

TRANSFORMASI BENTUK DAN DISTRIBUSI FILM: MENELUSURI PERUBAHAN SINEMA, BIOSKOP, SAMPAI ERA *OVER THE TOP*

Romdhi Fatkhur Rozi

Program Studi Televisi dan Film, Jalan Kalimantan 35 Sumbersari, Jember, Indonesia
romdhifr.sastra@unej.ac.id

Abstract

This study is a critical study to explore important changes in the form, distribution, industry and ways of enjoying films. This study examines the development of film in the era when it first appeared, then compares it with the form of film in the current digital era. The film content on the YouTube Movies feature is the subject of study and the object of study is the transformation of films on the over-the-top platform. As a qualitative study, this article uses a comparative exploratory method with a systematic mapping study and systematic literature review approach. The aim of this study is to discover the transformation of film as an expression product into an industrial commodity in the era of digital cinema. This study found that there were three periodization in the evolution of film, namely the early cinema period, the modern period and the digital period. Each period in this evolution was built on the models of attractive cinema which is closely related to the technological exploration of the production process (how to show) and narrative cinema which is related to the development of film as a communicative art (how to tell a story). These findings show that works of art are closely related to how technology is developed. This study also found that technological developments mean that film works must continue to adapt to the times, such as the spirit of the avant-garde. This research can be utilized by academics who focus on film, media, communication and culture studies.

Keywords: *Content; Film Evolution; Over The Top; YouTube; Digital Cinema*

Abstrak

Studi ini adalah kajian kritis untuk mengeksplorasi perubahan penting pada bentuk, distribusi, industri dan cara menikmati film. Studi ini mengamati perkembangan film pada era awal kemunculannya, lalu mengkomparasikannya dengan bentuk dan model distribusi film di era digital saat ini. Konten film pada fitur YouTube Movies menjadi subyek kajian dan obyek kajiannya adalah transformasi film dalam platform *over the top*. Sebagai sebuah studi kualitatif, artikel ini menggunakan metode eksploratif komparatif dengan pendekatan *systematic mapping study* dan *systematic literature review*. Tujuan dari kajian ini adalah menemukan transformasi dari film sebagai produk ekspresi menjadi komoditas industri pada era sinema digital. Studi ini menemukan ada tiga periodisasi dalam evolusi film yaitu periode sinema awal, periode modern, dan periode digital. Evolusi tiap periode ini terdiri dari sinema atraktif yang berkaitan erat dengan eksplorasi teknologikal dari proses produksi (cara menunjukkan), dan sinema naratif yang berhubungan dengan pengembangan film sebagai seni komunikatif (cara bercerita). Temuan ini menunjukkan bahwa karya seni terkait erat dengan bagaimana teknologi dikembangkan. Kajian ini juga menemukan bahwa perkembangan teknologi menyebabkan karya film harus terus beradaptasi dengan zaman seperti semangat avant

garde. Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para akademisi yang fokus pada minat studi film, media, komunikasi dan budaya.

Kata Kunci: Konten, Evolusi Film; *Over The Top*; YouTube; Sinema Digital

Pendahuluan

Artikel ini merupakan telaah kritis atas dinamika dalam bentuk dan cara menikmati produk seni film. Film sebagai sebuah karya seni telah mengalami berbagai transformasi sejak kemunculannya pertama kali. Melalui penelusuran historis dan studi literatur terkait topik tersebut, artikel ini menggunakan pendekatan eksploratif dan komparatif untuk menemukan deskripsi perjalanan seni avant garde ke sinema digital. Artikel ini dimulai dengan satu pertanyaan penting, bagaimana transformasi seni tersebut terjadi dan dengan cara apa para pengguna teknologi terlibat dalam model baru proses distribusi dan konsumsinya.

Film itu sendiri merupakan hasil dari temuan penting terkait teknologi perekaman gambar. Pada tahun 1878 Aedward Muybridge menggunakan serangkaian kamera untuk merekam gambar kuda berlari. Saat itu gambar yang dihasilkan masih berupa serangkaian foto yang apabila dilihat dengan cepat akan tampak adanya ilusi gerakan (seperti video yang kita nikmati saat ini). Lalu Thomas Edison dan W.K Laurie Dickson pada tahun 1888-1895 mengembangkan kinetoscope dan membuat film pendek yang dikenal sebagai *Dickson Greeting* (Dickson, 1891). Saat itu Dickson tampak pada “gambar video” dan menyapa kamera. Kelanjutan sejarah film tercatat ketika Lumiere Brothers pada tahun 1895 memproduksi film dan dianggap sebagai pelopor produksi film komersial pertama. Mereka mengadakan pemutaran publik pertama film-film mereka menggunakan perangkat proyektor. Salah satu film yang sangat terkenal berjudul *La Sortie de l’Usine Lumiere a Lyon* (Lumiere, 1895) yang menunjukkan aktivitas para pekerja pulang dari pabrik mereka.

Sejak temuan teknologi perekaman dan distribusi film pertama tersebut, teknologi pembuatan film berkembang pesat hingga menjadi bentuk industri kreatif sampai abad ke 20. Pada era ini terdapat berbagai pengembangan dalam teknik narasi, editing, serta penggunaan audio dan warna dalam film. Hal ini menunjukkan adanya sejarah panjang dari eksperimen sederhana perekaman gambar, menjadi industri hiburan global yang kita kenal saat ini. Dalam periode industri ini, Hollywood (Amerika), Nollywood (Afrika), Bollywood (India), menjadi beberapa lokus produksi film yang sangat massif.

Diantara periode tersebut utamanya pada abad 21, industri dari negara lain seperti China, Taiwan, Korea, juga menjadi wilayah industri film yang massifikasinya perlu dipertimbangkan.

Kecepatan perubahan teknologi juga memberi dampak tidak hanya pada proses produksi film itu sendiri, namun juga berdampak pada bagaimana film tersebut didistribusikan secara lintas negara. Teknologi internet memungkinkan sebuah produk seni didistribusikan melalui kanal digital, sehingga karya film bisa lebih cepat terdistribusi dan bisa dinikmati melalui berbagai cara yang dinamis. Kemunculan platform digital seperti YouTube, menjadi salah satu tonggak penting yang membawa perubahan pada distribusi produk audio visual. Pola ini dilanjutkan dengan model distribusi *Over The Top* (OTT) yaitu menempatkan produk film di dalam platform digital, sehingga ia bisa berlanggan oleh konsumen untuk menonton berbagai koleksi film yang ada di dalam platform tersebut secara *streaming*. Perusahaan besar multinasional yang bersaing dalam industri ini diantaranya adalah Netflix, HBO dan HBO Max, Amazon Prime Video, dan Peacock NBC Universal (Bestari, 2023). YouTube menjadi salah satu pemain dalam industri ini yang mencoba meningkatkan diversifikasi pasar pelanggannya untuk tidak hanya menonton video dari koleksi *user generated content*, namun juga bisa menonton tayangan film yang dihasilkan oleh industri perfilman besar.

