

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Harian Jogja

Surat kabar Harian Jogja diterbitkan perdana pada 20 Mei 2008, bersamaan dengan perayaan Seabad Hari Kebangkitan Nasional, oleh kelompok penerbit Bisnis Indonesia. Surat kabar ini menjadi koran komunitas ketiga dari grup Bisnis Indonesia setelah Solopos di Solo dan Monitor Depok di Depok, Jawa Barat. Harian Jogja dikemas untuk bisa dekat dengan karakter Jogja. Gaya penulisan, penggunaan tata warna, begitu dominan aspek lokal budaya Jogja. Menjadikan koran ini sebagai bagian Jogja, juga tercermin dari usul sapaan pembaca atas koran ini dengan panggilan Harjo (Mas harjo, Mbah Harjo, Pakde Harjo, Ki harjo). Sebuah nama sapaan khas setempat yang begitu akrab. Wilayah edar koran ada di seluruh wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Kota Jogja, Sleman, Bantul, Kulonprogo, Gunungkidul). Bersamaan dengan versi cetaknya, domain www.harianjogja.com pertama kali diluncurkan pada 20 Mei 2008.

Harian Jogja merupakan sebuah koran yang memiliki dimensi panjang 57,7 cm dan lebar 32,2 cm. Surat kabar Harian Jogja memiliki dua sesi pemberitaan yaitu sesi Harian Jogja dan sesi Jogja Politan. Pada sesi Harian Jogja terdapat 11 rubrik, diantaranya adalah rubrik Harian Jogja, rubrik Berita Utama, rubrik Ekonomi Bisnis, rubrik Aspirasi, rubrik Buka Mata, rubrik Pergelaran, rubrik Internasional, Halaman iklan, rubrik Sepak Bola, dan rubrik Harian Jogja Sport pada halaman akhir sesi Harian Jogja. Dan jumlah keseluruhan halaman sesi satu dari surat kabar Harian Jogja adalah 12 halaman.

Pada sesi ke dua yaitu sesi Jogja Politan terdapat 7 rubrik. Yaitu rubrik Kartamantul, rubrik Gunung Kidul, rubrik Kulonprogo, rubrik Humaniora, rubrik Niaga & Jasa, dan rubrik Corporate Insight pada akhir sesi Jogja Politan. Total keseluruhan halaman surat kabar Harian Jogja adalah 20 halaman.

1. Sejarah Harian Jogja

Dari gedung berlantai tiga di Perempatan Kentungan, Jl. Kaliurang, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, sebuah inspirasi untuk membuat sebuah koran baru di Jogja muncul. Berdasarkan data *Nielsen Media Research*, terungkap bahwa secara persentase, masyarakat Jogja dan sekitarnya merupakan komunitas pembaca media tertinggi di Indonesia.

Harian Jogja merupakan hasil konglomerasi media dari Bisnis Indonesia Group. Surat kabar Harian Jogja juga memiliki stasiun radio Star Jogja FM. Saat itu, tepat pada 17 Agustus 2007, Lulu Terianto dan Ahmad Djauhar sedang iseng mencari lokasi untuk kantor perwakilan Bisnis Indonesia di Jogja. Sugiharto Gunawan dari Maestro 90 menawarkan lokasi di Kentungan tersebut dengan harga sekitar Rp 4,5 miliaran. “Tapi, apa iya kita butuh kantor sebesar itu,” ujar Lulu bernada tanya. Djauhar mengiyakan, “asal sekalian dengan membuat koran baru.”

Pertukaran wacana pun terjadi, meski hanya terbatas pada beberapa kepala. Ketika hal itu disampaikan ke Bambang Natur, dia pun merespons positif. “Wah, berani deh. Muhaimin dan Toto Iman Suparto (keduanya eks-Bisnis Indonesia) saja berani membikin koran baru di Solo, masa’ kita tidak berani.”

