yang menggunakan Bergek sebagai bintang utama. Nama “Bergek” yang telah terkenal di Aceh sejak masih kecil adalah sebuah “merk” yang memudahkan para produser untuk memasarkan filmnya. Seperti yang dinyatakan Watson, “*since the establishment of the studio system, film stars have been understood to perform a key economic function in relation to product differentiation and marketing*” (Watson, 2012b). Peran film *indie* fiksi komersial sebagai media hiburan masyarakat Aceh semakin nyata apabila bintang idola mereka membintangi film yang mereka tonton. Dari segi khalayak/penonton, film *indie* fiksi komersial ini dibutuhkan untuk menghibur serta memuaskan sisi psikologis penonton karena mereka mendapatkan kepuasan setelah menonton film yang dibintangi idola. Dari segi bisnis, para produser juga akan mudah dalam memasarkan dan mempromosikan film-film *indie* fiksi komersial jika dibintangi oleh aktor/aktris ternama.

Film-film *indie* komersial bergenre komedi merupakan hiburan bagi masyarakat Aceh; berfungsi juga sebagai sarana pelepasan (*relieve*) di tengah konflik yang sering terjadi di Aceh. Ciri khas film komedi Aceh adalah adanya pelesetan-pelesetan dari cerita-cerita rakyat Aceh. Cerita rakyat pada awalnya tersaji dalam bentuk lisan yang memuat persoalan tradisi sekelompok masyarakat kolektif (Iskandar & Sumbi, 2012).

Menurut Ghazali, seluruh film *indie* fiksi komersial di Aceh diproduksi dengan bahasa daerah Aceh. Jadi, selain melestarikan budaya Aceh, tujuan penggunaan bahasa daerah Aceh dalam film-film *indie* yang diproduksi para sineas Aceh adalah untuk menciptakan *proximity* atau kedekatan dengan para penontonnya. Lebih lanjut, Ghazali menyatakan,

“...ada sekitar 13 bahasa daerah berbeda yang digunakan. Tapi yang paling sering/umum digunakan dalam film adalah bahasa daerah Aceh “pinggiran”, karena bahasa daerah tersebut adalah bahasa yang paling sering digunakan orang Aceh, terutama di Banda Aceh (dan mayoritas masyarakat Aceh mengerti dengan bahasa daerah ini). Dari ketiga belas bahasa daerah tersebut, ada yang kata-katanya sangat berbeda, ada juga yang hanya berbeda dialektanya saja. Film-film dan lagu Aceh juga banyak memakai bahasa Gayo,” (hasil wawancara 17 April 2018).

Film-film *indie* fiksi komersial Aceh didistribusikan dalam skala lokal. Jika ada film Aceh yang tersebar secara nasional, berarti film-film tersebut dibawa oleh orang Aceh ke luar daerah. Satu hal yang terbilang unik, perangkat yang digunakan sebagai media penyimpanan film-film *indie* fiksi komersial Aceh seluruhnya masih menggunakan VCD. Ghazali mengungkapkan sedikit fenomena mengenai bisnis dan industri film *indie* fiksi komersial di Aceh, yang selengkapannya tertuang dalam kutipan berikut .

“...satu keping VCD film dijual seharga tujuh ribu rupiah. Biasanya dicetak 100.000 copy di awal produksi. Biaya produksi film indie fiksi komersial di Aceh ada pada kisaran 65-100 juta rupiah. Para produser film indie

fiksi komersial Aceh memperbanyak film mereka di Jakarta, setelah itu dikirim balik ke Aceh, baru kemudian didistribusikan. Tidak ada investor besar di Aceh. Seluruh biaya produksi dan distribusi terkumpul secara swadaya. Yang menarik, ada seorang distributor dan marketing keling di Aceh yang khusus menjual VCD-VCD film dan lagu di Aceh secara eceran/door-to-door yang bernama Salam Pasar Pagi dan dia sangat terkenal di Aceh. Terdapat Asosiasi Industri Rekam Aceh (AIRA) yang membantu para sineas film indie komersial Aceh untuk menanggulangi/mencegah pembajakan,” (hasil wawancara 17 April 2018).

Berdasarkan hasil wawancara di atas, terkuak sebuah fakta bahwa tidak ada investor besar di Aceh dan seluruh biaya produksi film hingga distribusi dilakukan secara swadaya. Para produser ini sadar bahwa biaya produksi hingga distribusi film-film *indie* fiksi komersial Aceh tidak murah. Namun, mereka tidak berhenti untuk memproduksi film-film yang hingga saat ini masih menjadi media hiburan bagi masyarakat Aceh. Hal ini sejalan dengan ungkapan Montagu berikut ini.