YouTube merupakan platform digital yang fokus pada konten video dengan menggunakan metode *user generated content* (Holland, 2016) yaitu mengumpulkan dan mendistribusikan konten yang dibuat oleh pengguna. Namun dalam perkembangan berikutnya, ketika performa YouTube semakin besar dan massif, platform ini juga melakukan kerjasama dengan berbagai jaringan televisi dan rumah produksi internasional untuk mendistribusikan konten-konten mereka di dalam situsnya. Melalui kerjasama dengan berbagai intitusi media ini, YouTube mengembangkan model bisnis *over the top* seperti yang telah dilakukan oleh perusahaan lain seperti Netflix, Disney, Hotstar, Apple TV, dan lain-lain. Layanan *Over The Top* (OTT) adalah layanan penyedia konten film dan hiburan yang disalurkan langsung kepada pengguna tanpa menggunakan jaringan televisi kabel atau satelit. Metode distribusi kontennya melalui jaringan internet digital yang dilakukan oleh beberapa platform situs pengelola, salah satu diantaranya adalah YouTube. Istilah ini sedikit berbeda dengan *Video on Demand*

(VOD) yaitu istilah yang lebih umum untuk menjelaskan kebebasan akses para pengguna platform dalam menentukan tayangan yang ingin mereka tonton.

Kajian sebelumnya tentang YouTube lebih banyak fokus pada permasalahan perkembangan teknologi dan potensinya di masa depan. Namun (Broeren, 2009) mencoba menyoroti sisi lain dari YouTube, bagaimana ia dikembangkan sebagai tempat mengunggah jajaran koleksi sinema pada era awal perfilman dan menjadi ruang catatan sejarah perkembangan film. Arsip digital ini tidak hanya menjadi tontonan yang menarik, namun juga menjadi ruang bagi para pengkaji bidang visual untuk melihat bagaimana akar dari perjalanan tontonan populer saat ini dan bagaimana sinema awal dipresentasikan ke publik, seperti misalnya contoh film musikal di tahun-tahun 1930an.

Broeren memulai artikelnya dengan membahas tentang bagaimana posisi YouTube yang tak lain seperti bioskop pada era awal perkembangan sinema. Menurutnya bioskop di masa lalu lebih digunakan sebagai tempat untuk ‘menunjukkan’ bukan untuk ‘menceritakan’. Broeren menyebutnya sebagai sinema ekshibisionis. Antara YouTube dan khalayak kurang lebih terbangun relasi yang sama seperti relasi antara layar bioskop dan penontonnya, yaitu menganggap bioskop / tontonan bukanlah sebagai cara bercerita namun lebih pada cara menyajikan serangkaian pandangan kepada audiens. Kajian Broeren juga menyoroti tentang persoalan antara fiksi dan nonfiksi, ketika dihubungkan dengan konsep sinema di era awal. Bagaimana menerapkan pengertian era modern tentang perbedaan antara fiksi dan non fiksi, sedangkan keduanya berdasar pada bentuk dokumenter. Persoalan periodisasi dalam artikel Broeren dibedakan menjadi dua, yaitu era atraktif dan era transisi yang ditandai dengan bentuk sistem Hollywood klasik.

Broeren merujuk pada (Kessler, 2007) untuk menjelaskan bagaimana video online menjadi layaknya bentuk sinema atraktif. Pertama, karakteristik video online dengan menonjolkan tatapan dan gerak tubuh aktor yang diarahkan ke kamera (*frontality*). Selain itu durasi dalam sinema awal juga relatif lebih pendek seperti video-online yang durasinya berkisar 10 menit. Durasi pada sinema awal menjadi lebih pendek karena berkaitan dengan permasalahan teknis penyambungan slide film, sedangkan pada era *online* permasalahannya adalah pada *bandwidth*, serta *buffering* pengguna internet. Tetapi keterbatasan dari teknologi nampaknya bukan satu-satunya hal yang menentukan durasi film. Bahkan ketika batasan ini dihapus, durasi sinema juga

tidak otomatis berubah. Ada proses panjang transisi dari “sinema atraktif” ke “sinema naratif”.

Video online juga memiliki hubungan yang erat dengan era bioskop awal. Contohnya adalah video klip musik dimana seseorang merekam sendiri penampilannya, ini mengingatkan pada bentuk sinema *vaudeville*. Bentuk eksplorasi dari teknik ini pada tiap zamannya nampak berbeda, tetapi setidaknya ada 3 bentuk video online semacam ini. Pertama adalah, mereka yang merekam versi *lip-synching* dari lagu originalnya; kedua, mereka yang merekam versi *video cover* (menyanyikan ulang dengan versi sendiri); ketiga, mereka yang merekam lagu mereka sendiri. Ketiganya meskipun memiliki perbedaan, namun semuanya menggunakan metode yang berpusat pada diri sendiri. Selain itu Broeren juga membahas tentang bentuk video yang kontennya menggunakan musik latar untuk mendukung tampilan videonya agar lebih menarik. Penggunaan video dari sumber lain juga dimungkinkan, meskipun pada fase akhir hal ini sering menimbulkan permasalahan hak cipta.

Video online juga memungkinkan untuk mengunggah konten-konten hasil produksi era sinema awal. Hal ini karena film-film tersebut sudah cukup tua dan dianggap layak untuk berada di domain publik. Koleksi ini diunggah ke berbagai ruang (*channel*) tanpa menimbulkan masalah hukum. Selain itu pada era awal sinema, sangat jarang film-film tersebut ditampilkan secara mandiri, namun lebih kepada program tayangan yang terstruktur. Hal ini pada era video online seperti YouTube, dibangun dengan fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai video lain yang direkomendasikan. Video ini tampil sebagai video dengan konten dan tema serupa sehingga pengguna lebih mudah untuk memilih dan terus berada di ‘jalur tontonan’ yang disarankan. Broeren menyebutnya sebagai; “sekali anda menonton, tidak ada ujung (akhir) yang terlihat”.

