**INDUSTRI KREATIF FILM**

**(STUDI TENTANG UPAYA KOMUNITAS FILM ‘LINGKAR BIRU’ DI PURWOKERTO DALAM PENGEMBANGAN EKSISTENSI)**

**Srie Mustika Rahayu, Hariyadi, Dalhar Shodiq**

**Abstract**

This article is a about how The Lingkar Biru Film Community maintains and develops its existence in Purwokerto. The article aims to provide information and discourse of the phenomena and the patterns of creative economy in Purwokerto. The article also analyses the efforts by the community to enhance their existence. From the research leading to this article, it can be concluded that effort by LB in developing their existence is maintaining the quality by keep learning, creating and maintaining the quality. By maintaining the quality, one can assess the existence of something so the existence will come as a bonus for those who continue to learn and sharpen the creativity. Besides, LB also tries to avoid conflict among members, and to utilize project result to purchase new tools, and the most important is widening the network by raising the link. The internal interaction done by LB in the production and marketing process is very friendly and flexible. The members of the community master in almost all required skills in many areas of production so they can rely on each other. The obstacles found during the process of LB found were more on the technical issues and time, because the obstacles on the interaction can be overcome easily since the members have understand the characters and capacities each other. LB tries to keep the quality by always looking for new ideas that they want to create into a masterpiece. This is the most important point in the effort to sharpen the LB creativity in order to raise up the existence as creative economy.

*Keywords : creative economy, existence, creativity, film community*

**Latar Belakang**

Di Purwokerto, terdapat satu komunitas film yang menjadi ekspresi kreatif beberapa anak muda yaitu ‘Lingkar Biru’ (LB). Sebagai salah satu komunitas film di Purwokerto, LB cukup produktif serta digerakan oleh segelintir anak muda yang penuh ide kreatif. LB adalah sebuah wadah belajar pemuda yang ingin mendalami kegiatan seputar sinematografi seperti pengambilan gambar, *editing*, videografi, dan fotografi. Sejak berdiri pada tanggal 27 September 2012, LB aktif membuat berbagai film pendek. Komunitas ini berawal dari kumpulan orang yang berbeda-beda komunitas, tetapi akhirnya tergabung dalam satu wadah karena dipertemukan oleh satu proyek bersama, tetapi kesemuanya memiliki cita-cita yang sama untuk membuat film yang berkualitas.[[1]](#footnote-1)

Komunitas Lingkar Biru merupakan salah satu komunitas yang bergerak di bidang industri perfilman yang masih berskala kecil. Ekonomi kreatif di bidang film ini memproduksi berbagai jenis film indie[[2]](#footnote-2) dan beberapa iklan yang diminta oleh klien. Komunitas yang terbentuk pada bulan September 2012 ini mengawali kreativitasnya dengan membuat film indie hingga pada akhirnya mengikutsertakan karya tersebut di berbagai ajang kompetisi dan menyabet gelar *best director* dalam penghargaan AXA *Short Movie Competition* di tahun 2013.[[3]](#footnote-3) Sudah banyak pengguna jasa yang menggunakan kreativitas Komunitas Lingkar Biru Studios untuk membuat proyek-proyek iklan tayangan, seperti *Unilever*, BAF, Sampoerna, dan bahkan pemerintah daerah Banyumas untuk mempromosikan keunggulan daerahnya. Seperti film pendek**,** iklan tayangan untuk mempromosikan desa wisata di Karangsalam, Baturraden, menjadi salah satu proyek yang sudah dikerjakan oleh LB.

Selain Lingkar Biru, sebetulnya ada pula komunitas film lain yang berada di sekitar Purwokerto, yakni *Cinema Lovers Community* (CLC) yang berada di Purbalingga. CLC merupakan komunitas film yang memfasilitasi kegiatan perfilman berbasis komunitas di Purbalingga[[4]](#footnote-4). Salah satu kegiatannya yaitu produksi film-film pendek, dan pemutaran film. Tujuan komunitas ini untuk menciptakan wadah bagi para pecinta film yang membuka wacana berupa media film khusunya bagi anak-anak muda di Purbalingga, memberi tontonan yang bersifat mendidik dan menghibur, serta sebagai media pembelajaran seluk beluk karya film serta menumbuhkan kegairahan membuat film.[[5]](#footnote-5)

Selain itu, CLC juga menggunakan film sebagai alat untuk melakukan tindakan politik. CLC tidak sekedar menjadi komunitas film biasa, ia melakukan kritik terhadap pemerintah melalui kegiatannya. CLC melakukan kritik terhadap kebijakan yang dianggap merugikan masyarakat.Salahsatu kebijakan yang dikritisi CLC adalah tentang pengelolaan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Banjaran di Kabupaten Purbalingga. Namun anggota dari komunitas ini sudah terhitung banyak, termasuk di dalamnya menaungi komunitas-komunitas kecil yang notabene merupakan para pelajar. Hal ini berbeda dengan Lingkar Biru Studios yang hanya beranggotakan tujuh orang. Anggotanya pun termasuk tetap, yaitu beberapa orang yang sejak awal punya hobi dan tujuan yang sama yaitu untuk berkarya dalam bidang perfilman, khususnya film-film pendek. LB juga memiliki tema-tema yang diangkat dari isu-isu sekitar, terutama berkaitan dengan isu kampus, yang kemudian dikemas secara kreatif dan menarik dalam bentuk film pendek.

