

**Kode>Nama Rumpun Ilmu* : 688/Seni Intermedia
Bidang RAPID: Seni dan Industri Kreatif**

LAPORAN TAHUNAN

RISET ANDALAN PERGURUAN TINGGI DAN INDUSTRI (RAPID)



**FILM SERI SAM
BERBASIS POTEHI SEBAGAI PRODUK INDUSTRI KREATIF DAN
MEDIA PENDIDIKAN BUDI PEKERTI ANAK BERBUDAYA INDONESIA**

Tahun Ke-1 dari Rencana 3 Tahun

TIM PENELITI:

Prof. Drs. SOEPRAPTO SOEDJONO, MFA, Ph.D. (Ketua, NIDN 00-2802-4904)

Dr. NOOR SUDIYATI, M.Sn. (Anggota, NIDN 00-1411-6206)

PURWANTO, S.Sn., M.Sn., M.Sc. (Anggota, NIDN 00-1302-6504)

Drs. TRI GIOVANNI (Anggota, Wakil Industri)

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

Nopember 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Kegiatan : FILM SERI SAM BERBASIS POTEHI SEBAGAI PRODUK
INDUSTRI KREATIF DAN MEDIA PENDIDIKAN BUDI PEKERTI
ANAK BERBUDAYA INDONESIA

Peneliti / Pelaksana
Nama Lengkap : Prof.,Drs. SOEPRAPTO SOEDJONO MFA., Ph.D.
NIDN : 0028024904
Jabatan Fungsional :
Program Studi : Penciptaan Dan Pengkajian Seni
Nomor HP : 08164263841
Surel (e-mail) : profsoesoe@ymail.com

Anggota Peneliti (1)
Nama Lengkap : Dr.Dra. NOOR SUDIYATI M.Sn.
NIDN : 0014116206
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Anggota Peneliti (2)
Nama Lengkap : PURWANTO S.Sn.,M.Sn.,M.Sc.
NIDN : 0003026504
Perguruan Tinggi : Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra : PT Dreamlight World Media
Alamat : Jalan Ki Sarino Mangun Pranoto No. 18 A Ungaran
Penanggung Jawab :
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 300.000.000,00
Biaya Keseluruhan : Rp. 1.573.000.000,00

Mengetahui
Ketua IPI ISI Yogyakarta



(Dr. Sunarto, M.Hum.)

NIP/NIK 195707091986031004

Yogyakarta, 4 - 11 - 2014,
Ketua Peneliti,

(Prof.,Drs. SOEPRAPTO SOEDJONO MFA.,
Ph.D.)

NIP/NIK194902281981031002

Menyetujui
Rektor ISI Yogyakarta



(Prof. Dr. AM Hermien Kusmayati)

NIP/NIK 195202191974032001

RINGKASAN

PT Dreamlight World Media sebuah perusahaan produksi siaran televisi berdiri sejak 2002 dan mulai produktif membuat tayangan reality show tahun 2005 yang sukses seperti Minta Tolong, Tukar Nasib, Si kecil Berhati Besar, Lunas, Bedah Rumah, dan sebagainya. Kini PT DWM sejak 2011 membuat divisi film animasi D2 (Dufan Defenter) untuk Indosiar. Tentu saja, boneka potehi sebagai produk animasi awal, sebagaimana TVRI pernah menayangkan *Si Unyil* (1979) yang mengemban misi edukatif dan toleran antar suku, sukses hingga 1988 dan 2007. Untuk memberdayakan PT Dreamlight sebagai perusahaan tayangan televisi yang produktif dan kreatif, serta memberdayakan perangkat audio, audiovisual, dan editing juga memiliki studio produksi di Yogyakarta maka perlu dibuat penelitian untuk penciptaan film dan film seri SAM berbasis boneka potehi. Model penciptaan dan proses produksinya mengacu pada film *Si Unyil* produksi PPFN (Pusat Produksi Film Negara). Film anak serial SAM dibuat berdasarkan hasil penelitian awal naskah drama radio SAM berlatar budaya Tionghoa dan merevitalisasi keberadaan potehi ke dalam film tunggal dan film serial. Dukungan ISI Yogyakarta dan PT Dreamlight World Media dengan dana dan sumber daya yang bermomitmenn bekerja sama untuk mewujudkan film seri anak SAM dapat menjadi model pembuatan film boneka yang edukatif dan berkepribadian bangsa, juga mengembangkan ekonomi kreatif melalui produk karya seni film sehingga akan diperoleh dampak positif bagi perguruan tinggi, dunia industri, dan pelestarian serta pengembangan budaya Tionghoa di Indonesia.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa bahwa pembuatan film boneka berbasis riset SAM (San Ai Meng) dengan mitra industri PT Dreamlight World Media, Ungaran, Jawa Tengah berlangsung lancar. Beberapa kendala yang bersifat teknis dan penerapan teknologi berhasil diusahakan untuk diatasi bersama. Masing-masing pihak telah menerima manfaat dan meningkatkan diri dalam proses produksi film SAM tersebut selama 10 bulan sejak Pebruari hingga Desember 2014.

