

KAPAN DAN BAGAIMANA SEBAIKNYA KITA MENGAPRESIASI FILM INDONESIA ?*

Oleh Ashadi Siregar

(1)

Festival film tentunya bukan pesta hura-huranya orang film. Setiap kali dilangsungkan, Festival Film Indonesia dijadikan peluang untuk kampanye dalam meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap film nasional. Dari festival ke festival yang sudah dilalui, setelah ratusan juta rupiah dikeluarkan baik dengan ataupun tanpa skandal dalam pembiayaannya, film nasional harusnya sudah jadi subyek yang keberadaannya menerima apresiasi yang tinggi dari masyarakat Indonesia. Kalau apresiasi ini belum juga naik, mungkin masyarakat kita goblok dan ndableg; atau mungkin juga film nasional kita memang tak pantas untuk diapresiasi.

Membuat asumsi bahwa masyarakat itu goblok, merupakan kebobrokan tersendiri. Karenanya tak usah menyarasehkan apresiasi masyarakat. Lebih baik mempertanyakan, kapan dan bagaimana sebaiknya apresiasi kita sebagai penonton ditujukan kepada film nasional. Cari jawabannya, setelah sekian lama menonton film produksi bangsa sendiri, apakah perlu berapresiasi terhadap film nasional ? Tak usah sok nasionalis, dengan jalan menghargai film yang sesungguhnya merusak nasionalisme.

Apresiasi kita terhadap film sudah masanya tidak bersifat emosional buta, bahkan dengan dalih nasionalisme. Bukan karena diproduksi oleh warganegara Indonesia atau bersifat domestik suatu film disebut sebagai film nasional. Sejumlah film yang diproduksi "orang" Indonesia akan menyebabkan saya malu besar jika orang luar menganggap itu sebagai produk nasional Indonesia. Lebih baik saya tidak sebangsa dengan "orang" Indonesia itu. Jika kecenderungan film "orang" Indonesia itu yang mendominasi perfilman Indonesia, dan merekalah yang disebut sebagai bangsa Indonesia, saya akan merasa bersyukur bilamana dianggap tidak sebagai bangsa Indonesia.

Tetapi sampai saat ini saya merasa bangga sebagai bangsa Indonesia, sebangsa dengan para sineas yang sudah memproduksi film nasional yang dapat disebut sebagai karya kebudayaan. Meskipun jumlah produksi mereka dapat dihitung dengan jari tangan dan terlindas dalam antrian film nasional di gedung-gedung bioskop terutama sinepleks, setidaknya di negeri yang berpenduduk lebih 150 juta ini masih ada Film Nasional.

Dengan FFI 1989 yang singgah bersafari di kota kebudayaan Yogyakarta ini, marilah kita mulai menetapkan hanya akan mengapresiasi Film Nasional. Karenanya mari kita bedakan dengan tajam, antara Film Nasional yang memang bermakna dalam membangun kehidupan nasional (berbangsa) kita, dengan film domestik yang bersifat anasional. Mungkin pemerintah tidak mau atau belum sempat membedakan ini, karena memang urusan kehidupan nasional yang berbudaya belum jadi prioritas dalam pembangunan ekonomi sekarang. Maka kita yang sedang diingatkan untuk meningkatkan apresiasi terhadap film produksi dalam negeri, agaknya perlu membuat diskriminasi secara tegas ! Bisakah dari kota budaya ini dilancarkan kampanye untuk mengapresiasi Film Nasional, sekaligus kampanye untuk menistakan film domestik yang anasional?

(2)

Film Nasional, sebagaimana yang berpredikat nasional lainnya, diharapkan menjadi salah satu variabel dalam membangun kehidupan berbangsa. Sebagai variabel ini, film

* Disampaikan pada *Sarasehan Film Safari Festival Film Indonesia 1989 di DIY*, Yogyakarta 28 September 1989

merupakan karya yang dikomunikasikan ke dalam alam pikiran masyarakat. Amanat yang sangat bagus yaitu untuk mencerdaskan kehidupan bangsa, juga menjadi tugas yang melekat pada film. Untuk itu landasan awalnya adalah menjadikan film sebagai produk budaya. Hanya produk budaya yang dapat menjadi karya yang dikomunikasikan ke dalam alam pikiran, untuk seterusnya mencerdaskan kehidupan masyarakat tersebut. Film memang sekaligus juga sebagai produk ekonomi, tetapi dalam kedudukannya ini ia hanya relevan dalam kehidupan ekonomi baik makro maupun mikro. Dalam sifat semacam itu ia tidak bisa dititipi tugas menjadi variabel dalam kehidupan budaya.