Menarik kiranya untuk mengkaji komunitas LB melalui penelitian. LB bukan sekedar bentuk kecil sebuah industri film. Nilai lebihnya adalah ia berangkat dari dari dua hal yang tidak dimiliki oleh industri film pada umumnya yaitu semangat komunitas dan kreativitas. Dengan kata lain, komunitas ini tidak berangkat dengan orientasi meraih keuntungan semata melainkan ia ada demi eksistensi anggota-anggotanya dan, melalui eksistensi itulah, keberadaan komunitasnya dijaga dan terjaga. Dalam proses semacam itulah komunitas ini dapat mewujudkan dirinya sebagai salah satu peluang ekonomi kreatif yang berpotensi untuk berkembang dan menjadi suatu kegiatan industri kreatif yang produknya dinikmati oleh masyarakat luas.

Artikel ini mengkaji upaya-upaya yang dilakukan oleh Komunitas Lingkar Biru untuk menjaga dan mengembangkan eksistensinya. Dalam konteks itu, maka artikel ini melihat lebih jauh interaksi internal yang dilakukan Komunitas Lingkar Biru Studios dalam proses produksi dan pemasaran. Selain itu artikel juga akan mengkaji upaya-upaya upaya yang dilakukan oleh Komunitas Lingkar Biru Studios dalam mengasah kreativitas untuk mengekspresikan eksistensinya.

**Fenomenologi Komunitas LB**

Untuk memahami dan menjelaskan keberadaan komunitas Lingkar Biru, fenomenologi dapat membantu menjelaskannya, mengingat film merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang dapat menggali potensi yang ada dalam setiap individu di masyarakat. Sehingga akan sangat disayangkan apabila potensi tersebut tidak diasah dan dikembangkan dikarenakan kurangnya perhatian. Sama halnya dengan kota Purwokerto, ekonomi kreatif yang berkembang di Purwokerto masih belum mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Dengan pendekatan fenomenologi, artikel ini memahami suatu peristiwa dan gejala dari salahsatu subsektor ekonomi kreatif dan kaitan-kaitannya dengan orang-orang di sekitar pelaku ekonomi kreatif. Dengan fenomenologi, artikel ini berfokus pada dunia intersubjektif. Artinya, sebuah realitas yang terjadi di dunia (dunia intersubyektif) merupakan subjektivitas individu yang dihayati oleh bersama.

Begitu pula dengan ekonomi kreatif, ekonomi kreatif merupakan suatu fenomena dalam masyarakat. Sebuah realitas yang terjadi dan berasal dari subjektif individu, karena pelaku-pelaku industri kreatif melakukan kegiatan ekonomi tersebut atas dasar kreativitasnya sendiri berdasarkan ide yang berasal dari subjektivitasnya masing-masing. Kegiatan ekonomi kreatif merupakan sebuah tindakan sosial yang dilakukan oleh para pelaku ekonomi kreatif. Sementara, fenomenologi menganggap bahwa fokus untuk memahami tindakan sosial adalah kesadaran manusia dan makna subjektif. Sehingga dalam hal ini, pandangan para anggota komunitas sangat diperlukan untuk memahami dan menjelaskan permasalahan yang terjadi.

Komunitas sendiri dapat diartikan sebagai kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan yang sama.[[6]](#footnote-6) Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas itu sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *communitas* yang berarti "kesamaan" yang kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti “sama, publik, dibagi semua atau banyak”.[[7]](#footnote-7)

Sedangkan komunitas film merupakan sebuah komunitas yang melakukan aktivitas yang berhubungan dengan perfilman atau *cinematografi.* Hal yang membedakan antara komunitas film dan kelompok sosial lainnya adalah kegiatan yang mereka lakukan. Kegiatan yang dilakukan seperti pembuatan film, pemutaran film, melakukan *workshop* film, pemasaran film, pembuatan festival film, dan lain sebagainya. Menurut Dimas Jayasrana[[8]](#footnote-8), ada beberapa peran yang dilakukan oleh komunitas film:

1. Sebagai jembatan informasi. Komunikasi secara aktif mengambil alih peran agen informasi dan mengantarkannya langsung kepada masyarakat.
2. Sebagai agen transformasi pendidikan. Komunitas film melakukan proses transformasi pendidikan yang secara mendasar dimulai dari penyebaran informasi yang dilanjutkan dengan pelatihan-pelatihan baik teknis maupun studi.
3. Sebagai jejaring distribusi film. Pemutaran apresiasi, kritik serta workshop membawa suatu tindakan distribusi yang baik disadari secara langsung atau tidak, menyuplai karya baik dari lokalnya atau dari luar.

Salah satu hal yang membedakan industri kreatif dari industri kapitalis lainnya adalah keberadaan dan pengakuan serta keterkaitannya dengan komunitas. Banyak di antara industri-industri kreatif berkembang dan bermula dari sekumpulan orang-orang yang memiliki kesamaan orientasi dan ide/gagasan serta kegiatan kreatif bersama. Dari sini, mereka kemudian mengembangkan kegiatan ekonomi, baik yang berorientasi kepada eksistensi komunitasnya atau yang oleh sebab perkembangan aktivitasnya maka kemudian memisahkan antara eksistensi komunitas dengan produksi atas kreativitas-kreativitas gagasannya.