Dari rapat direksi PT JAG 24 Oktober 2007, dimulailah rencana pendirian koran baru di Jogja. Mulailah dipersiapkan tim untuk membuat

studi kelayakan koran baru di Jogja. Nama awal yang diusulkan adalah *Jogjapos*. Maka dibentuklah tim beranggotakan Ahmad Djauhar (sebagai pemimpin proyek), Y.A. Sunyoto (meninggal dunia pada 2010, ketika itu menjabat sebagai Pemimpin Redaksi Harian *Monitor Depok*), Yosep Bayu Widagdo (Redaktur Keuangan Bisnis Indonesia), Tomy Sasangka (Asisten Redaktur Umum/Politik Bisnis Indonesia), Engky Harnani (Manajer Pemasaran), dan Shanty Rahayu (Manajer Keuangan Bisnis Indonesia).

Laporan rinci tentang rencana pendirian koran baru di Jogja kepada Pemimpin Umum dan Pemimpin Perusahaan Bisnis Indonesia disampaikan pada 5 April 2008. Pemimpin Umum pada prinsipnya mendukung gagasan tersebut. Saat itu, disepakati pula nama PT yang akan dibentuk adalah PT Aksara Dinamika Jogja.

Senin, 19 Mei 2008, diselenggarakanlah acara peluncuran Harian Jogja di Bangsal Kepatihan yang dihadiri Gubernur DIY Sri Sultan Hamengku Buwono X dan GKR Hemas serta sejumlah komisaris dan Direksi Bisnis Indonesia maupun Direksi Solopos untuk menyambut penerbitan perdana koran yang dimotori Y.A. Sunyoto, Y. Bayu Widagdo, Adhitya Noviard, dan Engky Harnani tersebut keesokan harinya, 20 Mei 2008. Koran ini menjadi satu-satunya koran yang peluncurannya dilakukan di kantor Gubernur di Kepatihan, Danurejan, Jogja.

Hal yang cukup membanggakan pada Harjo—demikian masyarakat Jogja menyebut Harian Jogja—adalah dalam tempo singkat, selain menjadi trendsetter, juga koran peringkat kedua untuk pasar media cetak di DIY. Di tahun ketiga operasionalnya, Harian Jogja memiliki Stasiun Radio Star Jogja FM (didukung 26 karyawan). Kini, total karyawan yang bekerja di

perusahaan itu mencapai 100 karyawan.

2. Visi

Mengawal dinamika dan nilai luhur budaya masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

3. Misi

- a. Memberikan pilihan bagi komunitas Yogyakarta yang makin majemuk.
- b. Memacu semangat masyarakat untuk membangun wilayah secara mandiri.
- c. Menyebarkan romantisme ke-jogja-an bagi waa yang pernah memiliki keterpautan dengan wilayah ini.
- d. Meningkatkan daya kritis masyarakat untuk mencapai cita-cita menuju bangsa yang cerdas.

4. Logo Perusahaan



Gambar 2.1. Logo surat kabar Harian Jogja

5. Struktur Organisasi

Secara umum PT Aksara Dinamika Jogjamemiliki pemimpin umum, pemimpin perusahaan, direksi, pemimpin redaksi, general manager pemasaran dan manager sirkulasi. Berikut adalah susunan redaksi pada perusahaan PT Aksara Dinamika Jogja :

- a. Pemimpin Umum : Prof. DR. H. Sukamdani
S. Gitosardjono.
- b. Pemimpin Perusahaan : Bambang Natur Rahadi
- c. Direksi : Lulu Terianto (Presiden
Direktur),
Bambang Natur Rahadi
- d. Pemimpin Redaksi : Anton Wahyu Prihartono
- e. Dewan Redaksi : Ahmad Djauhar (Ketua),

