

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa Eagle Institute Indonesia (EII) sebagai lembaga yang berfokus pada pendidikan dan produksi film dokumenter memiliki kontribusi signifikan terhadap industri film nasional. EII selama lebih dari dua dekade telah mengimplementasikan model industri yang terintegrasi, mencakup empat pilar utama meliputi edukasi, produksi, distribusi, dan apresiasi terhadap film dokumenter. EII tidak hanya memproduksi karya dokumenter yang berkualitas, tetapi juga secara aktif membuka akses dan ruang partisipatif bagi generasi muda pembuat film dari berbagai wilayah di Indonesia melalui program-program unggulannya, seperti Eagle Awards Documentary Competition (EADC) dan Melihat Indonesia.

Penelitian ini menemukan bahwa Eagle Institute Indonesia tidak mengalami pembaharuan struktural secara signifikan di tengah perubahan lanskap media akibat fenomena konvergensi. Hal ini disebabkan oleh orientasi lembaga yang lebih menekankan pada nilai edukatif dan pengembangan masyarakat ketimbang profitabilitas komersial. Adaptasi terhadap konvergensi media hanya terlihat pada aspek teknis dan penambahan kanal distribusi digital seperti YouTube, tetapi belum menyentuh transformasi menyeluruh terhadap strategi distribusi. Ketergantungan terhadap Metro TV sebagai mitra distribusi utama juga memperlihatkan keterikatan EII pada pola distribusi konvensional.

EII tetap berhasil mempertahankan eksistensi dengan mengedepankan nilai-nilai idealisme serta memperkuat jejaring melalui keterlibatan alumni dan kolaborasi internasional. Kontribusi EII terhadap ekosistem dokumenter nasional tidak hanya tercermin dari jumlah film yang diproduksi, tetapi juga melalui kehadiran alumni yang membentuk inisiatif dokumenter di daerah masing-masing. Indikator tersebut telah menjadi simpul penting dalam pengembangan kapasitas sineas lokal serta pengarsipan visual terhadap realitas sosial dan budaya Indonesia.

Keberadaan EII menegaskan bahwa lembaga dokumenter dengan model yang berbasis pada pendidikan dan nilai sosial masih memiliki peran strategis dalam menjaga keberlanjutan industri, meskipun dihadapkan pada tantangan besar dari konvergensi media, dinamika politik seperti kepemilikan industri media dikuasai oleh sebagian besar politisi, dan situasi ekonomi global. EII perlu memperkuat kapasitas internal dalam bidang pengelolaan digital, strategi distribusi lintas platform, serta perluasan pendanaan agar dapat beradaptasi secara lebih fleksibel terhadap perkembangan industri media yang terus berubah untuk mempertahankan relevansi di masa depan.

B. Saran

Penelitian ini melengkapi kajian tentang industri perfilman nasional terdahulu karena beberapa penelitian sebelumnya tidak banyak membahas ekosistem industri film dokumenter di Indonesia. Secara ilmiah penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu dicermati secara kritis seperti pendekatan studi kasus tunggal yang hanya berfokus pada Eagle Institute Indonesia. Hal

tersebut membatasi ruang lingkup generalisasi temuan dalam konteks kelembagaan, model distribusi, serta relasi dengan industri media yang dimiliki EII belum tentu merepresentasikan praktik lembaga dokumenter lain di Indonesia yang mungkin beroperasi secara independen atau berbasis komunitas. Keterbatasan data kuantitatif mengenai performa distribusi digital, seperti statistik keterlibatan audiens, analisis pola konsumsi di media sosial, menjadi kendala dalam menyusun evaluasi menyeluruh terhadap efektivitas strategi distribusi di era konvergensi media. Keterlibatan partisipan, baik dari audiens dokumenter maupun alumni program EADC, tidak diakomodasi secara langsung melalui wawancara atau observasi, sehingga pemahaman mengenai dampak sosial, persepsi audiens, serta keberlanjutan jaringan alumni masih bersifat implisit.