Namun demikian, yang pasti dan kemudian muncul adalah apa yang kemudian dikenal dengan industri kreatif, sebuah industri yang berkembang dan dikembangkan tidak lepas dari dan untuk komunitas. Dalam perkembangan yang demikian itu, pengertian komunitas menjadi meluas. Ia tidak hanya berarti sekumpulan orang –yang umumnya berusia muda– dengan orientasi, ide/gagasan, dan aktivitas yang sama melainkan juga para penikmat hasil karya cipta komunitas tersebut. Di sinilah, antara lain, komunitas dalam pengertian terakhir itulah yang menjadi penopang utama keberadaan industri kreatif.

**Metodologi Penelitian**

Artikel ini ditulis berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif yaitu kata-kata yang diucapkan maupun ditulis oleh seseorang serta perilaku yang dapat diamati.[[9]](#footnote-9) Kedua asumsi tersebut selaras dengan dasar aktivitas ekonomi kreatif yang menggantungkan keberadaannya dari minat, bakat, dan kreativitas individu pelakunya. Artinya, eksistensi, interaksi internal, dan kreativitas di dalam aktivitas dan industri kreatif hanya dapat diungkap melalui kisah-kisah yang dituturkan dan atau ditulis serta tindakan-tindakan individu pelakunya. Di sinilah tujuan penelitian dan metode yang dipergunakan dalam penelitian ini akan persis bertemu.

Dalam tingkat penerapannya, metode penelitian kualitatif deskriptif ini menggunakan pendekatan konstruktivis. Artinya, penelitian ini memposisikan bahwa tidak adanya kebenaran yang absolut, karena realitas ada dan terbentuk dari konstruksi mental, baik berdasarkan pengalaman sosial individu, bersifat lokal, dan secara spesifik tergantung dari masing-masing individu yang melakukannya. Artinya, realitas bukan telah ada sebelum individu melainkan individu memiliki peran yang signifikan dalam membentuk realitas itu sendiri. Begitu pula dengan industri kreatif yang terbentuk atas dasar pemikiran individu para pelakunya. Industri kreatif dibentuk secara independen dan tidak memiliki ketergantungan akan pasar. Industri kreatif berkembang, berproduksi dan menghasilkan barang, dengan pasar dan konsumennya sendiri. Oleh karena itu, melalui pendekatan paradigma konstruktivis ini peneliti mencoba menganalisis tentang industri kreatif yang berlandaskan prinsip minat, bakat dan kreativitas pada diri para pelakunya.

Penelitian yang menjadi dasar artikel ini dilakukan terhadap salah satu komunitas ekonomi kreatif yang bergerak di bidang perfilman yang ada di Purwokerto, yaitu komunitas Lingkar Biru. Komunitas ini dapat dianggap sebagai salah satu komunitas ekonomi kreatif yang komunitas yang bergerak di bidang film, digeluti oleh pemuda kreatif dan produktif menjalankan aktivitasnya, memiliki gagasan kreatif dan menjalankannya sesuai dengan minat bakat sendiri, berada di wilayah Purwokerto dan masih dalam skala kecil namun sudah memiliki banyak karya. Lingkar Biru berpotensi berkembang besar menjadi satu kegiatan industri kreatif yang dijalankan oleh anak-anak muda produktif.

**Sekilas Tentang Komunitas Lingkar Biru**

Komunitas film Lingkar Biru ini didominasi oleh laki-laki, dari 6 (enam) orang anggota komunitas, hanya 1 (satu) orang yang merupakan anggota perempuan. Kesemuanya bertemu saat masing-masing sama-sama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan kampus Unsoed. Lima di antaranya, yakni Ditia, Nanda, Herdi, Anang, dan Carissa (sebutan akrabnya Icha), merupakan mahasiswa jurusan Komunikasi FISIP Unsoed. Ditia, Nanda, dan Herdi adalah mahasiswa angkatan 2008, sedangkan Icha dan Anang satu tingkat di bawahnya, yaitu angkatan 2009. Sedangkan Safirul Hanif atau biasa dipanggil Baya, merupakan satu-satunya mahasiswa di luar FISIP, yaitu Fakultas Hukum. Baya adalah mahasiswa Fakultas Hukum angkatan 2005. Meskipun terdiri dari berbagai angkatan dan berbeda jurusan, namun tak mempengaruhi pola interaksi mereka sama sekali.

Dalam interaksi mereka tidak terlihat adanya kesan senioritas yang umumnya membuat pola interaksi terasa canggung, kaku, dan cenderung formal. LB sama sekali jauh dari kesan tersebut, sehingga peneliti hampir tidak dapat melihat perbedaan yang identik secara usia dan masa kuliah dari anggota tersebut. Dua di antara anggota sudah berhasil lulus dari Unsoed, yaitu Baya dan Icha. Baya bekerja menjadi seorang wartawan di Net TV Semarang, sedangkan Icha yang merupakan *fresh graduate,* sedang menunggu proses penerimaan lamaran pekerjaan. Walau terkadang mereka menemui kesulitan untuk bertemu dengan perbedaan kesibukan tersebut, namun hal itu tidak menghalangi LB untuk dapat berkumpul saat memang terdapat proyek produksi.