Penelitian lain terkait dengan konten YouTube juga dilakukan oleh (Iversen, 2009) yang meminjam istilah ‘non tempat’ (*non-place*) yang pertama kali dikenalkan oleh Marc Auge. Konsep ini memperkenalkan kategori tempat baru yang menegaskan tempat dalam pengertian antropologis, yaitu the *non-lieu* yang karakteristiknya adalah transitif dan asosial (Auge, 1995). Istilah yang dikenalkan oleh Auge ini berguna untuk membahas situs web berbagi video seperti YouTube. Peter Wollen pernah mengungkapkan bahwa bioskop adalah tempat, namun ketika film dimulai, ia menjadi

non-tempat karena membawa penonton pada ruang lain yang keduanya hidup dan pada saat yang sama merupakan situs fantasi (Wollen, 1972). Sebuah ruang yang menggabungkan elemen tempat dan bukan tempat pada saat bersamaan (Gonzalez-Ruibal, 2008). Pengalaman di dalam YouTube kurang lebih merupakan proses yang sama. Kita berada di mana-mana dan tidak dimanapun pada tempat yang sama. Iversen Gunnar menyebutnya sebagai lautan gambar dan suara, yang menawarkan semua jenis pengalaman. Pada era digital, *smartphone* telah membawa kita menjelajah ruang lain dari satu ruang dengan kecepatan tingkat tinggi. Auge mengemukakan bahwa ekspresi supermodernitas menemukan bentuknya di tempat yang non-tempat.

Menurut Gunnar, supermodernitas berseberangan dengan modernitas, seperti juga postmodernitas. Jika modernitas menyiratkan penciptaan kebenaran besar, narasi dominan, dan evolusi progresif, namun postmodernitas menghancurkan narasi, pada wacana yang tidak berpusat. Supermodernitas disumsikan sekumpulan peristiwa yang meluap-luap, spasial yang meluap-luap, dan adanya individualisasi referensi. Gunnar memaparkan bahwa peristiwa yang meluap-luap tersebut semuanya menuntut untuk dimaknai, akibat semuanya saling terhubung dan menyusutnya ruang. Dunia dibuat menjadi lebih kecil oleh perjalanan terestrial, menawarkan akses pada komunikasi serba instan ke bagian manapun di seluruh dunia. Ruang spasial yang meluap-luap, terekspresi dalam perubahan skala melalui proliferasi referensi gambar dan imaji, dalam kecepatan yang spektakuler. Peristiwa dan ruang yang meluap-luap ini berimplikasi pada individualitas, dan lekat dengan konteks supermodernitas karena dalam situasi ini individu membebaskan diri mereka secara refleks dan subyektif dari batasan sosiokultural konvensional. Konstruksi yang dibangun oleh internet secara umum maupun YouTube secara khusus, merupakan contoh dari tindakan subjek supermodern.

Dari paparan tersebut maka tampak bahwa meskipun kehadiran film itu mampu membawa penonton pada situasi ‘non-tempat’ (dalam perspektif abstraksi menonton film), namun pengertian ‘tempat’ itu sendiri bagi model eksepsi film juga mengalami perubahan (dalam perspektif fisik distribusi film). Artinya cara-cara mengonsumsi produk film juga berangsur-angsur berubah, yang awalnya dilakukan melalui ruang seperti bioskop, lalu ke televisi (rumah), dan ke gawai personal seperti *smartphone* atau peralatan personal-digital lainnya. Gawai personal ini juga semakin menegaskan tentang cara-cara menonton film yang ruang fisiknya semakin bebas. Artinya dari masa ke masa

seni film membawa penontonnya ke dalam situasi ‘non-tempat’, pada tempat-tempat yang semakin bebas. Tidak lagi terbatas pada medium saji karya seperti ruang bioskop, namun juga pada ruang-ruang privat melalui gawai personal.

Pada prinsipnya, tempat dalam konteks antropologis berakar pada sejarah, hubungan dan identitas. Tempat tersebut merupakan representasi spasial karena adanya identitas sosial dan sejarah. Sedangkan pada non-tempat, tempat-tempat tersebut telah tumbang yang ditandai oleh mobilitas pengguna, dan mereka tidak memiliki identitas, “hubungan”, dan sejarah. Namun YouTube bukanlah tempat yang asosial, namun lebih sebagai tempat yang hiper-sosial. Semua direpresentasikan dari semua interaksi yang sangat kompleks, dari berbagi video, saling berkomentar, menyukai atau tidak menyukai video tertentu, berlangganan saluran (*channel*) dan lain-lain. Semua moda fitur membuat pengguna saling terus terhubung secara hiper-sosial. Belum lagi interaksi antara pengguna dalam berakhir di situs komersial, berisi iklan dan bentuk paket-paket promosi lainnya. Interaktifitas dalam platform ini menjadi sangat hiper, sehingga bisa disebut dengan istilah hiperinteraktifitas (hiper-sosial).

Sifat dari YouTube juga memiliki tingkat aksesibilitas pada gambar dan suara yang sangat tinggi. Semua kontennya terekam dalam arsip digital yang luar biasa besar. Sebagai perbandingan, hanya sebagian kecil materi media yang diproduksi selama abad 20 yang tersedia dalam bentuk digital. Namun pada era internet, hampir segala gambar dan rekaman yang pernah dibuat, tersedia dan dapat diakses oleh publik. Namun meskipun sangat luas, namun YouTube masih menampung sebagian kecil dari film atau video. Sebagian diantaranya hanya merupakan potongan-potongan kecil yang diunggah untuk kepentingan tertentu saja.

Melalui budaya kearsipan baru dengan metode *hyperlink* ini, pengguna didorong untuk melintasi jaringan informasi yang sangat luas (Barnett & Sung, 2005). Namun situasi ini membuat semua konten dapat diakses dan lebih sulit menemukan keistimewaaan dari satu konten dibandingkan konten yang lain. Dalam konteks budaya *hyperlink* semuanya disimpan dan tersedia. Hal ini menciptakan koleksi arsip yang dinamis, yang ditandai dengan evolusi intertekstualitas yang mendorong kita untuk berselancar di dunia maya (non-tempat) dengan lebih mudah dan fleksibel. YouTube punya banyak kelebihan dibandingkan budaya kearsipan tradisional yang hirarkis dan

tidak fleksibel. YouTube memungkinkan adanya kecepatan akses dan referensi yang dipersonalisasi sedemikian rupa dengan algoritma berbasis *big data*.

Senada dengan Iversen Gunnar, Trond Lundemo memaparkan bahwa YouTube memiliki potensi untuk mengarsip limpaan data video digital yang telah diproduksi dan disiarkan. Membuka potensi untuk menjadi catatan sejarah gambar bergerak, yang artinya arsip klip videonya dapat berfungsi sebagai katalog tambahan sejarah film (Lundemo, 2009). Dalam artikelnya ia berargumen bahwa ada momentum kembalinya film-film pra bioskop pada situs YouTube. Lundemo menyebut ini sebagai fenomena “hantu” karena arsip video-video tersebut terus tersimpan, beredar, dan dapat diakses meskipun pemiliknya sudah meninggal. Bahkan pada awalnya dulu, dalam contoh lain, Thomas Alva Edison memasarkan gramofon sebagai perangkat untuk merekam dan melestarikan kata-kata terakhir dari orang-orang yang sekarat. Saat ini arsip digital YouTube dapat melakukannya dengan mudah.