Sebagai tindak lanjut dari temuan dan keterbatasan di atas, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan pendekatan yang lebih komprehensif dan lintas perspektif. Melakukan perbandingan antar lembaga dokumenter dengan latar belakang institusional yang berbeda, baik yang berafiliasi dengan media arus utama, komunitas independen, maupun platform digital, sehingga dapat memperkaya pemahaman tentang model-model adaptasi terhadap konvergensi media di sektor dokumenter. Pengkajian terhadap kebijakan media, regulasi penyiaran, dan struktur kepemilikan media di Indonesia juga menjadi penting untuk memahami pengaruh politik dan ekonomi terhadap keberlanjutan lembaga dokumenter dan ekosistem perfilman secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arango-Forero, G., Roncallo-Dow, S., & Uribe-Jongbloed, E. (2016). Rethinking Convergence: A New Word to Describe an Old Idea. *Media Convergence Handbook - Vol. 1*, 17–28. https://doi.org/10.1007/978-3-642-54484-2_2
- Bordwell, D., Thompson, K., & Smith, J. (2019). *Film Art: An Introduction* (Twelfth Ed). McGraw-Hill Education.
- Brennen, B. S. (2024). *Qualitative Research Methods for Media Studies*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003457411>
- Cresswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches* (Fourth Edi). SAGE Publications.
- Cutler, A. (2015). Distribution Revolution: Conversations about the Digital Future of Film and Television edited by Michael Curtin, Jennifer Holt, and Kevin Sanson. In *Film Quarterly* (Vol. 68, Issue 3). University of California Press. <https://doi.org/10.1525/fq.2015.68.3.98>
- Fernández-de-Arroyabe-Olaortua, A., Lazkano-Arrillaga, I., & Eguskiza-Sesumaga, L. (2018). Digital natives: Online audiovisual content consumption, creation and dissemination. *Comunicar*, 26(57), 61–69. <https://doi.org/10.3916/C57-2018-06>
- Gordon, R. (2022). The Documentary Distribution Toolkit. In *The Documentary Distribution Toolkit*, Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003152545>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Karmasin, M., Diehl, S., & Koinig, I. (2016). Convergent Business Environments: Debating the Need for New Business Models, Organizational Structures and Management respectively Employee Competencies. *Media Convergence Handbook - Vol. 2*, 49–68. https://doi.org/10.1007/978-3-642-54487-3_4
- Kemendikbudristek. (2024). *Memperingati Hari Film Nasional Tahun 2024, Kemendikbudristek Perkuat Ekosistem Perfilman Indonesia*. 99/SIPERS/A6/III/2024.
- Kerrigan, F. (2017). *Film Marketing*. Elseiver Ltd.
- Kolokytha, O., & Sarikakis, K. (2018). *Film Governance in the EU: Caught in a Loop?* 67–82. https://doi.org/10.1007/978-3-319-71716-6_5
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (Fifteenth). Pearson Education.