Sebuah film memang berkorelasi dengan biaya yang besar, namun upaya untuk mencipta film berkualitas dengan biaya rendah harus terus dilakukan, Kreativitas adalah kata kunci, dan kemauan kerja keras adalah jalan untuk membuka kemungkinan yang berbeda dan sepenuh hati untuk menghasilkan karya seni film yang inovatif, edukatif, dan profit. Sebuah rumusan Produksi film yang mudah diucapkan tetapi sangat sulit dihadirkan sebagai karya film, terlebih film boneka anak-anak. Namun, semua adalah tantangan dan bukan sebagai halangan untuk melangkah lebih maju serta berdaya guna.

Skenario film SAM, berdurasi 75 menit atau 100 halaman telah dibuat sebagai dasar cerita selanjutnya. Demikian juga sampel film SAM berdurasi 75 menit terus diupayakan untuk disiapkan. Sementara, peningkatan kualitas produk film ternyata berkaitan dengan lisensi program software yang harus original dalam pengeditan audio maupun visualnya. Kendal inilah yang tak terduga karena untuk editing suara di Bangkok, Thailand dengan paket film seharga Rp 300 juta tentu akan memberatkan biaya produksi. Memang idealnya SAM dibuat dengan standart internasional dan setidaknya menelan biaya Rp 1,5 milyar untuk karya 75 menit.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Dilitabmas Kemendikbud yang telah memberikan dana penelitian multitalun semoga dapat terus berlanjut dan mencapai titik kulminasi yang menjadi film SAM dapat dikagumi dan dijadikan acuan program pendidikan budi pekerti anak berjiwa Indonesia yang produktif dan positif jiwanya. Selain itu, kami ucapkan pula kepada Pak Eko selaku pemilik usaha kreatif PT Dreamlight World Media, dan Mas Heru Tanaya sebagai CEO yang dengan kerja

keras serta sambutan baik melancarkan tugas-tugas kerja sama tersebut. Kepada semua pendukung produksi sejak awal perancang boneka SAM Mas Dwi Suyamto, S.Pd., M.Sn., Mas Samto selaku pembuat boneka SAM, Mas Lephén Purwanto selaku penggagas dan pemilik ide SAM dari drama audio sehingga berkembang ke arah industri kreatif yang produktif, inovatif, dan memberikan kontribusi bagi bangsa dan negara.

Kok Keke guru potehi dari Surabaya dan kepada semua teman produksi: Mas Bosky, Mas Iwan, Mas Pampam, Mas Gadul, Mas Dedy, Mbak Yeni, Mbak Ari, Mas Slamet Riyadi, Mas Wahyu, Mas Vio, Mas Khan, Mas Wahyu Kurnia, Mbak Ditta, Mbak Meggy, Mbak Krisna, Mbak Yani, Mas Teguh, Mbak Nita dan Mbak Sista. Juga para pengisi suara yaitu Mbak Mega, Mas Ibrahim, Mbak Iin, Mbak Ayu, Mbak Tiara, Mbak Chacha, dan semua pihak yang tak dapat disebut satu per satu. Semua diucapkan terima kasih teriring maaf dan tetap bersama bekerja untuk menjalankan kerja kreatif ini dengan baik dan mencapai hasil yang optimal.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Rektor ISI Yogyakarta yang telah memebrikan dana dan fasilitas pada program RAPID Film SAM tersebut di tahun 2014. Selanjutnya, kepada ti peneliti Dr. Noor Sudiyati, M.Sn. dan Drs. Tri Giovanni serta Lephén Purwanto, M.Sn. diucapkan banyak terima kasih. Semoga kerjsa sama dan kerjsa keras tersebut membuahkan hasil yang baik dan berfaedah.

Terima kasih.

Yogyakarta, 11 Nopember 2014

Ketua Peneliti

Prof. Drs. Soeprapto Soedjono, MFA, Ph.D.

Halaman Pengesahan ---	1
Ringkasan ---	2
Prakata ---	4
DAFTAR ISI ---	6
BAB 1. PENDAHULUAN ---	7
A. Latar Belakang Penciptaan ---	7
B. Tujuan Umum Riset ---	11
C. Tujuan Riset dan Teknologi Terbarukan ---	15
D. Rumusan Penciptaan ---	15
E. Target RAPID per tahun ---	18
BAB 2. PETA JALAN RISET DAN TEKNOLOGI ---	20
BAB 3. HASIL YANG DIJANJIKAN ---	22
BAB 4. TINJAUAN PUSTAKA ---	25
BAB 5. METODE PENELITIAN ---	28
BAB 6. HASIL YANG DICAPAI ---	31
A. Konsep Penciptaan Film SAM ---	31
B. Sumber Penciptaan ---	34
1. Nilai Budaya Jawa ---	35
2. Nilai Budaya Tionghoa ---	45
3. Nilai Budaya Jawa-Tionghoa (Jati) ---	47
C. Proses Penciptaan Skenario Film SAM ---	49
D. Skenario Film SAM ---	50
E. Produksi Film SAM ---	150
BAB 7. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA ---	190
BAB 8. KESIMPULAN DAN SARAN ---	192
DAFTAR PUSTAKA ---	193
DAFTAR LAMPIRAN ---	194