Dalam artikelnya Lundemo banyak memaparkan tentang teknologi digital pada masa kini mengubah bagaimana kita merespon arsip video lama yang bersejarah. Bahkan metode kearsipan era modern ini dapat pula dimanfaatkan sebagai teknik untuk mempelajari perkembangan sinema pada era awal kemunculannya (Musser, 2004). *Roundhay Garden Scene* (Prince, 1888) adalah salah satu contoh video yang banyak mendapat respon pada YouTube. Video ini merupakan rekaman film tertua (tahun 1888) yang dapat diselamatkan. Pada situs YouTube kita dapat menyaksikan berbagai versi dari video ini, dengan penjudulan yang beragam, bahkan sebagian diantaranya diubah bentuknya, dengan penambahan keterangan *directors cut*. Lundemo beranggapan bahwa rekaman analog dari masa lalu, memiliki konsekuensi sebagai montase dan koneksi perantara pengalaman individual dan kolektif mereka yang hidup di masa lalu dengan zaman internet saat ini.

Dari paparan dalam latar belakang studi ini maka penulis mencoba untuk memetakan bagaimana perubahan bentuk sinema dari beberapa periode perkembangan teknologi yang melingkupinya, serta bagaimana adaptasi bentuk seni terhadap perubahan tersebut? Tujuan dari kajian ini adalah untuk menemukan transformasi penting dari film sebagai produk ekspresi sampai ia menjadi produk yang dikomodifikasi oleh industri. Selain itu penelitian ini juga hendak mengetahui seperti apa bentuk adaptasi seni terhadap perubahan-perubahan teknologi dalam hal teknik

produksi dan distribusi karya film. Penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para akademisi yang memiliki minat pada kajian-kajian tentang film, media, komunikasi dan budaya untuk memperluas perspektif kritisnya pada topik sejenis.

Metode Penelitian

Artikel ini merupakan sebuah studi kualitatif dengan menggunakan metode eksploratif pada sekumpulan pustaka yang berkaitan dengan topik kajian. Studi dilakukan dengan terlebih dahulu memberikan pemetaan pada subyek dan obyek studi, tahapan ini dikenal dengan istilah *systematic mapping study*. Pada tahapan ini, penulis menentukan subyek dan obyek kajian dan memberikan batasan-batasan obyektif untuk mencari literatur yang relevan. Subyek dalam kajian ini adalah koleksi film, dan obyek kajiannya adalah transformasi bentuk sinema dalam platform *Over The Top*.

Setelah tahapan tersebut, penulis melakukan review literatur secara sistematis (*systematic literature review*) untuk menemukan pokok-pokok pikiran serta temuan-temuan yang sudah ada pada penelitian dan kajian-kajian sebelumnya. Teknik pengumpulannya dilakukan melalui penelusuran terhadap koleksi bacaan yang relevan dengan topik yang akan dikaji, kemudian dilakukan pendalaman terhadap hasil-hasil studi yang telah dihasilkan. Dalam tahap ini penulis memastikan bahwa setiap literatur memiliki benang merah kajian yang saling terhubung satu sama lain, sehingga data-data literatur tersebut dapat mendukung tahapan analisis.

Setelah tahapan ini dilakukan, maka penulis dapat menentukan gap permasalahan sebagai landasan untuk penentuan rumusan masalah dan kebaruan dari studi yang dilakukan (*novelty*). Analisis dilakukan dengan terlebih dahulu memastikan keabsahan data-data dari literatur, kemudian membuat model pemetaan dari hasil analisis untuk menarik kesimpulan. Sebagai sebuah studi kualitatif, maka kesimpulan dalam artikel ini bukan merupakan generalisasi, namun pemaknaan baru yang dapat digunakan sebagai suatu perspektif untuk topik-topik kajian berikutnya utamanya pada tema film, media, teknologi dan budaya.

Sebagai sebuah kajian literatur maka diskusi pada bagian ini terlebih dahulu harus dimulai dengan memaparkan hasil dari penelusuran terhadap studi-studi terdahulu yang telah dilakukan pada topik sejenis. Peneliti memberikan batasan pada kajian yang berhubungan dengan studi sinema, teknologi dan kajian kritis seputar media digital.

Penulis memisahkan studi-studi pada tiap fokus kajian berdasarkan tahun publikasinya. Eksplorasi dari literatur dalam artikel ini dapat dipetakan menjadi tabel seperti yang disajikan dibawah ini:

Tabel 1. Penelusuran studi literatur

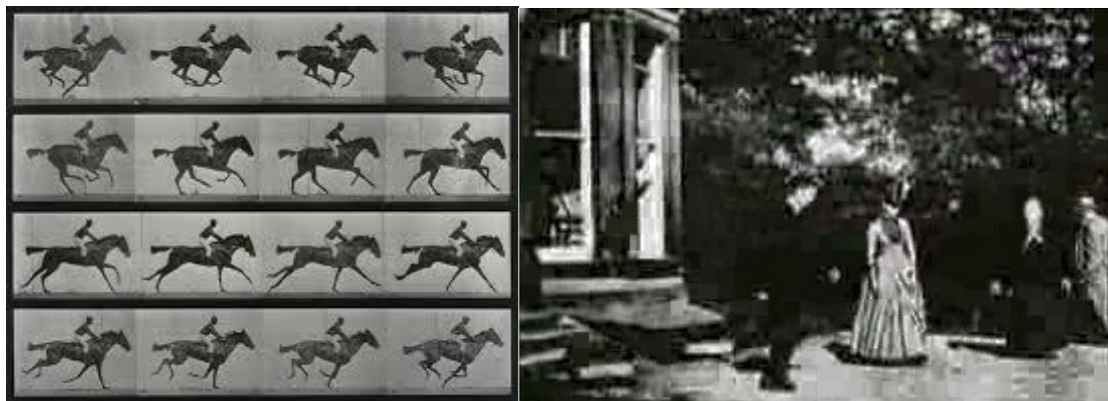
Fokus Kajian	Penulis	Tahun	Judul Artikel
Sinema Studies	Wollen, P	1972	<i>Sign and Meaning in the Cinema</i>
	Musser, C	2004	<i>Historiographic Method and the Study of Early Cinema</i>
	Elsaesser,T	2008	<i>Constructive Instability, Or: The Life of things as Cinema's After Life</i>
	Vernallis, C	2013	<i>Unruly Media: Youtube, Music Video, and New Digital Cinema</i>
Digital Media Studies	Barnett7 & Sung, E	2005	<i>Culture and the Structure of the International Hyperlink Network</i>
	Kessler, C	2007	<i>Where Were You When YouTube Was Born?</i>
	Broeren, J	2009	<i>Digital Attraction: Reloading Early Cinema In Online Video Collection</i>
Critical Studies	Caroll, N	1995	<i>Avant-Garde Art and the Problem of Theory</i>
	Auge, M	1995	<i>Non Places – Introduction to an Anthropology of Supermodernity</i>
	Gonzalez-Ruibal, A	2008	<i>Time to Destroy – An Archaeology of Supermodernity</i>
	Iversen, G	2009	<i>An Ocean of Sound and Image: YouTube in the Context of Supermodernity</i>
	Fuchs, C	2010	<i>Social Media a Critical Introduction</i>
	Van Dijck, J	2013	<i>The Culture of Connectivity – A Critical History of Social Media</i>