- Adhitya Noviard, Arief
 Budisusilo, Bayu
 Widagdo, Tommy
 Sasongko, Suwarmin
- f. Redaktur Pelaksana : Nugroho
 Nurcahyo
- g. Redaktur Cetak : Arief Junianto, Budi
 Cahyana,
 Galih Eko Kurniawan,
 Laila Rochmatin, Maya
 Herawati, Mediani Dyah
 Natalia, Sugeng
 Pranyoto, Yudhi
 Kusdiyanto
- h. Redaktur Online : Bhekti Suryani
- i. Content Agregator : Kusnul Isti Qomah, Nina
 Atmasari
- j. Manajer Sekretariat Redaksi : M.M. Foura Yusito
- k. Reporter : Abdul Hamied Razak,
 Beny Prasetya,
 Bernadheta Dian
 Saraswati, David
 Kurniawan, Herlambang
 Jati Kusumo, Holy
 Kartika N.S, I Ketut

		Sawitra Mustika, Irwan A. Syambudi, Jumali, Rheisnayu Cyntara, Rima Sekarani, Salsabila Annisa Azmi, Sekar Langit Nareswari, Sunartono, Ujang Hasanudin, Uli Febriarni.
l.	Fotografer	: Desi Suryanto, Gigih Mulistyو Hanafi
m.	Tim IT	: Budi Cahyono, Eko Purnomo
n.	Asisten Manajer Produksi	: Daniel Kristian
o.	Tim Artistik	: Andi Sutadji, Hengki Irawan, Muhammad Nurbawa P.Y, Nanda Bagus, Tri Harjono, T.G. Sunu Jatmika, Zahirul Alwan, Hendi Prabowo, Kinanti Sakti, Muhammad Fathi
p.	General Manager Pemasaran	: Sri Pujiningsih
q.	Manager Event	: Eko Soetarmo
r.	Asisten Manager Iklan	: Amelia Rizky
s.	Manager Sirkulasi	: Wisnu Wardhana

6. Alamat & Kontak

PT. AKSARA DINAMIKA JOGJA

Jl AM Sangaji No. 41, Cokrodingratan, Jetis, Yogyakarta

No Telp : (0274) 583183 Hunting

Fax : (0274) 564440

Email : redaksi@harianjogja.com

iklan@harianjogja.com

sirkulasi@harianjogja.com

(Sumber diambil pada <http://www.harianjogja.com/tentang-harianjogja>
diakses pada tanggal 2 Maret 2018)

B. Perkembangan Film di Yogyakarta

Yogyakarta dikenal sebagai kota seni yang kental dengan nilai-nilai kebudayaannya. Selain berbagai produk seni rupanya, Yogyakarta juga terkenal dengan karya seni didunia perfilmannya.

Apa itu film di Yogyakarta bisa kita pahami dengan menelusuri satu istilah yang umum dipakai oleh para pembuat film di tahun 2000-an, yakni *film independen* atau *film indie*. Meski ada pihak yang menaruh harapan besar dan menyebut film independen sebagai jagat tersendiri (Novita, 2004: 24). Para pembuat film indie biasanya memiliki kaitan dengan komunitas yang memiliki anggota dengan visi dan misi yang sama, baik pemutaran, apresiasi maupun produksi film.

Meski istilah independen bisa jadi ajang perbantahan, ia membantu kita

menggambarkan pembuatan film Yogyakarta yang tidak terkait dengan industri film Indonesia, yang berpusat di Jakarta. Karya film independen secara umum tidak diputar di layar bioskop yang dimiliki oleh pengusaha Jakarta. Para pembuat film independen tidak bersekolah di sekolah film yang, lagi-lagi, hanya ada di Jakarta. Peralatan dan pekerja film independen ugahari dan didapat dari tempat sekitar. Pendek kata, independen di sini bukan soal membangun gagasan kesenian tersendiri atau gerakan membebaskan diri dari kekuasaan ekonomi-politik tertentu, tetapi swadaya karena keadaan dan keterpisahan. (Herlina dkk, 2015:9)