Dengan memilah sifatnya sebagai produk budaya dan produk ekonomi, wajah film produksi DN dapat dibedah lebih tajam, dengan melihat titik tolak kehadirannya. Setiap produk yang memang menjadi kebudayaan massa, mau tidak mau harus memiliki daya keterjualan (salable). Sifat ini sering hanya dikaitkan dalam konteks ekonomi. Padahal dalam konteks berkomunikasi, sifat salable ini dilihat dari penerimaan masyarakat seluas-luasnya. Boleh saja penerimaan yang luas itu menggunakan indikator uang. Tetapi sejumlah ide yang dikomunikasikan untuk perubahan masyarakat (social marketing), juga dirancang agar bersifat salable, tanpa harus menjadi komersial. Artinya, prinsip salable itu tidaklah harus dicurigai.

Yang penting pada awalnya film diciptakan sebagai produk budaya, baru kemudian karena kekuatan teknis di dalamnya, produk budaya itu memiliki daya keterjualan. Jadi bukan sebaliknya. Film yang bertolak dari intensi (intentional) sebagai produk ekonomi akan bertumpu pada kekuatan teknis berupa pemeranan dan sinematografis untuk mengejar efek salable tadi. Adakalanya dengan kekuatan teknis itu menjadikan film itu indah, meskipun bukan sebagai produk budaya yang akan mencerdaskan penontonnya. Setidaknya kehadirannya sebagai medium audio-visual dapat menjadi hiburan untuk mata dan telinga. Ini syah, dan tidak membawa kerugian dalam kebudayaan. Tetapi banyak pula pembuat film DN karena keterbatasan penguasaan kekuatan teknis ini, berlindung pada eksploitasi tubuh wanita, perkelaminan dan perkelahian, atau impuls-impuls barbar manusia. Sehingga baik hiburan untuk mata dan telinga maupun mencerdaskan kehidupan masyarakat, tidak dipenuhi oleh film tersebut.

Sifat film sebagai produk budaya dapat ditangkap dari pesan (message) terkandung di dalamnya. Pesan ini tidak bisa dikamufase. Namun pesan saja tidak ada artinya. Sekali menjadi produk budaya massa, tidak ada pilihan lain, ia harus terjual. Kecuali ia didukung oleh kekuatan politik, film dapat memberi arti salable dalam konteks politik, bukan ekonomi. Tetapi di Indonesia, hanya ada sejumlah kecil produk semacam ini, yaitu dengan kekuasaan birokrasi, film wajib ditonton anggota masyarakat. Karenanya tetap merupakan dua sisi keharusan bagi film sebagai produk budaya, yaitu adanya pesan yang mencerdaskan masyarakat, sekaligus memiliki daya keterjualan.

Persoalannya yang sering terjadi dalam penciptaan film ini bisa berupa adanya pesan, tetapi keterbatasan penguasaan teknis. Akibatnya produk tidak salable. Karenanya saya menganggap penciptaan film dengan pesan berbudaya dan faktor teknis ini merupakan dua sisi satu koin. Keduanya tidak bisa dipisah. Salah satu tidak ada, akan melahirkan film yang lemah. Kita masih dapat menontonnya tanpa dirugikan secara kebudayaan, meskipun tidak diperkayanya. Tetapi tanpa keduanya, film sudah menjadi sampah, mengapa harus dibiarkan ? Bukankah 'malu rasanya kalau kotor kotanya', seperti kata spanduk ?

(3)

Pada saat kita berbicara tentang film sebagai produk budaya, perlu dikenali lebih proporsional penciptaan film. Bukan produser sebagai pencipta film, meskipun ia pemilik modal. Pesan dan kekuatan teknis yang mewujudkan dalam film yang kita tonton merupakan

hasil kerja kolektif. Itu benar. Tetapi dibalik itu semua, pesan dan janji kekuatan teknis berasal dari penulis skenario; dan akan diwujudkan dalam arahan sutradara. Dengan begitu sebagai karya budaya, proses kreatif penulis skenario dan sutradara itulah yang menjadi dasar penciptaan film.