“Can film be made cheaply? The amateur knows that film-making is not exactly a cheap hobby, even when he simply takes his miniature camera, presses the button, lets come what will come, and shows the result on a strip in the precise order in which it was exposed, interspersed with black frames, reeling, swating angles, and wobbly handpans,” (Montagu, 1964).

Kini, segmen dan konsumen film

indie fiksi komersial di Aceh yang terbesar adalah kalangan anak-anak dan ibu rumah tangga. Khalayak berusia produktif di Aceh (anak-anak remaja, remaja dewasa, dan generasi milenial) cenderung menonton film-film Aceh melalui *platform YouTube*, tidak lagi membeli VCD. Perubahan zaman dan pergeseran perilaku menonton film ini berpengaruh besar secara ekonomi bagi para produser dan distributor film *indie* fiksi komersial Aceh. Perkembangan teknologi menggerus industri film *indie* fiksi komersial Aceh yang dulunya hanya dipasarkan secara konvensional melalui VCD. Oleh karena itu, mau tidak mau para produser ini wajib menggunakan *platform* digital yang lebih familiar di kalangan generasi milenial dalam mendistribusikan dan mempromosikan film-film mereka. Seperti yang dinyatakan Ghazali berikut ini.

“...munculnya YouTube di awal 2000-an lambat laun memati-kan penjualan VCD lagu dan film. Sekarang, omzet penjualan VCD film yang dipasarkan Kasga cenderung mengalami penurunan dari tahun ke tahun karena sekarang film-film lokal Aceh bisa ditonton secara gratis di YouTube. Karena keadaan tersebut, mau tidak mau para produser film indie fiksi komersial di Aceh juga memakai strate-gi memasarkan film mereka melalui YouTube, selain mema-sarkannya secara konvensional melalui VCD. Dengan langsung mengunggah film produksi mere-ka di YouTube (sebelum dipasar-kan secara luas), para produser film ini berpeluang mendapatkan pemasukan dari YouTube un-tuk kelangsungan hidup mereka. Syaratnya, film-film yang mereka unggah di kanal YouTube mere-

ka harus memiliki minimal 1.000 subscriber dan 10.000 viewers demi mendapatkan pemasukan dari iklan,” (hasil wawancara 17 April 2018).

Meskipun terasa berat dalam hal ongkos produksi, distribusi, dan belum tentu mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan, para produser film *indie* fiksi komersial di Aceh tetap kukuh memasarkan film-film mereka menggunakan media konvensional seperti VCD. Di satu sisi, fenomena tersebut menjadi sebuah keunikan tersendiri dalam konteks bisnis dan industri film karena di wilayah lain, film-film sudah dipasarkan menggunakan media yang lebih modern seperti DVD, *Blue-Ray* atau memanfaatkan *website* untuk memasarkan film. Namun, di sisi lain, perkembangan teknologi dari media konvensional ke media digital membuat pangsa pasar penjualan film-film *indie* fiksi komersial Aceh menurun sehingga para produser film ini “terpaksa” mengikuti perkembangan zaman dengan mencari celah keuntungan di *platform* digital seperti YouTube untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Aceh akan hiburan dan sarana pelepasan stres dari konflik-konflik yang sering terjadi di Aceh.

Bagi produser film *indie* yang tidak memiliki akses ke bioskop atau televisi, penggunaan *platform* digital seperti YouTube atau bahkan Facebook untuk memasarkan dan mendistribusikan film-film mereka adalah langkah yang strategis. Seperti yang tertuang dalam pernyataan Broderick (tahun) berikut ini.

“User-generated services like YouTube provide a platform, and with more than 600 million ac-tive users, Facebook could also become a serious competitor to film/TV centric digital distribu-tion companies such as Netflix and Hulu,” (Lyons, 2012).