**Ekonomi Kreatif dan LB**

Istilah ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh tokoh bernama John Hawkins, penulis buku *Creative Economy, How People Make Money from Ideas* (2001). John Hawkins adalah seorang yang multiprofesi. Selain sebagai pembuat film dari Inggris, ia juga aktif menyuarakan ekonomi kreatif kepada pemerintah Inggris sehingga dia banyak terlibat dalam diskusi-diskusi pembentukan kebijakan ekonomi kreatif di kalangan pemerintahan negara-negara Eropa. Menurut definisi Hawkins, ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana yanag menjadi *input* dan *output* adalah gagasan.[[10]](#footnote-10) Menurutnya, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Dengan demikian, melalui gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang sangat layak. Contohnya adalah penyanyi, bintang film, pencipta lagu, atau periset mikrobiologi yang sedang meneliti varietas unggul padi yang belum pernah diciptakan sebelumnya. Demikian pula dengan melalui gagasan, dapat tercipta beberapa aktivitas ekonomi yang lain seperti, fesyen, aksesori penampilan, dan atau kegiatan yang tidak melulu berawal dari orientasi ekonomis seperti, kesenian tradisional, teater, musik, maupun film.

Tentu saja hal yang dikemukakan oleh Hawkins sesuai seperti yang dialami oleh Komunitas Film Lingkar Biru ini. LB bukan berawal dari orientasi profit atau perhitungan secara ekonomis, melainkan murni karena hobi dan kreativitas anak muda pecinta dunia *motion.* Dari keterampilan, kreativitas, ide dan gagasan yang dimiliki oleh kumpulan anak muda tersebut, terciptalah karya-karya yang mulai banyak dinikmati masyarakat. Berbagai pengalaman yang menjadikan komunitas ini belajar banyak hal, menjadikan mereka mampu menghasilkan profit sedikit demi sedikit dari hobi dan keahliannya tersebut. Hal ini merupakan salah satu potensi untuk berkembangnya sebuah wujud ekonomi kreatif di bidang film yang masih cukup jarang di Purwokerto. Meski tidak menutup kemungkinan banyak bakat-bakat dan keterampilan yang belum terlihat oleh mata publik di Kota Purwokerto ini.

Terdapat 4 (empat) rantai proses penciptaan nilai dalam kegiatan industri kreatif. [[11]](#footnote-11) LB sudah mencakup kesemuanya tersebut. Proses pertama adalah kreasi atau originalitas. Kreasi merupakan penciptaan dimana daya kreasi merupakan poin terpenting dalam industri kreatif dengan melibatkan segala hal yang dapat dihubungkan sehingga dapat menghasilkan *output* berupa ide. Kreativitas, keterampilan dan bakat yang diolah secara maksimal akan menghasilkan orisinalitas ide. Walaupun sebenarnya pemaknaan LB terhadap orisinalitas sangat berbeda. Mereka tidak percaya adanya orisinalitas (dalam artian mutlak), karena setiap ide yang keluar dari kepala seseorang, merupakan hasil dari interpretasi-interpretasi orang tersebut dari apa yang sudah ia pelajari, apa yang ia terjemahkan dari yang sudah ia alami, apa yang ia baca maupun apa yang ia tonton.

Oleh karena itu, orisinalitas dimaknai oleh LB sebagai sesuatu yang berbeda. Bagi LB, yang terpenting adalah mereka mengerjakan sesuatu yang baru dan ide yang dihasilkan keluar dari kepala setiap anggota LB sendiri, terlepas dari umumnya orang menyebutnya sebagai orisinalitas. Anang menyatakan bahwa LB percaya, apa yang ada di kepala mereka pun merupakan hasil dari interpretasi-interpretasi mereka dari apa yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari. Hal itu diamini oleh kesemua anggota LB pada saat wawancara. LB menyatakan dalam wawancara bersama yang diwakili oleh Ditia, mereka meyakini bahwa otak setiap manusia secara tak sadar berjalan tidak terlepas dari pengaruh-pengaruh di sekitarnya, sehingga LB tak ingin mengklaim karya mereka merupakan sesuatu yang benar-benar orisinil.

Sedangkan kreativitas, dimaknai LB sebagai proses yang tidak pernah berhenti. Mereka tidak berusaha memahami kreativitas dalam pengertian umum. Bagi mereka, kreativitas berarti ide. Adapun faktor yang dapat memperkuat daya kreasi, antara lain edukasi, inovasi, ekspresi, kepercayaan diri, pengalaman dan proyek, proteksi dan agen talenta. Contohnya, inovasi dan ekspresi yang LB miliki dituangkan pada saat proses produksi dan editing. LB selalu berusaha untuk memberikan sentuhan yang berbeda dalam mengedit video atau film, hal itu menjadikan ekspresi dan inovasi tersendiri bagi mereka. Kepercayaan diri tentunya menjadi hal yang LB miliki sejak awal karena berasal dari masing-masing individu anggota LB yang sudah memiliki *track record* tersendiri di bidangnya. Pengalaman dan proyek sudah cukup banyak didapatkan oleh LB, pengalamannya mengikuti kompetisi tingkat nasional dan menyabet gelar *best director* pun patut diperhitungkan. Belum lagi, kerja sama LB dalam beberapa proyek seperti BAF, *Unilever*, Sampoerna, dan Desa Wisata Karangsalam, dan lain sebagainya.