BAB 1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Perusahaan televisi Indonesia banyak menayangkan produk film anak impor. Film animasi anak produk impor, baik tayangan televisi maupun dalam bentuk DVD/VCD dewasa ini, semakin mendominasi di Indonesia. Produk animasi asing seperti *Marshan and the Bear*, *Rango*, *Cars*, *Rio*, *Momster*, *The Lion King*, *Angry Birds*, *Space Dogs*, *Finding Nemo*, *Happy Feet*, *Upin Ipin*, *Madagascar*, *Ammys Adventures*, *Doraemon*, *Puss in Boots*, *Kungfu Panda*, *Hop*, *Dalmatians 101*, *Bolt*, *Sin Can*, *Dora the Explorer*, dan masih banyak lagi beredar di Indonesia. Tentu saja, hal tersebut akan berpengaruh pada perilaku anak-anak dan keluarga yang menyaksikan serta mengonsumsi produk film animasi tersebut. Dampak menyaksikan dan mengonsumsi film animasi asing tersebut selain berdampak kepribadian, dan psikologis juga ekonomis.

Era industri kreatif dewasa ini di Indonesia juga sudah mulai banyak memproduksi film animasi tetapi masih belum mampu menandingi kualitas dan estetika produk asing karena masih berbentuk animator dwimatra (dua matra), padahal produk asing sudah menggunakan media animator trimatra (tiga dimensi). Upaya mengejar kualitas dan menguasai teknologi animasi trimatra dari luar negeri tentu perlu waktu lama dan berbiaya mahal. Padahal di Indonesia memiliki potensi animasi awal yaitu boneka atau wayang. Kesuksesan *Si Unyil* (1979) dan masih diperhitungkan hingga kini, dapat diacu sebagai model pembuatan film atau film seri untuk anak berkultur dan keluarga Indonesia. Di sisi lain, belajar dari sukses film anak dan keluarga berbasis kepribadian Melayu seperti *Upin Ipin* dari Malaysia perlu dikembangkan dan dikreasi film anak yang sesuai potensi dan kepribadian Indonesia. Salah satu potensi yang masih terpendam dan memiliki kualitas bentuk boneka yang indah adalah potehi. Potehi dapat digunakan sebagai bahan dasar produk film animasi yang efisien dari segi biaya, tetapi memiliki karakter dan bentuk yang unik serta bentuk dialog utama bermediakan bahasa Indonesia, berdialek bahasa Tionghoa sehingga lebih menasional dan komunikatif hingga di kawasan Nusantara.

Produk karya kreatif film SAM, bersumber naskah audiotif untuk drama radio SAM (*San Ai Meng* atau *Khayalan Tiga Cebol*) yang dibuat Lepheng Purwaraharja (nama populer dari Purwanto, M.Sn., M.Sc.) terinspirasi pada dongeng dan struktur fiksi serta drama Melayu Tionghoa yaitu serial *Kesastraan Melayu Tionghoa dan Kebangsaan Indonesia*, 2000-2004, sebanyak 8 jilid. Naskah drama audiotif SAM bila digabung dengan wujud kreasi artistik visual dan boneka potehi maka dapat menjadi film bila direkam secara audiovisual dengan baik maka akan menjadi produk film yang unik karena boneka potehi kini telah direvitalisasi oleh Yensen Project di Mojokerto, Jawa Timur, mencapai 1.200 karakter. Bila dijadikan film boneka SAM, tentu saja, dibandingkan dengan membuat film animasi dengan durasi yang sama, biayanya akan jauh lebih murah dan efisien biaya produksinya. Sebagai perbandingan untuk film animasi 2 dimensi berdurasi 24 menit membutuhkan biaya Rp 35.000.000,- dan tiga dimensi bisa mencapai Rp 50.000.000,- maka film boneka SAM hanya membutuhkan Rp 20.000.000,- atau paling mahal Rp 25.000.000,- saja. Padahal potensi produk film untuk anak dan industri kreatif berbasis budaya serta kepribadian Indonesia berpeluang besar secara ekonomis dan menjadi produk ekspor dengan biaya produksi lebih efisien. Di samping itu secara social-budaya masyarakat Tionghoa di Indonesia dan Asia, bahkan dunia akan terpenggil memberikan dukungan atau bernostalgia dengan kehadiran film SAM berbasis boneka potehi. Di sisi lain secara kultural, produk film SAM akan lebih membumi dan membicarakan khayalan anak kecil dengan cita-cita besar, harapan besar, dan menyangkut soal kehidupan bermasyarakat dan bernegara sebagaimana pernah dijadikan tema film televisi berbasis boneka *Si Unyil* (1979). Jadi secara kultural, sosial, dan ekonomis produk film anak SAM prospektif dan memiliki keunggulan kreatif yang mendunia.