SIMPULAN

Film *indie* di Nanggroe Aceh Darussalam kembali pada hakikat film sebagai media komunikasi. Film-film *indie* Aceh digunakan sebagai media penyampai informasi dan media hiburan bagi masyarakatnya. Bahasa yang digunakan juga seluruhnya adalah bahasa daerah Aceh sehingga dapat menimbulkan kedekatan (*proximity*) antara film dengan penonton. Selain menimbulkan kedekatan, penggunaan bahasa daerah Aceh dalam seluruh film *indie* Aceh, secara tidak langsung melestarikan budaya Aceh. Film *indie* yang dominan diproduksi di Aceh berjenis film *indie* dokumenter nonfiksi dan film *indie* fiksi komersial. Film *indie* dokumenter nonfiksi di Aceh digunakan sebagai media advokasi masyarakat Aceh kepada pemerintah Nanggroe Aceh Darussalam serta sebagai media literasi informasi, baik bagi pemerintah maupun masyarakat Aceh. Bagi pemerintah Aceh, film *indie* dokumenter nonfiksi digunakan sebagai media sosialisasi pemerintah kepada masyarakat. Film *indie* fiksi komersial berfungsi sebagai media hiburan dan sarana pelepasan (*relieve*) bagi masyarakat Aceh, di tengah kondisi konflik yang sering kali mendera wilayah Nanggroe Aceh Darussalam. Jadi, baik film *indie* dokumenter nonfiksi maupun film *indie* fiksi komersial Aceh memiliki peran dan fungsinya masing-masing sebagai media penunjang kehidupan sosial-budaya di Nanggroe Aceh Darussalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aceh Documentary: Profil. (2017). Retrieved January 21, 2019, from acehdocumentary.com website: <http://acehdocumentary.com/profil/>
- Ayawaila, G. R. (2017). *Dokumenter: Dari Ide Hingga Produksi* (3rd ed.). Jakarta: FFTV-IKJ Press.
- Bajari, A. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi: Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (2nd ed.). Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Friedman, L. D., Desser, D., Kozlaff, S., Nochimson, M. P., & Prince, S. (2014). *An Introduction to Film Genres*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.
- Ibrahim, I. S., & Iriantara, Y. (2017). *Komunikasi yang Mengubah Dunia: Revolusi dari Aksara hingga Media Sosial* (Ensiklopedia Teknologi Komunikasi). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Iskandar, R. Y., & Sumbi, D. (2012). Citra Perempuan Sunda di Dalam Karya Sastra dan Film. *Jurnal Socioteknologi*, 26(11), 97–104.
- Lyons, S. (2012). *Indie Film Producing: The Craft of Low Budget Filmmaking*. Waltham: Focal Press.
- Montagu, I. (1964). *Film World: A Guide to Cinema*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Nasrullah, R. (2018). Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial. *Jurnal Socioteknologi*, 17(2), 271–287.
- Patz, D. (2010). *Film Production Management 101: Management and Coordination in A Digital Age*. Los Angeles: Michael Wiese Productions.
- Pemerintah Aceh | Geografis Aceh. (2016). Retrieved January 21, 2019, from acehprov.go.id website: <https://www.acehprov.go.id/profil/read/2014/01/30/11/geografis-aceh.html>
- Prasanti, D., & Indriani, S. S. (2018).

- Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Sistem e-Health alodokter.com. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(1), 93–103.
- Putri, I. P. (2013). Mendefinisikan Ulang Film Indie: Deskripsi Perkembangan Sinema Independen Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2(2), 119–128.
- Siregar, H. A. A. (2011). Kontribusi Teori Interpretasi Psikoanalisis dan Hermeneutik terhadap Proses Analisis/Pengkajian Film. *Jurnal Sosioteknologi*, 23(10), 1077–1092.
- Watson, P. (2012a). Approaches to film genre – Taxonomy/Genericity/Metaphor. In B. Nicholls & J. Nelmes (Eds.), *Introduction to Film Studies* (Fifth edit, pp. 187–208). Oxon: Routledge.
- Watson, P. (2012b). Star Studies: Text, Pleasure, Identity. In B. Nicholls & J. Nelmes (Eds.), *Introduction to Film Studies* (Fifth edit, pp. 167–185). Retrieved from <http://www.qut.eblib.com.au/patron/Read.aspx?p=958440&>
- Zein, D., & Wagiati. (2018). Bahasa Gaul Kaum Muda sebagai Kreativitas Linguistik Penuturnya pada Media Sosial di Era Teknologi Komunikasi dan Informasi. *Jurnal Sosioteknologi*, 17(2), 236–245.

Wawancara:

- Azhari (Ayi) dan Jamaluddin Phonna (Jamal) (Yayasan Aceh Documentary/A-Doc; 16-19 April 2018).
- Syekh Ghazali (Ghazali) (Kasga Record; 17 April 2019).