Kemudian ke tahap selanjutnya, yakni distribusi. Distribusi adalah segala kegiatan dalam penyimpanan dan pendistribusian hasil karya. LB mendistribusikannya dalam bentuk karya yang diunggah ke *youtube*, salah satu contoh hasil karya LB tersebut dapat dibuka di situs ini <https://www.youtube.com/watch?v=ZB9XIENMzUM>. Adapun jika film yang dibuat merupakan pesanan dari konsumen, pihak pengguna jasa yang mempublikasikan hasil karya tersebut, baru kemudian diikuti dengan LB yang mengunggahnya di situs yang sama, seperti contoh iklan tayangan *Baturraden Adventure Forest* (BAF) ini <https://www.youtube.com/watch?v=RwwnHwuR1XA>.

Rantai proses yang terakhir adalah komersialisasi. Komersialisasi adalah bentuk aktivitas yang memiliki fungsi untuk memberikan pengetahuan kepada konsumen tentang produk dan layanan yang disediakan dan mempengaruhi konsumen untuk membelinya. Di dalamnya terdapat proses pemasaran, penjualan dan promosi. Ada satu anggota yang dipercaya khusus untuk memegang fungsi ini, yaitu sebagai *Production Management* (PM) atau sederhananya disebut sebagai bidang pemasaran. Namun berbeda dengan pemasaran yang lainnya, LB biasanya tidak lebih dahulu menawarkan diri atau mereka mencari-cari proyek sendiri, melainkan sebelumnya memang sudah ditawarkan proyek oleh jaringan atau *link* yang mereka miliki. Misalnya, salah satu yang sering bekerja sama dengan LB dan memberikan cukup banyak jaringan yang berpotensi menjadi klien adalah *Heart Corner*. Selain itu, ada Bhinneka Ceria, akun @IniPurwokerto, BAF, dan beberapa jaringan pecinta teater, musik, serta fotografi. Baru kemudian mereka melakukan proses pemasaran itu lewat proposal dan portofolio[[12]](#footnote-12) yang disampaikan oleh agen pemasaran atau PM mereka tersebut terhadap pihak yang ingin melakukan kerja sama. Dalam proses pemasaran LB, yang paling penting dan biasanya sukses melahirkan klien adalah portofolio yang mereka miliki.

**Eksistensi dan Interaksi Komunitas LBS**

Eksistensi bagi Komunitas Film Lingkar Biru, bukanlah sesuatu yang dijadikan tujuan utama dalam menjalani aktivitas sebagai sebuah komunitas film. Bagi LB, yang terpenting adalah wadah bagi mereka untuk belajar dan berekspresi dalam menggali kreativitas sehingga mereka bisa mengembangkan diri dan mengeksplorasi potensi diri. Sedangkan apabila dalam prosesnya mereka mampu eksis atau dianggap ada, maka hal itu merupakan bonus atau hadiah bagi mereka.

Uniknya, LB sepakat untuk tidak pernah membuat karya yang sama, sejenis, ataupun mirip. Harus selalu mencari sesuatu yang berbeda dan lain daripada yang lain. Diutamakan yang memiliki unsur keunikan atau yang khas. Hal ini merupakan salah satu upaya LB dalam menjaga kualitas karya mereka. Dengan demikian penikmat film atau karya LB tidak akan bosan dan jenuh dengan suguhan ide mereka. Munculnya ide atau gagasan yang dimiliki oleh anggota LB akan melalui proses *brain storming* yang dilakukan secara bersama-sama. Dalam proses ini, tidak boleh ada anggota komunitas yang absen karena sesuatu hal. Sangat diusahakan semua anggota wajib hadir dalam proses ini, karena ini merupakan salah satu proses paling penting untuk memulai produksi.

LB awalnya enggan disebut industri kreatif, sebab seperti yang sempat disinggung di muka, mereka menganggap bahwa komunitas ini merupakan ruang belajar dan berekspresi untuk menyalurkan minat dan bakat mereka lewat kreativitas. Selain itu, orientasi LB sama sekali belum sepenuhnya mengarah pada profit. Mereka lebih memaknai komunitas ini sebagai proses berkreasi, dan profit hanyalah bonus semata. Akan tetapi setelah peneliti dalam wawancara awal memberikan pemahaman tentang apa itu ekonomi kreatif, LB setuju bahwa mereka termasuk ke dalamnya, karena salah satu prinsip industri kreatif, yaitu mengerjakan sesuatu sesuai dengan minat, bakat, dan keahlian yang dimiliki, baru kemudian menghasilkan keuntungan demi kemandirian ekonomi. Sayangnya, untuk di Purwokerto sendiri, dukungan maupun apresiasi yang dapat mewadahi mereka agar dapat terus berkarya sebagai industri kreatif sungguh sangat minim. Sehingga sulit bagi LB untuk dapat berkembang, meskipun LB tetap meyakini bahwa mereka akan dapat melanjutkan keberadaannya. Selain itu, LB pun tidak memiliki niat untuk hijrah ke kota yang lebih besar dan maju untuk supaya karya mereka lebih dihargai dan berkembang lebih pesat, meski ada beberapa tawaran untuk itu, salah satunya yaitu dengan PH (*Production House)* yang ada di Depok.