Eksplorasi terhadap literatur yang dilakukan dalam kajian ini dipilih dengan terlebih dahulu memasukkannya dalam klasifikasi seperti; paling relevan, reevan, dan cukup relevan. Tingkat relevansi ini diperhitungkan dengan memperhatikan pada faktor-faktor apa saja yang memiliki potensi untuk menjawab rumusan masalah. Catatan, kutipan, informasi yang dianggap penting dari naskah-naskah tersebut, merupakan data awal yang diolah sebagai perspektif penulis dalam memahami konteks permasalahan secara umum, lalu menjadikannya sebagai pendekatan untuk menjawab pertanyaan dari studi ini.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari penelusuran terhadap sejarah perkembangan film, setidaknya ada beberapa rekaman penting yang menjadi tonggak awal produksinya. Merujuk pada Broeren, periode ini dapat dikategorisasikan sebagai bentuk sinema atraktif, sebelum ia berkembang menjadi bentuk sinema naratif. Rekaman penting tersebut adalah karya Aedward Muybridge (1878) yang menggunakan serangkaian kamera untuk merekam gambar kuda berlari dan *Roundhay Garden Scene* (Prince, 1888) yang berdurasi 2,11 detik. Sedangkan pada kategori film naratif dalam periode awal sinema, tonggak awalnya adalah film *Dickson Greeting* (Dickson, 1891), dan film *La Sortie de l'Usine Lumiere a Lyon* (Lumiere, 1895) yang sama-sama berdurasi 1 menit.

Terlihat pada periode sinema awal ini, teknologi menjadi salah satu penentu produksi karya seni film. Proses produksinya selalu diawali dengan eksplorasi awal yang mendalam tentang pengembangan teknologinya seperti yang dilakukan oleh Aedward dan Prince, baru kemudian seiring berjalannya waktu proses pengembangan naratif mulai dilakukan. Karya Dickson, dan Lumiere sudah berhasil memberikan aspek naratif meskipun durasinya masih sangat pendek. Broeren juga menyebut bahwa pengembangan aspek atraktif berkaitan dengan cara menunjukkan (eksebisi) sedangkan aspek naratif berkaitan dengan seni yang komunikatif.



Gambar 1. Screenshot dua rekaman dari periode awal sinema atraktif karya Aedward Muybridge (1878) dan Prince (1888).



Gambar 2. Screenshot dua film pendek pada periode awal sinema naratif berdurasi 1 menit karya Dickson (1891) dan Lumiere (1895).

Sementara itu, bioskop sebagai bagian dari eksebsi film juga mengalami perkembangan yang signifikan dalam teknologi penayangannya. Proyektor pemutaran film terus berevolusi dari bentuk yang paling sederhana, sampai teknologi terbaru yang dapat menayangkan gambar pada permukaan bidang yang melengkung. Teknologi eksebsi ini menjadi penanda bahwa aspek atraktif ‘cara menunjukkan’ seperti yang disampaikan oleh Broeren ternyata juga memiliki peran dalam mempengaruhi bentuk seni komunikatif (aspek naratifnya). Eksplorasi pada teknik eksebsi ini juga terus dikembangkan untuk mendukung hiburan rumahan seperti yang dilakukan pada televisi maupun proyektor rumahan. Hal ini juga termasuk pada cepatnya perubahan yang terjadi pada teknologi gawai digital yang mampu membawa aspek eksebsi tadi pada level hiburan yang paling personal.



Gambar 3. Foto dua teater dari dua periode yang berbeda. Foto kiri adalah Eden Theatre salah satu bioskop tertua di Perancis, menjadi salah satu yang tertua di dunia dan masih beroperasi hingga sekarang. Foto kanan adalah Las Vegas Sphere, teater dengan teknologi terkini menggunakan proyektor / layar melengkung pada atap gedung yang berbentuk bundar.

Jose Van Dijk dalam *The Culture of Connectivity – A Critical History of Social Media* menyatakan bahwa YouTube sejak awal didesain untuk menjadi tontonan alternatif selain televisi (van Dijk, 2013). Sejak diambil alih oleh Google pada 2006, YouTube menampilkan banyak sekali sajian acara yang sama dengan televisi, dan kesemuanya merupakan tayangan-tayangan yang dibuat dengan motivasi berbagi video secara online. YouTube makin berkembang layaknya televisi *multi channel*.

Ketika YouTube beralih dari fase nirlaba menuju model bisnis monetisasi konten, popularitas YouTube kian meningkat. Artinya YouTube dapat melekatkan iklan pada konten yang dibuat oleh pengguna. Model *user generated content* yang digunakan sukses, terutama apabila dibandingkan dengan platform berbagi video lainnya yang cukup populer seperti Vimeo, Dailymotion, dan lain-lain. Ketika memasuki periode monetisasi, maka YouTube telah melakukan komodifikasi pada konten-konten di dalam platformnya.

Suatu konten informasi sebagai sebuah komoditas, memiliki beberapa karakter, yang menurut Fuchs dalam bukunya *Social Media – A Critical Introduction* sebagai komoditas yang aneh (*peculiar good*). Sebab sifat dan cirinya yang sebagai berikut: (1) ia tidak digunakan dalam konsumsi, (2) ia dapat disalin, diperbanyak tanpa batas oleh seorang individu tanpa kehilangan sesuatu darinya, dan beberapa orang dapat memilikinya secara bersamaan (3) ia tidak memiliki keausan fisik tidak seperti konsep depresiasi moral yang ditawarkan oleh Marxis untuk menjelaskan komoditas barang (4) dapat dengan mudah disalin dan ditransmisikan dengan cepat (5) merupakan komoditas sosial yang mencerminkan sejarah interaksi sosial dan sejarah pengetahuan (6) nilai untuk menghasilkan informasi awal relatif lebih tinggi, namun pada saat disebarkan nilainya relatif rendah karena hanya membutuhkan waktu untuk menyalin dan mendistribusikan (7) informasi biasanya dijual dengan harga lebih tinggi dari nilainya (Fuchs, 2010).