Penulis skenario (mungkin individu atau tim) merupakan counter-part bagi sutradara dalam pengalihan pesan. Sedang dalam hal pengwujudan kekuatan teknis film (pemeranan dan sinematografis), seluruh komponen dalam penciptaan merupakan subordinasi kepada sutradara. Dengan posisi sutradara yang menjadi nakhoda penciptaan ini, ibaratnya penulis skenario menjadi penggambar peta navigasi, produser hanyalah pemilik kapal, sedang seluruh komponen dalam produksi merupakan awak kapal. Siapakah bisa membantah kekuasaan nakhoda, kecuali ia sendiri tidak menghargai kenakhodaannya. Pendiktean selera pedagang sang produser terhadap penggambar peta navigasi dan nakhoda penciptaan, pada satu sisi berpulang pada karakter kedua pekerja kreatif tersebut dalam menghadapinya. Tetapi pada pihak lain harus dihadapi bersama, karena ini sudah menjadi masalah kebudayaan. Pada saat tangan kekuasaan ekonomi mulai dari produser sampai slagorde distributor menentukan corak kebudayaan, kita perlu lebih waspada.

Dari pemikiran sifat produk film ini, suatu festival film dapat dilihat dalam makna yang berbeda. Dengan menempatkan film sebagai produk ekonomi, festival menjadi urusan para artis pemeran, sebab merekalah yang lebih dikenal oleh massa. Festival di berbagai negara kapitalis akan berpola semacam ini. Fokus festival ditujukan kepada artis pemeran. Karenanya tidak heran kalau Mickey dan Donald yang hanya sekadar gambar tikus dan bebek, atau Rin-Tin-Tin dan Lassie yang sekadar anjing, juga dipawaikan untuk disambut oleh massa.

Berbeda halnya jika film dilihat sebagai produk budaya. Festival akan menjadi urusan para sutradara. Artinya festival menjadi forum bagi sutradara, sebagai nakhoda yang mempertanggungjawabkan pelayaran kreativitasnya. Fokus kepada sutradara ini dengan demikian juga akan mempengaruhi cara memandang terhadap komponen dalam produksi. Artis pemeran misalnya bukan lagi hanya sekadar yang mengandalkan bakat dan fisik dan bermain karena diarahkan, tetapi mereka yang karena seni peran dan intelektualitasnya dapat sharing dalam proses penciptaan produk budaya tersebut. Posisinya sebagai sub-ordinasi itu dapat diubahnya menjadi variabel dalam pengwujudan film tersebut. Jadi tidak sekadar pemain semacam: "saya bagaimana saja mau asal sesuai dengan skenario dan diminta sutradara". Artinya artis yang tidak mampu untuk menyadari bahwa kapal yang ditumpanginya menggunakan peta navigasi yang tak karuan, dan nakhodanya di bawah standar, agaknya tidak bisa diharap untuk ikut sharing dalam penciptaan produk budaya.

Dari kota Yogyakarta ini sudah selayaknya dimulai kerangka pemikiran yang berbudaya dalam menghadapi Festival Film Indonesia. Jadikan peluang ini untuk menumbuhkan apresiasi masyarakat terhadap sutradara dan pesan film ciptaannya. Dengan begitu yang perlu kita elu-elukan adalah para sutradara yang sudah menyumbangkan karyanya sehingga mencerdaskan kehidupan kita. Sebagaimana mereka kita anggap sebagai nakhoda kebudayaan, selayaknya kita bersama mereka jika pelayarannya harus menghadapi badai berupa kekuatan yang bersifat anti kebudayaan.

Dalam kebersamaan bersama nakhoda kebudayaan ini pula terasa perlu untuk menuntut agar pola exposing FFI kelak tidak lagi difokuskan kepada komponen yang hanya sub-ordinasi dalam penciptaan. Pencitraan hadiah oleh media massa yang dirancang seolah berklmaks kepada artis pemeran, sesungguhnya tidak sesuai dengan proporsi dalam proses penciptaan produk budaya. Begitu pula kampanye yang menitik-beratkan pada artis pemeran, hanya relevan bagi film sebagai produk ekonomi. Kehadiran artis pemeran di berbagai forum yang membicarakan film sebagai produk budaya, bisa menjadi

bumerang, bahkan menjadi ajang yang menyakiti mereka. Dikecualikan tentunya sejumlah artis pemeran yang dengan profesionalisme dan intelektualismenya memang punya sharing dalam proses penciptaan film bersama sang sutradara.

Dari tahun ke tahun diskusi tentang film bisa jadi hanya jadi permainan kata, atau sebagai bagian upacara festival. Mungkin pembicaraan ini juga.