Beberapa contoh komunitas yang menyelenggarakan program pelatihan, pemutaran, dan apresiasi adalah komunitas kine klub yang berbasis kampus seperti di Universitas Gadjah Mada (UGM), Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta, Akademi Pembangunan Masyarakat Desa (APMD), Universitas Atma Jaya Yogyakarta (UAJY), Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), dan Universitas Islam Negeri Yogyakarta (UIN, dulu IAIN). Ada juga komunitas apresiasi dan kajian film yang tidak berbasis kampus, seperti De Javu, Kinoki, Montase, Rumah Sinema, Forum Film Dokumenter (sebelum 2013 disebut Komunitas Dokumenter, penyelenggara Festival Film Dokumenter), serta kelompok yang lebih bergelut dalam kegiatan produksi seperti Limaenam Films, Studio Kasat Mata, dan Fourcolours Films. (Herlina dkk, 2015:10)

Selain komunitas, faktor lain yang menyokong perfilman di Yogyakarta adalah festival. Festival film pun menjamur di Kota Yogyakarta baik tingkat nasional maupun internasional. Jauh sebelum menjamurnya festival-festival yang ada di Yogyakarta, kota ini pernah tercatat sebagai tuan rumah dalam

pagelaran Festival Film Indonesia yang ke-15 pada tanggal 4-8 Agustus 1984 (Aryanto, 2015: 25). Diantara banyak festival yang menjamur di Kota Pendidikan ini ada 3 festival yang konsisten dalam penyelenggaraannya, yaitu Festival Film Dokumenter (FFD). FFD pertama kali diselenggarakan pada Desember 2002 oleh Komunitas Dokumenter kemudian berubah menjadi Forum Film Dokumenter pada tahun 2013. Organisasi yang memiliki fokus pada film dokumenter di Indonesia ini bersifat nonprofit. Tujuan organisasi ini membangun infrastruktur film dokumenter melalui penelitian, workshop, arsip, pemutaran, produksi dan festival. Festival ini merupakan festival film dokumenter pertama di Asia Tenggara (Tentang Festival, 2017). Festival ini didirikan oleh “anak gelanggang yaitu Gelanggang Audio Visual Universitas Gadjah Mada (GLAV UGM) dan Tembi Rumah Budaya (Tembi) melalui sosok Herlambang Yudho (GLAV) sebagai ketua penyelenggara yang pertama dan Norbertus Nuranto serta Ons Utoro dari Tembi (Arsip FFD dalam Aryanto, 2015: 48)

Lalu ada Jogja-NETPAC Asian Film Festival (JAFF) adalah festival film Asia utama di Indonesia yang berfokus pada pengembangan sinema Asia. Festival ini tidak hanya berkontribusi untuk memperkenalkan sinema Asia ke publik yang lebih luas di Indonesia, tetapi juga menyediakan ruang untuk persimpangan banyak sektor seperti seni, budaya, dan pariwisata.

Sejak awal berdirinya, JAFF telah bekerja erat dengan NETPAC (*Network for the Promotion of Asian Cinema*), sebuah organisasi di seluruh dunia dari 30 negara anggota. Berkantor pusat di Colombo Srilanka, NETPAC adalah sebuah film pan-Asia dan organisasi budaya yang melibatkan kritik, pembuat film,

penyelenggara festival dan kurator, distributor dan peserta pameran, serta pendidik. Ini dianggap sebagai otoritas terkemuka di bioskop Asia.

Setiap tahun, JAFF mempersembahkan beberapa penghargaan untuk film-film terbaik di Asia seperti Golden Hanoman Award, Silver Hanoman Award, NETPAC Award, Blencong Award dan Geber Award untuk mengekspresikan apresiasi terhadap untuk sinema Asia. (sumber <https://jaff-filmfest.org/jaff/>)

Selanjutnya ada Festival Film Pelajar Yogyakarta (FFPJ). FFPJ dimulai pada tahun 2010. festival ini bermaksud menciptakan ruang belajar bersama, sharing, ruang pertemuan komunitas dan kompetisi film bagi pelajar tingkat sekolah menengah atas dan setara yang memiliki cakupan nasional (Aryanto, 2015: 4).