Namun bila melihat LB sebagai sebuah industri kreatif atau ekonomi kreatif dengan unsur bawaannya yakni menghasilkan laba, LB sama sekali belum masuk sepenuhnya ke ranah itu. Diungkapkan oleh beberapa anggota dalam wawancara secara terpisah, bahwa mereka belum terpikir untuk menjadikan LB sebagai mata pencaharian utama karena di Purwokerto sendiri apresiasi terhadap keahlian atau keterampilan semacam ini sangat miskin. Padahal LB sudah hampir memiliki peralatan yang lengkap dari hasil keringat mereka menjalankan *project-project* profit sebelumnya, dan kualitasnya pun diakui hampir sama dengan yang ada di kota-kota besar lainnya.

Jika semua anggota LB sepakat bahwa yang terpenting bagi mereka adalah terus belajar dan meningkatkan kualitas merupakan salah satu cara untuk mengembangkan diri sehingga mendapat bonus eksistensi tersebut, maka ide lainnya yang sempat terbersit di pikiran mereka adalah regenerasi. Hal ini sebetulnya sudah terbahaskan dari setahun yang lalu, sempat ada beberapa obrolan untuk bagaimana apabila LB melakukan regenerasi yang dalam hal ini mengajak beberapa orang yang dinilai berpotensi untuk bergabung dengan LB karena sama-sama menyukai bidang cinematografi ini dan serius untuk mempelajarinya lebih dalam. Namun entah mengapa, hal itu hanya baru sebagai wacana saja di antara anggota LB. Proses rekruitmen yang sudah dibahaskan merupakan rekruitmen yang sifatnya tertutup. Akan tetapi mereka mengakui bahwa untuk merekrut kru atau pengurus adalah hal yang sulit.

Di dalam sebuah tim atau kelompok terutama dalam komunitas, ada bahasa-bahasa yang salah seorang tak perlu ungkapkan tapi semua anggota sudah mengetahuinya. Begitupun dengan LB, interaksinya terjalin dengan para anggotanya sudah mengetahui dan memahami porsinya masing-masing. Selain itu, LB memiliki keuntungan karena masing-masing anggotanya sudah saling memahami karakter dan kebiasaan satu sama lain. Dengan keterampilan masing-masing yang sudah sejak awal terlihat, anggota LB sudah memahami bahwa mereka memiliki porsinya masing-masing yang tidak harus dipermasalahkan karena pada dasarnya mereka saling meng-*handdle* dan saling melengkapi. LB bukan sebuah kelompok yang terbentuk hanya karena mereka punya kepentingan bersama tapi setelah itu selesai. Namun memang LB merupakan sebuah ruang belajar dan meliarkan kreativitas bagi anggota yang di dalamnya pun terjalin kultural yang erat.

Interaksi internal antar anggota komunitas bukan tanpa kendala. Kendala utama yang mengusik mereka adalah soal waktu. Masing-masing memiliki kesibukan yang berbeda satu dengan yang lainnya mengingat masing-masing anggota pun memiliki aktivitas di basis komunitas/organisasi sebelumnya. Apalagi empat di antara enam anggota LB tersebut sedang sibuk dengan skripsinya. Dua di antara mereka pun sudah disibukkan oleh pekerjaan. Oleh karena itu, waktu mereka untuk berkumpul sangat minim sekali. Namun meskipun demikian, untuk memudahkan interaksi, mereka memiliki akun grup *WhatsApp* yang berguna untuk tetap menjaga komunikasi dan koordinasi saat mereka tak mampu bertatap muka secara langsung.

**Eksistensi dan Kreativitas Komunitas LBS**

Kreativitas bagi Komunitas Lingkar Biru merupakan salah satu yang menjadi poin utama dalam memenuhi ruang belajar yang mereka sebut LB ini. seperti yang disebut sebelumnya, anggota LBS menganggap bahwa profit merupakan nomor kesekian dari pencapaian yang ingin dilakukan oleh LBS. Kreativitas, adalah hal yang paling penting dan menjadi prioritas LBS. Mereka berusaha tetap menjaga kualitas dengan mencari sesuatu yang selalu baru dari ide dan gagasan yang ingin mereka wujudkan menjadi sebuah karya. Hal itu yang menjadi poin paling penting dalam upaya mengasah kreativitas LB guna mewujudkan eksistensi yang lahir dengan tanpa sengaja itu. Intinya bagaimana LB selalu mencari sesuatu yang baru dan tak pernah mengulang hal yang sama. Menurut mereka, yang paling penting adalah tak pernah berhenti belajar.