Perusahaan PT Dreamlight World Media (DWM) sejak tahun 2011 sudah membuat film animasi dan film fiksi untuk televisi. Artinya, masih ada peluang dan dengan menawarkan produk baru film boneka potehi SAM menjadi kerja penelitian dan penciptaan yang bermanfaat bagi kedua belah pihak, baik: perguruan tinggi maupun industri. Terlebih PT DWM berdiri di Ungaran, Jawa Tengah pada tahun 2002, bertekad untuk menjadi *production house* yang bisa menginspirasi *audience*-nya. Gagasan RAPID dengan film SAM disambut sebagai produk peneguh identitas budaya

Tionghoa di Indonesia yang akan menginspirasi masyarakat dunia dengan acara luhur berkepribadian Indonesia, termasuk nilai-nilai luhur dari budaya Tionghoa.

Semula produk PT DWM selama ini lebih banyak memproduksi *reality show* (film dokumenter) yang berbasis empati dan solidaritas sosial sejak tahun 2005-2012 sebanyak 47 produk, dan berkembang ke jenis produk fiksi (animasi dan film televisi) sebanyak 1 (2011) dan 2 (2012). Produk film fiksi mulai diproduksi PT DWM, namun permasalahannya kurangnya kreator penulis skenario film fiksi. Pada RAPID akan ditangani sumber daya kreatif film fiksi sehingga dapat meningkatkan jumlah produk fiksi lebih besar, dengan memberikan kontribusi aspek penulisan skenario untuk anak, dan selanjutnya pengoptimalan studio audio yang belum optimal digunakan yaitu untuk dubbing film animasi *Dufan Defender (D2)* saja. Selain itu, program RAPID juga melakukan diversifikasi produk fiksi pada PT DWM dengan biaya efisien berupa film boneka anak berbasis potehi yang edukatif, dan berkepribadian budaya Indonesia. Lihat Grafik 1 di atas.

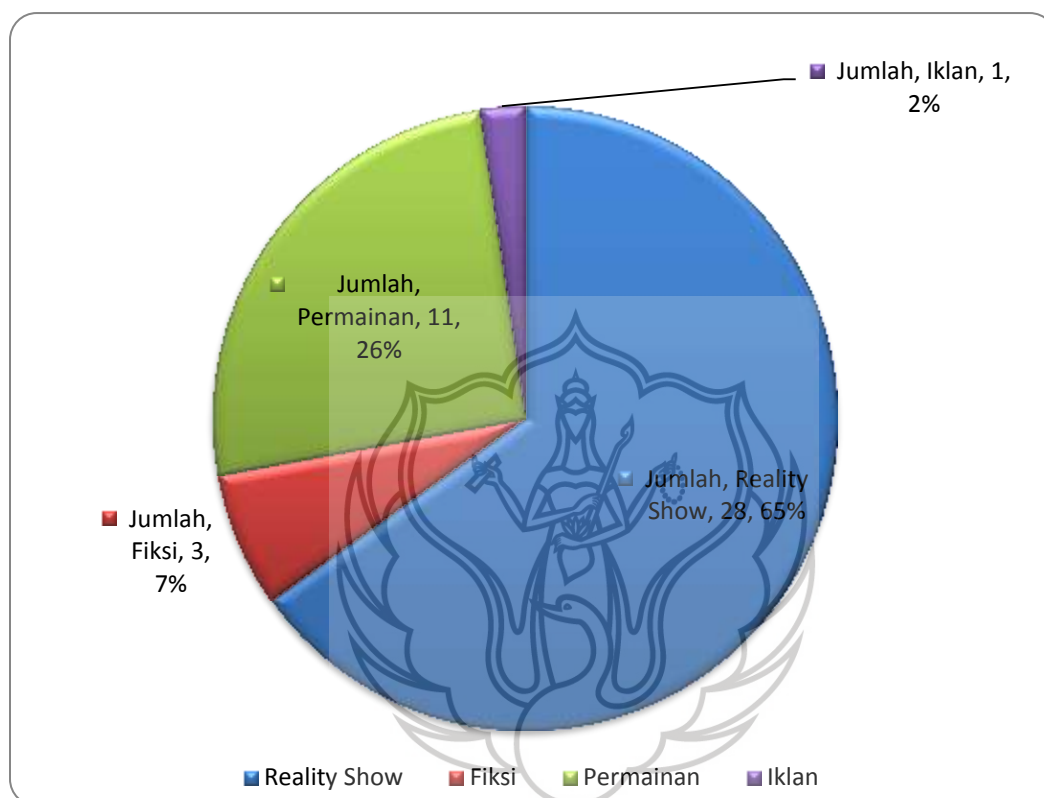
Persentase jumlah produksi film animasi dan fiksi untuk televisi juga masih sedikit yaitu 7 % dari produk keseluruhan sejak 2005-2012 (Lihat Grafik 2) sehingga program RAPID pada PT DWM akan meningkatkan kinerja dan diversifikasi produk yang dikembangkan perusahaan berbasis pada produk *reality show*, dan kini merambah pula produk animasi. Potensi pasar film seri anak-anak berbasis animasi ditayangkan jam 06.00-08.00 dan sore 15.00-17.00 di berbagai perusahaan siaran televisi. Selain itu, saat ini banyak digemari pula DVD dari film animasi tersebut seperti *Dora*, *Spongebob*, *Cars*, *Rio*, *Upin Ipin*, dan lain-lain. Tayangan animasi import masih mendominasi siaran televisi di Indonesia.