Nilai ekonomi ini pada awalnya menjadi suatu hal yang paling ditentang oleh industri media arus utama. Setidaknya karena konten-konten yang dirilis pada YouTube, sebagian diantaranya mengambil konten yang di produksi oleh konglomerat media arus utama secara tidak sah. Banyak sekali konten yang terikat hak cipta, baik itu video musik, konten berita, bahkan video *mushup*, *lip-synch* dan lain-lain. YouTube

juga menjadi tempat bagi para pengguna untuk mengunggah koleksi video (termasuk film), ke *channel* mereka. Namun tindakan ini biasanya dilakukan secara ilegal, yaitu dengan mengunduh file koleksi film dari internet, lalu mengunggahnya sebagai konten di laman YouTube. Metode ini dikatakan ilegal, karena para pengguna YouTube tidak memiliki hak siar / distribusi dari konten film yang mereka sebar. Karena konten semacam ini relatif disukai oleh para penggunanya, maka YouTube kemudian secara resmi merilis fitur *over the top* pada platformnya dengan asumsi bahwa para penggunanya dapat mengakses koleksi film secara legal dengan menggunakan metode pembayaran berlangganan. Model ini juga menjadi salah satu bentuk diversifikasi pendapatan YouTube selain monetisasi dari iklan yang sudah dilakukan sebelumnya.

Konten film dalam platform YouTube pertama kali dirilis sebagai sebuah fitur *over the top* pada tahun 2010 yang dikenal dengan nama YouTube Movies and Shows. Fitur ini awalnya hanya bisa diakses di Amerika, Kanada dan Inggris, namun pada tahun-tahun berikutnya ia dapat diakses dari berbagai negara termasuk Indonesia. Fitur ini terus dikembangkan seiring dengan jumlah peminatnya yang semakin tinggi. Tercatat YouTube memperoleh penghasilan dari bisnis OTT dalam platformnya diperkirakan mencapai 20-28 juta dollar (Networthspot, 2024). Ini menjadi penanda penting bahwa bentuk sinema mengalami perubahan dalam model distribusinya. Dari semula didistribusikan secara tradisional melalui medium bioskop, televisi, maupun elektronik (era VCD, DVD, BlueRay), menjadi model distribusi secara digital. Selain itu cara-cara pengguna dalam menikmati karya seni film nyatanya juga turut berubah. Hal ini menunjukkan bahwa ada perkembangan penting dalam periode terkini dari industri film.

Untuk melihat secara mendalam tentang bagaimana perkembangan industri film, serta merujuk pada pandangan Broeren dan Kessler tentang bentuk sinema, maka penulis mencoba memetakan periodisasi perkembangan sinema dengan membaginya menjadi 3 periode perkembangan penting, lalu memisahkan tiap-tiap periode menjadi dua tahap perkembangan yaitu sinema atraktif dan sinema naratif. Periodisasi ini dijelaskan dalam tabel berikut ini:

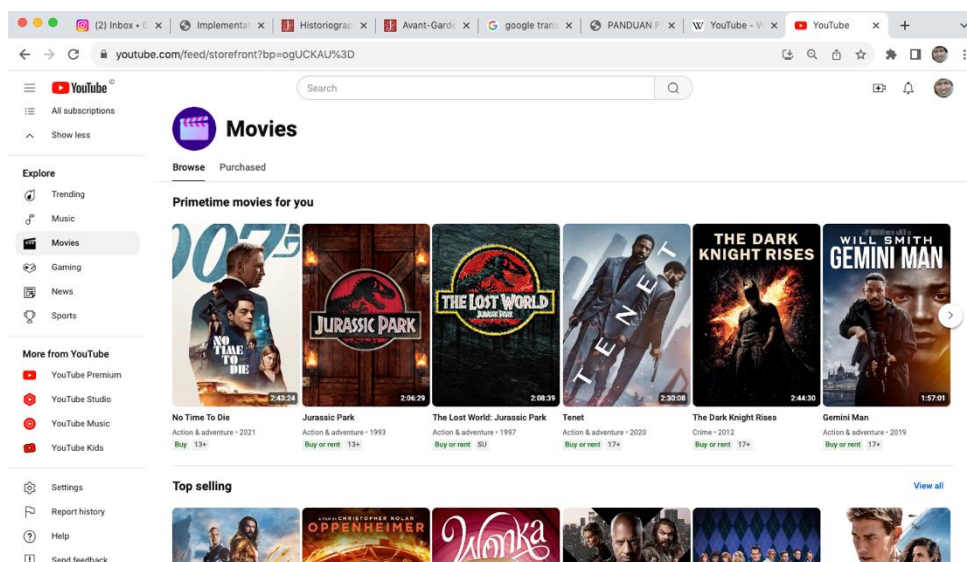
Tabel 2. Periodeisasi sinema (Sumber: olahan data peneliti).

Periode	Jenis	Era	Ciri Khas
Periode Awal Sinema	Sinema Atraktif	Era Lumiere	Eksplorasi teknik perekaman analog, durasi sangat pendek, bentuk sinema <i>vaudeville</i> .
	Sinema Naratif	Hollywood Klasik	Film bisu, hitam putih, suara dubbing, durasi medium / panjang, bioskop tradisional.
Periode Modern	Sinema Atraktif	2005	Eksplorasi teknik perekaman dan editing elektronik, bentuk sinema <i>audiville</i> .
	Sinema Naratif	Modern Hollywood	Film berwarna, musikal, bioskop modern.
Periode Digital Platform	Sinema Atraktif	Internet	Eksplorasi teknik perekaman digital, durasi pendek, distribusi melalui media sosial, YouTube, dll, bentuk sinema <i>audeville</i> .
	Sinema Naratif	Broadband	Platform over the top (OTT), bioskop 'non tempat'.