Bagi LB, kreativitas merupakan ide yang mereka telurkan dan akhirnya menjadikan mereka mampu menghasilkan suatu karya sendiri. Namun jelas dalam kreativitas tersebut telah melalui proses yang panjang. Salah satu yang menjadi poin utama dalam upaya mengasah kreativitas Lingkar Biru adalah menjaga proses *brain storming.* Justru ide-ide yang mereka wujudkan dalam sebuah karya berupa video atau film adalah manifestasi proses tersebut

Oleh karena itu, bagi LB yang terpenting adalah bagaimana mereka melalui proses lahirnya ide yang dikandung oleh masing-masing kepala anggota LB dan kemudian ditelurkan dalam tahap *brain storming* pada pra produksi. Mereka meyakini bahwa dengan proses tersebut, hasil karya yang dibuat akan setimpal dengan kerja keras yang mereka lakukan, sehingga kualitas video atau film yang mereka buat tidak dapat diragukan. Hal itulah yang tentunya akan menjadikan LB mampu tetap menjaga eksistensi, meskipun hal tersebut tetap mereka yakini sebagai bonus atau hadiah bagi keseriusan LB mengerjakan sesuatu yang kreatif. Selain itu, LB selalu berusaha menyampaikan nilai-nilai lewat film yang dibuatnya, dan melalui proses *brain storming* pulalah, akhirnya ide itu bisa diwujudkan dengan baik oleh LB. Seperti salah satu film berjudul *Lonely Bottle* yang dibuat LB dengan mengangkat isu lingkungan, yaitu pemanfaatan sampah botol menjadi barang yang berguna.

Bilwan Feryanto, sebagai pengelola *Baturraden Adventure Forest* (BAF) yang pernah menjadi klien/konsumen LB, mengakui bahwa kemampuan LB dalam membuat film atau video sangat bagus. Kualitasnya sudah sama dengan di kota-kota besar seperti Jakarta. Ia tak menampikkan bahwa jika kemampuan seperti itu diasah dengan fokus, pasti akan menjadi keahlian yang luar biasa. BAF merupakan proyek pertama yang menjadi sejarah LB, karena proyek itulah yang menyatukan anggota LB ini dalam satu produksi bersama sehingga akhirnya terbentuk nama Lingkar Biru. Bilwan mengungkapkan bahwa pada awalnya ia melihat film yang dibuat oleh salah satu anggota LB yaitu Desa Kemutug Lor, ia melihat potensi yang bagus dari film tersebut sehingga akhirnya ia menawarkan LB untuk membuat film bersifat *documentary* untuk BAF.

Meskipun dengan alat seadanya, LB sangat mampu memanfaatkan apa yang mereka punya, karena sebetulnya semua kembali kepada tangan LB sendiri. Menurut mereka alat secanggih apapun jika berada di tangan yang tidak bisa memanfaatkannya, akan menghasilkan sesuatu yang biasa saja. Sedangkan LB adalah kebalikannya, dengan alat yang ketinggalan jaman sekalipun, melalui tangan mereka yang mampu memanfaatkannya semaksimal mungkin dan sebaik mungkin, hasilnya luar biasa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa komunitas film Lingkar Biru memiliki cara tersendiri untuk menjaga dan mempertahankan eksistensi yang mereka miliki, yaitu dengan terus belajar meningkatkan kualitas dan mengembangkan keterampilan. Selain itu, LB tidak pernah berusaha mengejar eksistensi menjadi hal yang paling penting, karena bagi LB yang terpenting adalah menjadikan LB sebagai ruang belajar dan menghasilkan karya yang berkualitas. Sementara eksistensi dengan sendirinya akan mengikuti mereka, dan hal itu dianggap sebagai bonus atau hadiah atas keseriusan LB untuk terus belajar. Interaksi LB berjalan dengan semestinya, mereka lebih banyak menghasilkan ide dan karya dari hasil berkumpul dan duduk bersama sambil bersenda gurau, hal itu menunjukkan betapa cair dan luwesnya interaksi yang mereka miliki satu sama lain. Hal itu tidak terlepas dari keterbukaan mereka dan satu sama lain sudah saling memahami karakter dan kapasitas masing-masing. Untuk mengasah kreativitas mereka terus belajar dan menemukan hal-hal baru dan pada saat produksi hal itu dilakukan melalui proses *brain storming* yang panjang. Maka untuk menghasilkan karya yang berkualitas, LB tetap berusaha menjaga proses *brain storming* agar tetap berjalan.

**Kesimpulan**

Komunitas Lingkar Biru merupakan salah satu komunitas kreatif dan paling produktif di bidang video dan film di Purwokerto yang cukup eksis karena memiliki kualitas yang bagus dan diakui dalam menghasilkan karya video atau film. Lingkar Biru memiliki keunikan tersendiri karena tidak menganggap bahwa eksistensi merupakan hal yang paling penting yang harus dikejar dan dicapai, namun mereka menganggap bahwa eksistensi merupakan sebuah bonus yang tak disengaja atau hadiah yang didapat atas keseriusan dan kesungguhan mereka untuk terus belajar dan belajar.

Lingkar Biru memaknai orisinalitas secara berbeda, yakni menghasilkan sesuatu yang keluar dari kepala mereka sendiri, namun mereka meyakini bahwasanya ide dan gagasan yang mereka miliki tidak terlepas dari pengaruh-pengaruh apa yang mereka alami di kehidupan sehari-hari. Apa yang mereka baca, apa yang mereka tonton, pasti menjadi referensi dari ide yang mereka hasilkan. Upaya Lingkar Biru mengembangkan eksistensi yang didapat dengan tak sengaja ini adalah menjaga kualitas dengan terus belajar, menghindari konflik antar anggota, pemanfaatan hasil dari proyek digunakan untuk melengkapi alat-alat yang baru, menggali ide sebanyak mungkin dan membuat karya sebanyak dan se-kreatif mungkin, serta yang terpenting adalah memperluas jaringan, salah satunya dengan cara memperbanyak *link*.