- Kristin, T., & Bordwell, D. (2018). *Film History: An Introduction* (Fourth Edi). McGraw-Hill Education.
- Lim, M. K. (2019a). Distribution and Exhibition as Intermediary Spaces. *Philippine Cinema and the Cultural Economy of Distribution*, 99–130. https://doi.org/10.1007/978-3-030-03608-9_5
- Lim, M. K. (2019b). Emerging Film Distribution and Exhibition Platforms in the Formal Economy. *Philippine Cinema and the Cultural Economy of Distribution*, 167–203. https://doi.org/10.1007/978-3-030-03608-9_7
- Liu, Z., Li, Z., Zhang, Y., Mutukumira, A. N., Feng, Y., Cui, Y., Wang, S., Wang, J., & Wang, S. (2024). Comparing Business, Innovation, and Platform Ecosystems: A Systematic Review of the Literature. *Biomimetics*, 9(4). <https://doi.org/10.3390/biomimetics9040216>
- Mitkus, T., & Nedzinskaitė-Mitkė, V. (2016). The impact of globalization to creative industries: the analysis of film industries of Central and Eastern Europe. *Creativity Studies*, 9(1), 64–74. <https://doi.org/10.3846/23450479.2015.1126539>
- Montpetit, M.-J. (2016). The 2nd Convergence: A Technology Viewpoint. *Media Convergence Handbook - Vol. 1*, 29–57. https://doi.org/10.1007/978-3-642-54484-2_3
- Moore, J. F. (1996). The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems. In *Leadership*. HarperCollins Publishers.
- Murschetz, P. (2016). Connected television: Media Convergence, Industry Structure, and Corporate Strategies. *Annals of the International Communication Association*, 40(1), 69–93. <https://doi.org/10.1080/23808985.2015.11735256>
- Orankiewicz, A. (2022). The role of public support for the film industry – an analysis of movie production incentives in Europe. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, 66(2), 90–104. <https://doi.org/10.15611/pn.2022.2.07>
- Pradsmadji, S. I., & Irwansyah, I. (2020). Media Convergence in the Platform of Video-on-Demand: Opportunities, Challenges, and Audience Behaviour. *Jurnal ASPIKOM*, 5(1), 115. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i1.491>
- Rabiger, M., & Hermann, C. (2020). *Directing The Documentary* (Seventh Ed). Routledge.
- Rahmiaji, L. R., & Widagdo, M. B. (2018). Evaluation of Media Policies in Order to Protect Local Film Community. *E3S Web of Conferences*, 73. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20187314012>

- Roberts, T. (2020). *The Making of Murdoch: Power, Politics and what shaped the man who owns the media*. I.B. Tauris.
- Roy, C. (2016). *Documentary Film Festivals: Transformative Learning, Community Building & Solidarity*. Sense Publishers.
- Schlesinger, P., & Doyle, G. (2015). From organizational crisis to multi-platform salvation? Creative destruction and the recomposition of news media. *Journalism*, 16(3), 305–323. <https://doi.org/10.1177/1464884914530223>
- Sifaki, E., & Papadopoulou, M. (2022a). Exploring film marketing in the new age digital era. Four cases of marketing European art house film productions. *International Journal of Cultural Management*, 1(1), 3. <https://doi.org/10.1504/ijcultm.2022.120963>
- Sifaki, E., & Papadopoulou, M. (2022b). Exploring film marketing in the new age digital era. Four cases of marketing European art house film productions. *International Journal of Cultural Management*, 1(1), 3. <https://doi.org/10.1504/ijcultm.2022.120963>
- Ulin, J. C. (2019). The Business of Media Distribution. In *The Business of Media Distribution: Monetizing Film, TV and Video Content in an Online World* (Third Edit). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351136624>
- Vallejo, A. (2020). IDFA's Industry Model: Fostering Global Documentary Production and Distribution. *Documentary Film Festivals Vol. 2*, 23–53. https://doi.org/10.1007/978-3-030-47324-1_3
- Weber, N. R., Marchand, A., & Kunz, R. E. (2024). The global impact of public and private funding on cultural and economic movie success: evidence from German film funding. *Journal of Cultural Economics*, 48(2), 259–283. <https://doi.org/10.1007/s10824-023-09486-7>
- Widyatama, R., & Polereczki, H. Z. (2021). The Indonesia Policy on Television Broadcasting: A Politics and Economics Perspective. *Iranian Economic Review*, 25(4), 677–690. <https://doi.org/10.22059/ier.2020.76100>
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Application: Design and Methods* (Sixth Edit). SAGE Publications.
- Zhang, Y., & Weber, I. (2023). Adapting, modifying and applying cinematography and editing concepts and techniques to cinematic virtual reality film production. *Media International Australia*, 186(1), 115–135. <https://doi.org/10.1177/1329878X211018476>