Kemunculan kelompok pembuat film ini berbarengan dengan perubahan sosial-politik pasca-1998 yang membebaskan semua warga negara berkelompok dan mengungkapkan pandangan melalui media. (Herlina dkk, 2017:31)

Bisa dikatakan bahwa rentang 1998 sampai hari ini perfilman di Yogyakarta tumbuh secara organik yang berawal dari dunia pendidikan tinggi dan kini mulai merambah ke pendidikan menengah. Beberapa generasi penggiat film yang lahir pada zaman reformasi antara lain sutradara seperti Fajar Nugross, Hanung Bramantyo, Ifa Isfansyah, Lexy J. Rambadetta hingga generasi Yosep Anggi Noen atau Ismail Basbeth. Selain sutradara juga tumbuh produser muda seperti Ajish Dibyo (Aryanto, 2015: 17).



Gambar 2.2 Pemberitaan tentang kegiatan film indie pada surat kabar Harian Jogja edisi 27 Agustus 2017

Selain perkembangan film yang pesat, Kota Yogyakarta juga kerap menjadi tempat untuk lokasi pengambilan gambar untuk sebuah film, sebut saja *Ada Apa Dengan Cinta 2*, *Guru Besar*: Tjokroaminoto, *Sang Pencerah*, *Talak Tiga*, *Siti*, serta 2 film produksi dari luar negeri seperti *Java Heat* dan *Philosophers*. (Sumber :<https://trivia.id/post/daftar-9-film-berlatar-jogja-untuk-mengobati-kangenmu-pada-jogja-1472401097> diakses pada tanggal 9 Maret 2018)

C. Jurnalisme Film

Pada tahun 1900 gambar bergerak, produksi revolusi teknologi Barat, tiba di Indonesia (Sen, 2013:26). Film masuk di Indonesia pada masa kolonialisme Belanda. Namun penyebarannya tak seperti saat ini yang sudah berkembang pesat.

Pada tahun 1926 didirikan komisi Film Hindia Belanda (*Dutch Indies Film Commission*) dibawah Departemen Dalam Negeri (*Department of Internal Affairs*) untuk menyensor semua film yang masuk di Indonesia (Sen, 2013: 27). Hal itu dikarenakan penguasa kolonial belanda saat itu sangat mengkhawatirkan dampak film yang masuk ke Indonesia saat itu terhadap pribumi yang pada saat itu minim pendidikan. Seperti yang terdapat pada artikel di *The Times* yang menjelaskan bahwa meskipun “bangsa timur” yang terpelajar dapat memahami dan telah mengikuti sikap Barat, kaum tidak terdidiklah yang paling tertarik dan terpengaruh oleh film (Sen, 2013:27-28).

Pada perang Eropa pada tahun 1939, langkah pergerakan nasional Indonesia yang makin cepat, dan pendudukan Jepang memengaruhi semua aspek kehidupan masyarakat Indonesia, termasuk film. Perang di Eropa yang mengganggu arus impor film ke Indonesia menyebabkan ledakan industry film di Indonesia. Dari rata-rata 1-5 judul pertahun antara tahun 1926-1939, jumlah film Indonesia naik menjadi 13 judul di tahun 1940-an dan 41 judul ditahun 1941. Pendudukan Indonesia oleh tentara Jepang membuat produksi film merosot drastic. Tentara penduduk melarang semua perusahaan film swasta dan memperkenalkan film sebagai alat propaganda (Sen 2013:32-33).

Hingga pada masa Orde Baru, semua pekerja film sangat berhati hati dalam membuat sebuah film. Kehati-hatian produser dan sutradara berkenaan

dengan kepekaan pemerintah terhadap semua tafsir yang “tidak benar” mengenai kudeta dan kontrakudeta 1965 pastilah menyurutkan minat orang terhadap tema ini. Satu artikel koran yang diterbitkan pada 30 September 1973 memberikan alasan yang menarik untuk pertanyaan mengapa tidak ada film yang bercerita mengenai peristiwa menentukan dalam sejarah Indonesia tersebut. Pertama, tulis artikel tersebut, kebijakan luar negeri pemerintah Indonesia adalah bersahabat dengan negara komunis, oleh karena itu antikomunisme terang terangan dalam film bisa merugikan pemerintah. Tetapi alasan yang lebih penting adalah bahwa peristiwa 1965 merupakan “pertikaian saudara, berkebalikan dengan revolusi ’45 di mana kita bersama-sama menghadapi serangan dari bangsa lain” (Sen, 2013:134-135).