Belajar dari sukses dan uniknya film boneka *Si Unyil*, sejak 1979-1988 ditayangkan TVRI Jakarta, produk PPFN tersebut dan pernah ditampilkan selama setahun 2002-2003 di RCTI, kemudian terkenal lagi dengan *Laptop Si Unyil* di Trans 7 pada 2007 sampai 2010. Jadi peluang bentuk film boneka masih besar.

Potensi pasar film anak atau film animasi masih terbuka luas dengan keuntungan bersih Rp 10.000.000,- sampai Rp 35.000.000,- per episode 24 menit, dan untuk film televisi lepas keuntungan bisa mulai Rp 100.000.000,- sampai Rp 300.000.000,- per judul 75 menit. Apalagi bila film SAM dibuat dengan proses produk film berbiaya

lebih efisien dan kreatif, maka profitabilitas setiap produk tayangan film tersebut akan semakin besar, diprediksi mencapai 50 % hingga 100 %.

Grafik 2
Jumlah Produk dan Tayangan TV oleh PT Dreamlight World Media
2005-2012



Potensi eksternalitas ekonomi yang dihasilkan film SAM pada tahun pertama RAPID (2014) berupa film SAM berdurasi 75 menit, yang bertema nilai toleransi, tenggang rasa, dan nasionalisme serta kerja dan belajar serta giat disertai doa akan mencapai kesuksesan dijual dengan harga tiket @ Rp 5.000,- yang memikat 1.000.000,- penonton anak, diperkirakan memperoleh hasil Rp 5 milyar atau untung Rp 4,5 milyar. Bila dijual dalam bentuk VCD/DVD dengan dikopi 2 juta keping dengan harga @ Rp 5.000,- per keping maka untung tambahan Rp 10 milyar. Belum lagi bila dijual ke usaha penyiaran televisi swasta nasional dapat mencapai Rp 250.000.000,- sampai Rp 400.000.000,-

Apalagi bila dilihat jumlah produk film berbasis boneka masih langka, pesaing film boneka saat ini kurang terpapar. Di sisi lain, wujud boneka potehi nan unik dan indah dan sempurna akan menjadi daya tarik baru sesudah kejayaan *Si Unyil*. Bila film seri SAM berbasis budaya Tionghoa dimungkinkan diekspor dengan royalti sebesar 10 % dari nilai jual atau omset jual, per keping Rp 30.000,- biasanya produser menggangakan 2.000.000,- keping sehingga mendapat royalti per kontrak mendapat sebesar Rp 6.000.000.000,- maka dapat pula menyeter ke sector pajak PPh 10 % atau Rp 600.000.000,-

B. Tujuan Umum Riset

Berdasarkan latar belakang usulan RAPID (Riset Andalan Perguruan Tinggi dan Industri) film SAM bertujuan sebagai berikut:

1. Membuat produksi film *SAM (San Ai Meng, atau Khayalan Tiga Cebol)* sebagai produk seni dan industri kreatif yang unggul dan berkepribadian Indonesia yang dapat dipasarkan ke kawasan regional maupun internasional.
2. Melakukan revitalisasi dan restorasi boneka dan pentas potehi sebagai produk kebanggaan bangsa Indonesia yang disumbangkan oleh etnis Tionghoa untuk tanah air Indonesia melalui film seri anak SAM.
3. Melakukan alih teknologi dari perguruan tinggi kepada industri berupa: tata fotografi, dan tata panggung tiga dimensi bernuansa etnik Tionghoa dan elemen budaya suku lain di Indonesia sebagai sebuah kekayaan multikultural yang berbinneka tunggal ika pada film SAM.
4. Melaksanakan alih teknologi ke pihak industri berupa teknik penulisan skenario film fiksi serial SAM minimal 150 episode dan film lepas SAM berdurasi 75 menit berbasis potehi dengan cara transformasi dari karya drama auditif ke skenario film boneka potehi.
5. Membuat model produksi film potehi SAM dengan biaya efisien tetapi berkualitas dan tetap menghibur serta berpesan edukasi berbudaya dan berkepribadian Indonesia sebanyak 120 episode dan satu film lepas.