Dari tabel diatas dapat dipahami bahwa sinema naratif dapat muncul dan adaptif dalam tiap periode. Pada era patform digital, sinema naratif tetap muncul sebagai produk seni budaya yang bisa dikonsumsi melalui medium yang berbeda. YouTube secara institusional juga awalnya menempatkan diri sebagai pesaing Hollywood, namun kemudian mengubah strateginya dengan menjadikan platform mereka sebagai mitra, untuk mengintegrasikan konten yang dibuat oleh kalangan profesional dengan konten yang dibuat oleh pengguna umum di YouTube. Tujuannya adalah untuk memajukan integrasi penyiaran dalam ekosistem online. Dengan tumbuhnya ekosistem saling ketergantungan antara televisi dan platform berbagi video ini, mencerminkan adanya budaya konektivitas. Dengan adanya integrasi ini, terutama dengan dukungan mesin pencari algoritmatik yang canggih, maka pengukuran dan sistem periklanan juga berubah. Tata kelola dan ekosistem bisnisnya menjadi lebih jelas, terutama dengan dukungan teknologi pengolahan database koleksi video, pengguna, pelanggan tayangan / *channel (subscriber)* dan lain-lain.

Hal ini menunjukkan bahwa film yang identik dengan produk seni tinggi, dan dekat dengan budaya konsumsi waktu luang untuk pergi ke bisokop, berubah menjadi model

konsumsi yang lebih instan. Koleksi film muncul di beranda YouTube, diakses melalui *mobile device* dengan cara-cara menonton seperti yang dilakukan pada konten-konten YouTube lainnya. Secara historis perubahan pola menikmati karya seni ini juga terjadi misalnya dalam konteks fotografi yang dulu hanya bisa dinikmati setelah ia di cetak, kini dinikmati cukup melalui gawai digital.



Gambar 5. Tampilan YouTube Movies berisi koleksi sinema digital yang dapat diakses secara berlangganan.

Bila lebih jauh muncul ke belakang secara historis, maka kita akan menemukan bagaimana bentuk seni tingkat tinggi berdialektika dengan perubahan-perubahan zaman dan teknologi. Sejak aliran seni avant garde berkembang di Perancis, peta gerakan dan karya bidang seni berubah. Aliran ini berpegang pada prinsip-prinsip eksperimental, radikal dan tidak ortodoks. Avant Garde membawa inovasi dalam estetika dengan merangkul “yang baru”, meramunya dengan yang kontemporer. Pada pengantar dalam artikelnya yang berjudul “*Constructive Instability, Or: The Life of things as Cinema’s After Life*”, Thomas Elsaesser mengatakan bahwa tujuan para seniman dengan aliran ini adalah untuk memangkas jarak antara seni dan kehidupan (Elsaesser, 2008). Aliran ini dibawa oleh kelompok-kelompok aktivisme seni yang merasa perlu untuk menyoroti hal-hal yang sering diabaikan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk melakukan perlawanan terhadap institusi seni itu sendiri.

Avant Garde tidak hanya dianggap merepresentasikan perubahan dalam dunia seni, tapi juga reformasi sosial. Hal ini terjadi karena dengan kritisismenya, seni turun

ke jalan, membawa skema wacana kritis tentang kehidupan sehari-hari. Dalam logika Kantian, karya seni harus berfungsi sebagai kritik (Caroll, 1995). Namun ada pula kritik pada aliran ini, yaitu mereka yang masih menganggap bahwa ‘seni untuk seni’ tetap dianggap penting sebagai pertahanan yang kuat untuk melawan totalitarianisme. Dalam artikelnya Elsaesser memaparkan beberapa pemikiran para tokoh yang menganggap bahwa kehadiran media baru akan menggerus nilai seni. Hal ini dikarenakan adanya perubahan revolusioner dalam teknik artistik, sehingga akan muncul perbedaan antara seni lama dan baru (Elsaesser, 2008). Hal ini dianggap akan semakin mendorong terjadinya perubahan radikal dalam lansekap seni.

Elsaesser menyatakan bahwa seni dan kehidupan berada dalam situasi yang sama yaitu menerima tekanan dari kekuatan eksternal. Hal inilah yang menyebabkan keduanya ‘tampak’ saling mengisi satu sama lain. Ia juga kembali memberi penekanan bahwa, seni dan kehidupan tidak saling menentang satu sama lain, namun juga belum bergabung sepenuhnya. Ketika gagasan tentang film (seni) digabungkan dengan konsep teknik (teknologi), maka kekuatannya adalah untuk menjawab heteronomi ganda antara *bios* (kehidupan individu dan keterbatasannya) serta *zoe* (kehidupan dengan siklus alamnya) (Elsaesser, 2008). Dalam perspektif teknologis, perkembangan internet merupakan contoh dimana pengetahuan dikumpulkan, dikelola secara sistematis, untuk dapat diakses secara sistemik pula. Dalam hal ini Elsaesser juga turut mempertanyakan bagaimana wacana avant garde beroperasi di internet. Utamanya jika fenomena dalam media baru tersebut lekat dengan konsep replikasi, pengulangan, dan imitasi. Artinya sebuah karya seni dari hasil duplikasi, replikasi, dan lain-lain masih dapat dipertanyakan sebagai sebuah karya seni.

Elsaesser menyoroti fenomena YouTube sebagai sebuah paradox. Paradox pertama adalah; YouTube dibuat dengan otomatisasi tingkat tinggi, informasi dibentuk secara matematis, melalui arsitektur pemrograman sedemikian rupa dengan didukung oleh sistem pencarian dan algoritma tertentu. Bentuk itu dianggap oleh Elsaesser meniru bentuk-bentuk kehidupan primitif sebelumnya seperti organisme, hidup dalam evolusi penuh, dimana segala sesuatu didalamnya bermutasi, menumpuk, bubar, mati, dan muncul kembali. Paradox kedua adalah, bahwa apa yang tersaji di dalamnya akan menjadi representasi pertarungan antara seni tinggi dan seni rendah, mana yang menghibur dan mana yang tidak, mana yang sangat informatif dan mana yang tidak,

mana yang mendidik dan mana yang tidak, dan seterusnya. Paradox ketiga adalah meskipun YouTube memiliki aspek positif, namun juga memiliki kelemahan tertentu. Elsaesser mencontohkan potensi ketagihan yang diciptakan oleh YouTube karena tiap video menyeret kita untuk terus melihat video lainnya dan seterusnya. Pada titik ini, manusia sulit mengetahui bagaimana menyeimbangkan batasan-batasan tertentu demi menjaga apresiasi obyektif atas sebuah karya.