Interaksi internal yang dimiliki oleh Lingkar Biru sangat luwes dan fleksibel mengingat masing-masing anggota sudah memahami karakter dan kapasitasnya satu sama lain. Peneliti melihat pola interaksi LB bukan hanya sekedar soal *job description,* namun lebih dari itu terjalin kultural yang erat dan masing-masing anggota sudah memahami porsinya tanpa harus diberi instruksi. Kreativitas yang terus berusaha diasah oleh Lingkar Biru adalah dengan tak pernah berhenti belajar, mencari sesuatu yang baru, menghasilkan sesuatu yang berbeda dari yang lain. Dengan demikian eksistensi akan dengan sendirinya mengikuti, yang terpenting adalah menjaga dan terus meningkatkan kualitas.

**Daftar Pustaka**

Departemen Perdagangan Indonesia, 2008. *Pengembangan Industri Kreatif Indonesia 2025. Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015.* Studi Industri Kreatif Indonesia, Departemen Perdagangan RI.

Florida, Richard. 2002. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Book.

Hawkins, John. 2001. *The Creative Economy : How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane.

Miles dan Huberman, 1992*. Analisis Data Kualitatif.* Yogyakarta: UI Press.

Moelyono, Mauled. 2010. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Moleong, 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Taylor, Steven J, Bogdan. 1984. *Introduction to Qualitative Research Methods.* John Wiley & Sons:

**Sumber Lain :**

Undang-Undang No 8 Tahun 1992 Tentang Perfilman

Fokus Kompas. *Industri Kreatif*. Jumat, 26 September 2008

Majalah Tempo Edisi 16-22 Oktober 2006

Majalah Tempo Edisi 5-11 November 2007

Majalah Tempo Edisi 22-28 September 2008

Radar Banyumas, Sabtu 15 Agustus 2009

Kompas, Jumat 29 Mei 2009

Warta Ekonomi, No.12/Tahun XX/9 Juni 2008

<http://www.unsoed.ac.id/berita/mahasiswa-komunikasi-unsoed-raih-penghargaan-di-axa-short-movie-competition-2013> diakses pada 5 Juli 2014, pukul 15.23

<http://bhinnekaceria.com/youth-for-freedom-4-lingkar-biru-studio-film-dan-pengaruh-peran-pemuda/> diakses pada 9 Oktober 2014, pukul 21.35

<http://kinekita.com/cinema-lovers-community-clc-purbalingga/> diakses pada 4 Desember 2014, pukul 15.23

<http://m.kompasiana.com/post/read/413599/2/cinema-lovers-community-dalam-sejarah.html> diakses pada 4 Desember 2014, pukul 15.30

<http://www.mongabay.com/igapo/2005_world_city_populations/Indonesia.html> diakses pada 5 Januari 2015, pukul 22.02

<http://id.wikipedia.org/wiki/Purwokerto#Geografi> diakses pada 28 Desember 2014, pukul 20.30

<http://banyumaskab.bps.go.id/data/publikasi/publikasi_33/publikasi/files/search/searchtext.xml> diakses pada 16 Januari 2015, pukul 19.45.

<http://id.m.wikipedia.org/wiki/Universitas_Jenderal_Soedirman> diakses pada 5 Februari 2015, pukul 20.30

1. <http://bhinnekaceria.com/youth-for-freedom-4-lingkar-biru-studio-film-dan-pengaruh-peran-pemuda/> diakses pada 9 Oktober 2014, pukul 21.35 [↑](#footnote-ref-1)
2. Film indie merupakan singkatan dari Film Independen. Dinamakan Film Independen, karena dari mulai proses pembuatan hingga distribusinya dilakukan sendiri oleh kreator film independen tersebut. [↑](#footnote-ref-2)
3. <http://www.unsoed.ac.id/berita/mahasiswa-komunikasi-unsoed-raih-penghargaan-di-axa-short-movie-competition-2013> diakses pada 5 Juli 2014, pukul 15.23 [↑](#footnote-ref-3)
4. <http://kinekita.com/cinema-lovers-community-clc-purbalingga/> diakses pada 4 Desember 2014, pukul 15.23 [↑](#footnote-ref-4)
5. <http://m.kompasiana.com/post/read/413599/2/cinema-lovers-community-dalam-sejarah.html> diakses pada 4 Desember 2014, pukul 15.30 [↑](#footnote-ref-5)
6. Wenger, 2002. [↑](#footnote-ref-6)
7. Ibid [↑](#footnote-ref-7)
8. Jayasrana, 2002. [↑](#footnote-ref-8)
9. Taylor & Bogdan, 1984. hlm 8 [↑](#footnote-ref-9)
10. Hawkins, John. 2001. *The Creative Economy : How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane. [↑](#footnote-ref-10)
11. Departemen Perdagangan Indonesia, 2008. *Pengembangan Industri Kreatif Indonesia 2025. Rencana Pengembangan 14 Subsektor Industri Kreatif Indonesia 2009-2015.* hlm 69. Studi Industri Kreatif Indonesia, Departeman Perdagangan RI. [↑](#footnote-ref-11)
12. Sekumpulan informasi tentang LB yang merupakan catatan atau dokumentasi atas pencapaian prestasi dan pengalaman serta proyek yang telah dikerjakan oleh LB. [↑](#footnote-ref-12)