6. Membuat produk dan memasarkan satu film SAM lepas berdurasi 75 menit (2014) dan atau film serial berdurasi 24 menit X 30 episode (2015), serta sejumlah 60 episode karya film SAM serial (2016).
7. Membuat karya publikasi untuk jurnal internasional per tahun satu buah, dan nasional terakreditasi per tahun dua buah, maupun sejumlah buku ajar per tahun 2 judul sebagai bagian penelitian dan program RAPID ISI Yogyakarta dan PT Dreamlight World Media.
8. Membuat kerja sama dan kemitraan berkelanjutan dengan riset lanjutan, magang industri, dan pembuatan produk unggulan antara ISI Yogyakarta dengan PT Dreamlight World Media baik yang di Yogyakarta maupun di Ungaran, Jateng.

C. Tinjauan Riset dan Teknologi Terdahulu

Riset terdahulu yang pernah dilakukan adalah “Penciptaan Drama Auditif SAM (Sam Ai Meng) *Khayalan Tiga Cebol*” oleh Purwanto, M.Sn., M.Sc. (Lephen Purwaraharja) tahun 2012 yang bersumber pada buku *Kesastraan Melayu Tionghoa dan Kebangsaan Indonesia* mengkisahkan tiga tokoh anak Sam, Ai, dan Meng yang suka mengkhayal baik sebagai orang kaya, pemimpin, dan pejuang. Naskah tersebut berdurasi berisi 3 bagian yaitu Sam, Ai, dan Meng, masing-masing berdurasi 25 menit atau seluruhnya 75 menit. Naskah drama auditif ini menjadi dasar penciptaan film lepas SAM untuk sampel produk, dan film seri SAM yang dibuat bersambung sebanyak 30 episode dengan durasi @ 24 menit. Oleh sebab itu, naskah drama auditif akan ditransformasi menjadi skenario film SAM dengan pemeran oleh boneka potehi dan berlatar budaya Tionghoa di Indonesia.

M. Suyanto dalam *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia* (2005) mengungkapkan produk iklan televisi yang sukses dari menetapkan audiensi hingga strategi memproduksi iklan berkualitas. Produk film SAM berbasis boneka potehi dan naskah auditif SAM, perlu juga melakukan hal-hal yang digagas oleh M. Suyanto dengan memperhatikan segmentasi, menetapkan audiensi sasaran, membidik pasar serta menentukan posisi, melakukan strategi mencari keunggulan produk, strategi kreatif, hingga melakukan strategi merancang naskah dan storyboard yang menarik dan unik saat ditayangkan di televisi.

Yudiaryani, “Pembuat Film Australia: Isu Multikultural dalam Film” (2002) membedah dan mengungkapkan tema film yang sukses di Australia oleh kaum pendatang (imigran). Tema multikulturalisme yang diangkat mereka ke dalam film mendapat sambutan lebih positif dari berbagai kalangan dan asal suku bangsa yang berbeda-beda latar sosial budayanya. Maknanya, kita mulai perlu mengangkat tema multikulturalisme (binneka tunggal ika) dalam film sehingga dapat menjadi perekat dan pemahaman bersama bahwa perbedaan suku, bahasa, asal, dan agama merupakan kekayaan untuk menghargai dan menghormati sesama anak bangsa Indonesia. Film anak SAM dapat mengkreasi tema multikulturalisme sebagai dasar penciptaan dengan potehi yang juga dapat dipakai untuk menyuarakan tema kebinekatung-galikaan di Indonesia sebagai rahmat Tuhan bukan malapetaka bagi manusia.

Hirwan Kuardhani (2012) dalam “Panggung Teater Boneka Potehi Sebuah Kajian Semiotika” memaparkan bahwa pada masa sebelum pemerintahan Orde Baru pentas potehi jarang dan hanya dilakukan di kantong budaya Tionghoa, namun sejak Presiden Abdurrahman Wahid di Era Reformasi 1999 keberadaan budaya Tionghoa diberikan kebebasan untuk berekspresi sehingga kini mulai bangkit. Oleh sebab itu, potensi teater boneka potehi yang unik dan memikat perlu direvitalisasi dan regenerasi. Momentum revitalisasi dan regenerasi inilah yang memungkinkan film boneka potehi SAM dapat diproduksi dan dijadikan film yang berbasis industri kreatif.