Estetika pada Youtube juga menjadi perhatian Carol Vernallis dalam artikelnya yang berjudul *Unruly Media: Youtube, Music Video, and New Digital Cinema*. Vernallis mengenalkan konsep *digital swerve* bahwa media gambar bergerak memiliki estetika global baru yang sangat tergantung dari berbagai perangkat digital dan kombinasi-kombinasi teknis lainnya (Vernallis, 2013). Skala dan kekuatan grafis juga menjadi sorotan Vernallis. YouTube didukung dengan kualitas gambar yang sangat bervariasi, dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Hal ini memberikan pilihan yang lebih leluasa bagi pengguna untuk mengaksesnya. Artinya nilai estetis dari sebuah produksi audio visual juga ikut berubah. Salah satu sebabnya adalah karena nilai estetis setiap konten dipengaruhi pula oleh teknologi yang digunakan untuk mengaksesnya. Vernallis juga sepakat bahwa semesta Youtube adalah semesta yang dibangun dengan semangat kolaboratif dan komunal, sehingga estetikanya berada dalam pengertian yang lebih unik.

Persoalan perubahan bentuk dan standar estetika ini mungkin relevan dengan keresahan para pemikir bidang ini (seperti yang disampaikan oleh Elsaesser) bahwa kehadiran media baru akan menggerus nilai seni, tetapi di sisi lain, adanya perubahan revolusioner dalam teknik artistik akan memunculkan perbedaan antara seni lama dan baru. Ini justru mendorong terjadinya perubahan radikal dalam lansekap seni seperti semangat avant garde.

Simpulan

Terjadi perubahan penting pada bentuk, distribusi, industri dan cara menikmati film. Perubahan signifikan terjadi pada perkembangan film sejak era awal kemunculannya, sampai dengan bentuk dan model distribusi film di era digital saat ini. Film bertransformasi dari bentuk yang paling sederhana, eksepsi di layar bioskop sampai bentuk terkini di dalam ruang digital. Film yang diproduksi pada era awal

sinema, menggunakan metode produksi yang lebih tradisional dan didistribusikan melalui bioskop. Sedangkan konten film *Over The Top* pada platform YouTube menunjukkan adanya perubahan yang cukup signifikan dalam bentuk, distribusi, industri dan cara menikmati film. YouTube yang awalnya menggunakan pendekatan *user generated content*, perlahan mengembangkan platformnya untuk menjadi distributor konten dari industri film melalui fitur YouTube Movies and Shows. Dari penelusuran sejarah dan studi literatur yang dilakukan, artikel ini memetakan periodisasi dalam evolusi film yaitu periode sinema awal, periode modern, dan periode digital. Ketiga periode ini memiliki karakter sinema atraktif dan sinema naratif dalam tiap fase perkembangannya. Sinema atraktif berkaitan dengan aspek produksi film, yang menurut Broeren adalah bagian dari ‘cara menunjukkan’ dan sinema naratif yang berhubungan dengan ‘cara bercerita’ (seni komunikatif). Kedua model ini dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Saat teknologi masih dalam tahap awal pengembangan, maka sinema atraktif berkembang untuk mengeksplorasi teknis pembuatan film, kemudian setelah teknologi cukup mapan maka aspek sinema naratif ikut berkembang dengan pengembangan pada teknik bercerita. Fakta-fakta ini menunjukkan bahwa film sebagai produk seni harus terus beradaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi. Film harus mampu mewarisi semangat avant garde yang kritis.

Daftar Pustaka

- Auge, M. (1995). *Non-Places; Introduction to an Anthropology of Supermodernity* (J. Howe, Ed.). Verso.
- Barnett, G. A., & Sung, E. (2005). Culture and the structure of the international hyperlink network. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), 217–238. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.tb00311.x>
- Bestari, N. P. (2023, July 6). Layanan Film Streaming Terpopuler, Siapa Juaraanya? *CNBC Indonesia*, 1–1. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210706191319-37-258806/ini-5-layanan-streaming-film-terpopuler-siapa-juaranya>
- Broeren, J. (2009). Digital Attraction: Reloading Early Cinema in Online Video Collections. In P. Snickars & P. Vonderau (Eds.), *The YouTube Reader* (pp. 154–165). National Library of Sweden.

- Caroll, N. (1995). Avant-garde art and the problem of theory. *The Journal of Aesthetic Education*, 29(3), 1–13. <https://doi.org/10.2307/3333533>
- Dickson, W. K. L. (1891, May 20). *Dickson Greeting*. Black Maria.
https://id.wikipedia.org/wiki/Dickson_Greeting
- Elsaesser, T. (2008). Constructive instability or the life of things as the cinema afterlife?
In G. Lovink & S. Niedere (Eds.), *Video Vortex Reader: Responses to YouTube* (pp. 13–31). Institute For Network Culture.
- Fuchs, C. (2010). Social Media a Critical Introduction. In *Sage Publications* (Vol. 58, Issue 10). Sage Publications Ltd.
- Gonzalez-Ruibal, A. (2008). Time to destroy. An archaeology of supermodernity.
Current Anthropology, 49(2), 247–279.
- Holland, M. (2016). How YouTube Developed into a Successful Platform for User-Generated Content. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 7(1). <http://www.inquiriesjournal.com/articles/1477/how-youtube-developed-into-a-successful-platform-for-user-generated-content>
- Iversen, G. (2009). An Ocean of Sound and Image: YouTube in the Context of Supermodernity. In P. Snickars & P. Vonderau (Eds.), *The YouTube Reader* (pp. 347–357). National Library of Sweden.
- Kessler, C. (2007). Where were you when YouTube was born? *Journal of Brand Management*, 14(3), 207–210. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2550069>
- Lumiere, L. (1895, March 22). *La Sortie de l'Usine Lumiere a Lyon (Workers Leaving the Lumière Factory in Lyon)*.
https://en.wikipedia.org/wiki/Workers_Leaving_the_Lumi%C3%A8re_Factory
- Lundemo, T. (2009). In the Kingdom of Shadows: Cinematic Movement and Its Digital Ghost. In P. Snickars & P. Vonderau (Eds.), *The YouTube Reader* (pp. 314–329). National Library of Sweden.
- Musser, C. (2004). Historiographic method and the study of early cinema. *Cinema Journal*, 44(1), 101–107. <https://www.jstor.org/stable/3661175>
- Networthspot. (2024). *YouTube Movies Net Worth and Earnings*.
<https://www.networthspot.com/youtube-movies-a577ba75-d8c5-4456-a2b5-9a0be4989637/net-worth/>

- Prince, L. Le. (1888, November 16). *Roundhay Garden Scene*. ACMI Collection.
<https://www.acmi.net.au/works/62147--roundhay-garden-scene/>
- van Dijck, J. (2013). *Culture of Connectivity; A Critical History of Social Media*. In
Oxford University Press. Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.003.0001>
- Vernallis, C. (2013). *Unruly Media: YouTube, Music Video, and the New Digital
Cinema* (Online Academic). Oxford University Press.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199766994.001.0001>
- Wollen, P. (1972). *Sign and Meaning in The Cinema* (P. Wollen, Ed.; 3rd Edition, Vol.
1). Indiana University Press.