Sementara, pada tahun 1950-an antusiasme terhadap perjuangan kemerdekaan membuat “revolusi” 1945-1949 menjadi tema populer film. Terutama di awal tahun 1960-an, ada sejumlah film yang dibiayai oleh berbagai divisi militer untuk menggambarkan peran mereka dalam “revolusi” Indonesia (Sen, 2013:136).

Divisi Siliwangi adalah kelompok militer pertama yang setelah 1965 mensponsori film tentang peran mereka dalam kemerdekaan Indonesia dengan membuat *Mereka Kembali* pada tahun 1972 dan *Bandung Lautan Api* pada tahun 1974 (Sen, 2013:149).

Sebagian besar film sejarah militer tersebut, tentu saja, tentang Suharto. Akan tetapi, pengabaian terhadap tokoh sejarah lain dalam “film sejarah” sangatlah kontras dengan kehadiran Suharto dalam film-film propaganda Presiden (Sen, 2013:150).

Janur Kuning, film pertama dengan Suharto sebagai pahlawan sejarah dan ceritanya, dibuat pada tahun 1979 dan diedarkan pada tahun berikutnya (Sen, 2013:150). *Janur Kuning*, berlatar belakang perebutan kembali Yogyakarta dari Republik Indonesia oleh Belanda pada bulan Desember 1948 dan berfokus pada Serangan Umum 1 Maret (“Serangan Umum”, pendudukan Yogyakarta selama 6 jam oleh tentara Indonesia pada 1 Maret 1949), merupakan film paling penting tentang Kolonel Suharto (Sen, 2013:151).

Arti penting Suharto dalam sejarah dibangun dengan mengorbankan tokoh-tokoh nasional terkenal. Sebagian besar pemimpin perjuangan kemerdekaan mangkir atau hanya disebut sambil lalu. Peran Jendral Sudirman dan Sultan Yogyakarta, Hamengkubuwono IX, mendapat liputan luas selama pembuatan film, tetapi di dalam film jadi mereka berdua hanya sosok pinggiran (Sen, 2013:152).

Sebagian besar laporan dan ulasan pers menceritakan kembali film tersebut dengan cara berikut: Setelah Yogya diduduki Belanda, aksi gerilya tentara Indonesia meraih sukses besar di bawah kepemimpinan Suharto, yang akhirnya mengambil keputusan melancarkan serangan siang hari di Yogya untuk menunjukkan kemampuan tentara. Saat serangan 1 Maret, Pasukan Suharto menduduki Yogya dari pagi hingga sore. Unjuk kekuatan ini menghasilkan pengakuan internasional terhadap republik yang masih muda dan menyebabkan Belanda mundur. Kesimpulan Suharto dalam film mengenai hasil aksi militer Indonesia adalah “Belanda meninggalkan Yogya karena mereka kalah perang”. Dalam wawancara yang diterbitkan Tempo empat tahun setelah pembuatan film, Presiden mengatakan bahwa serangan siang hari pada tanggal 1 Maret

“memiliki tujuan politik”, dan meskipun serangan itu hanya berlangsung enam jam”itu sangat penting” (Sen, 2013:160-161).

Hampir semua film baru yang di produksi memertontonkan gaya hidup penuh kemewahan; pakaian para aktornya selalu modern terbaru, tidak pernah kusut sepanjang film, perabot rumah mereka seperti istana raja-raja minyak, dan kehidupan malamnya seperti orang-orang yang punya banyak uang.

Pertanyaan kita: kapan akan gubuk bobrok dengan kandang sapi mendapat tempat di perfilman nasional? Kapan akan gang-gang sempit kumuh masuk film? Bukan mobil, tapi sepeda dan sepeda motor tua masuk film? Bukan perabotan rumah mewah tetapi rumah pegawai negeri rendah?