Fred Wibowo (2009), dalam *Teknik Produksi Program Televisi*, mengemukakan, seni pertunjukan tradisional di televisi belum tamat apabila dikemas secara baik dan disesuaikan dengan format dan karakter televisi. Selain itu, seni tradisi kita biasanya lemah dalam naskah dengan format televisi, pengadegan sangat lama tetapi tidak mengundang suspens dan surprise, atau humor. Oleh sebab itu, bentuk pertunjukan teater boneka potehi sebagai sumber penciptaan film SAM dapat dikemas dan disesuaikan dengan format skenario film, dan tata visual serta estetika film atau televisi yang memanjakan aspek visual dan dramatik. Jadi film SAM akan dikemas dengan memakai materi boneka potehi akan tetapi dikemas dengan mengedepankan aspek visual, dramatik, suspens (ketegangan), dan surprise (kejutan) serta diperkaya dengan humor.

Marcus A.S dan Pax Benedanto, pada *Kesastraan Melayu Tionghoa dan Kebangsaan Indonesia 1* (2000) memuat dan mengangkat kembali karya sastra Tionghoa. Sejak Selasa, 18 Januari 2000, Keppres Nomor 6/2000 yang mencabut Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 14/1967 sehingga masyarakat Peranakan Tionghoa di Indonesia dinyatakan bebas kembali menjalankan acara agama, kepercayaan, dan adat istiadat mereka. Karya sastra Melayu Tionghoa dan karya potehi juga telah berusaha ditampilkan kembali, meski banyak kendala yaitu sedikitnya dalang (*she huu*) dan pendukung pengiring potehi. Oleh sebab itu, karya sastra Melayu Tionghoa dan potehi dapat dijadikan sumber penciptaan film SAM atau seni pertunjukan potehi sehingga dengan membuat film tersebut para seniman-seniwati pendukung potehi ikut lebih sejahtera dan sekaligus memasyarakatkan potehi sehingga lebih sukses dan berkontribusi dalam pelestarian, revitalisasi, maupun regenerasi.

Seni pertunjukan dan tuntutan tayangan televisi menjadi persoalan, sehingga perlu adaptasi dan kompromi keduanya. I Wayan Dibia (1998) “Pertunjukan Kesenian di Televisi” memaparkan sebagai berikut, “Jika kesenian harus disajikan di layar kaca maka kesenian itu harus diciptakan sedemikian rupa untuk kepentingan acara televisi. Durasi disediakan sesuai waktu yang tersedia, posisi dan arah hadap pemain sudah diatur sedemikian rupa sesuai dengan posisi kamera. Latar belakang juga dibuat sedemikian rupa sehingga suasana kontekstual dari kesenian yang bersangkutan tidak sampai hilang”. Belajar dari pendapat tersebut, film SAM berbasis potehi juga akan memperkuat aspek visual dan audio, bahkan tata panggung dan tata cahaya serta gerak potehi dapat disajikan lengkap dan utuh sebagaimana kaidah pembuatan film televisi, meskipun tetap mengedepankan identitas dan ciri khas potehi.

Iman Budhi Santosa, pada buku *Budi Pekerti Bangsa* (2008) memaparkan seluruh suku bangsa Indonesia memiliki nilai adat tradisi yang langsung atau tak langsung telah melandasi terbentuknya budi pekerti, sifat perilaku, dan karakter bangsa. Banyak petuah dan peribahasa atau kata mutiara di Nusantara yang dapat disampaikan melalui boneka potehi dan film SAM berbasis potehi. Oleh sebab itu, pada skenario film SAM diaktualisasikan nilai tradisi dan ungkapan mutiara yang dapat menjadi acuan bagi anak dan generasi muda Indonesia sehingga berdampak edukatif memperkuat budi pekerti bangsa.

Naratama, dalam *Menjadi Sutradara Televisi* (2004) mencatat perbedaan sutradara panggung, pengarah acara dan sutradara televisi. Bahwa sutradara televisi harus terlibat dari seluruh proses kreatif, teknis, dan produksi, bertanggung jawab pada blocking, pemain dan kamera pada pra produksi, lainnya tidak harus terlibat pada pra produksi. Demikian pula, sutradara televisi juga bertanggung jawab penyutradaraan panggung/pentas, lokasi dan pengarah audiovisual. Sutradara televisi juga bertanggung jawab pada hasil akhir dari proses editing. Hal tersebut menjadi acuan praproduksi, produksi dan pascaproduksi film SAM berbasis boneka potehi yang indah dan unik, sehingga sutradara harus bekerja sama dengan tim produksi film dan serial televisi SAM dengan sebaik-baiknya dan kreatif serta menjaga kualitas hasil produknya.