Demikianlah komentar seorang wartawan senior di tahun 1974. Karena pada awal tahun 1970-an kesadaran pada situasi sosial-ekonomi dan perkembangan budaya terkait dengan Orde Baru menyebar luas, maka meluas pulalah kritik terhadap film seperti *Jakarta-Hongkong-Macao* (1968) atau *Honey, Money, and Jakarta Fair* judul yang sangat menunjukkan keterpesonaan mereka terhadap gaya hidup mewah dan lingkungan internasional (Sen, 2013:174).

Di era pemerintahan baru atau orde baru, muncul film-film presiden, atau film-film yang dipesan oleh pemerintahan orde baru. Divisi siliwangi adalah kelompok pertama yang setelah peristiwa 1965 mensponsori film tentang mereka dalam kemerdekaan Indonesia dengan membuat film berjudul *Mereka Kembali* pada tahun 1972 dan *Bandung Lautan Api* pada tahun 1974 (Sen, 2013: 149). Pada tahun 1974 Jakob Sumarjono, seorang wartawan senior mengkritik pemerintahan orde baru mengenai film dengan melontarkan komentar tentang kesenjangan sosial ekonomi. Berita tersebut di muat di Kompas pada 16 April 1974 dengan judul berita “*Image Indonesia dalam Film Nasional*” (Sen, 2013: 175)

Pada saat ini, mayoritas artikel film terasa 'harus' diterbitkan sebelum filmnya bahkan dirilis. Kalau anda berhasil mendapatkan akses ke "talent", yakni sutradara dan aktor, atau menonton screening terbatas, maka anda harus menyetujui rahasia umum bahwa konten yang sedang anda buat harus diterbitkan di minggu pertama perilisan film. Masalahnya, di titik ini, sudah gak ada yang peduli. Kecuali yang diwawancarai adalah sosok sutradara favorit, atau kalian jenis orang yang membaca resensi pertama sebagai panduan ingin menonton film tertentu atau tidak, kemungkinan besar kita tidak pernah peduli sama berita-berita seputar film. Setelah menonton film, barulah kita ingin terlibat dalam dialog tentang karya sinema tersebut. (https://www.vice.com/id_id/article/qvvpv/jurnalisme-film-gagal-menjalankan-fungsinya diakses pada tanggal 28 Oktober 2018)

Faktanya, wawancara praedar selalu hanya berfokus pada cerita filmnya. Sementara, wartawan sulit melakukan wawancara dengan sineas atau aktor setelah filmnya dirilis, karena percakapan seputar filmnya telah berkembang jauh. Kadang alasannya adalah aktor sudah berada di negara lain mempromosikan film mereka berikutnya. Liputan media yang kita dapat selalu menggunakan pendekatan marketing tercerai berai. Buktinya? Lihat saja fenomena junket—barisan panjang antrian interview yang dilakukan di hotel sebelum film itu dirilis. (https://www.vice.com/id_id/article/qvvpv/jurnalisme-film-gagal-menjalankan-fungsinya diakses pada tanggal 28 Oktober 2018)

Slot seperti ini sengaja dibikin pendek karena studio dan publisitas ingin liputan di sebanyak mungkin media. Dari awal emang tujuannya kuantitas, dibanding kualitas. Konten yang dihasilkan media semakin tidak relevan—paling cuma bisa nulis nama film, sinopsis, mungkin sebuah klip atau foto,

beberapa kata dari sutradara atau aktornya. Udah gitu doang.

([https://www.vice.com/id_id/article/qvvpv/jurnalisme-film-gagal-](https://www.vice.com/id_id/article/qvvpv/jurnalisme-film-gagal-menjalankan-fungsinya)

[menjalankan-fungsinya](https://www.vice.com/id_id/article/qvvpv/jurnalisme-film-gagal-menjalankan-fungsinya) diakses pada tanggal 28 Oktober 2018)