Teknologi yang digunakan sebagaimana membuat film dengan aktor-aktris manusia, hanya aktor-aktris tersebut digantikan potehi. Oleh sebab itu, penggunaan perangkat komputer berprogram animasi tidak dipakai, dengan acuan rekaman audiotif berbagai tokoh dalam naskah audiotif SAM kemudian diikuti oleh gerak-gerik potehi yang dimainkan she huu (dalang). Proses selanjutnya adalah melakukan perekaman visual potehi oleh she huu oleh dalang yang mengikuti suara rekaman audiotif. Hasil rekaman visual kemudian digabung dengan rekaman audiotif pada proses editing, dilanjutkan dengan pengemasan dengan grafis dan title film SAM, sehingga prosesnya lebih efisien dibandingkan membuat film animasi. Proses pembuatan film SAM akan dicatat dan dibukukan sebagai modul pembelajaran, metode penyusunan skenario dan proses pembuatan film animasi berbasis boneka atau wayang berkepribadian budaya Indonesia.

D. Perumusan Penciptaan

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang program RAPID sebagai berikut:

1. Bagaimana mentransformasikan teks drama audiotif SAM menjadi skenario film SAM yang memuat nilai edukatif dan budi pekerti luhur bangsa Indonesia?
2. Bagaimana membuat satu film SAM dan atau film seri SAM berdasarkan skenario film anak SAM sebanyak 133 episode?

3. Bagaimana memasarkan sampel produk film SAM dan film serial SAM untuk segmentasi anak dan keluarga kepada perusahaan televisi nasional?
4. Bagaimana melakukan alih teknologi dan pengetahuan praktis kepada pihak industri dengan membuat produk industri kreatif film SAM dan film seri SAM sehingga kedua belah pihak saling memberdayakan dan mensejahterakan?
5. Bagaimana memcatat, mensistematikan, dan menuliskan secara ilmiah proses dan hasil penelitian untuk penciptaan film SAM menjadi publikasi untuk jurnal ilmiah internasional, dan nasional terakreditasi, maupun buku ajar penciptaan film potehi?
6. Bagaimana menjadikan produk dan komponen pendukung film SAM menjadi karya dan produk yang terdaftar HAKI?

E. Target RAPID per Tahun

Pencapaian produksi industri atau hasil RAPID sebagai berikut:

Pada Tahun I (2014) berupa : 1) Model penciptaan skenario film seri SAM berdurasi 75 menit lepas dan 30 seri berdurasi 24 menit; 2) Desain dan produk teknologi tata latar film seri SAM berdurasi 75 menit; 3) Prototip atau model acuan penciptaan film seri SAM 13 episode berdurasi 24 menit; 4). Rancangan sistem produksi film seri SAM sehingga diperoleh sistem produksi yang efisien dan efektif, namun kreatif dan berkualitas; 5) Membuat *pilot plan* dari produk film seri SAM beserta rancangan bisnis film seri tersebut; 6) Membuat satu publikasi karya ilmiah internasional dan dua karya ilmiah nasional terakreditasi; 7) Membuat diskusi dan seminar tentang “Industri Kreatif Film Berbasis Boneka dan Evaluasi Prototip Film Seri SAM”; 8) Mendaftarkan HKI film serial SAM dengan spesifikasi: Hak Cipta skenario dan ide cerita; Hak Cipta karakter boneka; dan Hak produksi film tersebut; 9) Pembuatan buku ajar *Penulisan Skenario Serial dan Merancang Tata Visual Film Boneka*.

Pada Tahun II (2015) berupa : 1) Membuat skenario film SAM untuk 60 seri atau sebulan tayang di stasiun televisi masing-masing berdurasi 24 menit; 2) Memproduksi film seri SAM sebanyak 60 seri berdurasi @ 24 menit; 3) Melakukan uji coba pemasaran ke berbagai stasiun televisi dan produser DVD oleh PIHAK II dengan

memberitahukan hasil atau capaian target pemasaran kepada PIHAK I; 4) Penyusunan prospek pemasaran film SAM selain ke stasiun televisi, atau juga ke televisi berlangganan, dan kemungkinan lainnya; 5) Membuat diskusi dan seminar tentang “Industri Kreatif dan Film Kreatif Berbasis Boneka: Evaluasi Prototip Film SAM”; 6) Membuat publikasi ilmiah ke jurnal internasional 1 buah tentang manajemen pemasaran film seri SAM dan kompetitornya mengambil kasus di Indonesia, juga dua karya jurnal nasional terakreditasi; 7) Mendaftarkan Hak Merek Dagang SAM ke Dirjen HKI Kemenkumham RI.; 8) Membuat buku *Film Boneka SAM sebagai Media Pendidikan Budi Pekerti Anak Indonesia* dan *Proses Kreatif Dibalik Film Boneka SAM*.

Pada Tahun III (2016) berupa : 1) Membuat skenario film seri SAM sebagai produk komersial dengan produksi 60 episode berdurasi 24 menit; 2) Membuat skenario film seri SAM sebagai produk komersial dengan produksi 60 episode berdurasi 24 menit; 3) Mengembangkan pemasaran produk film SAM dengan membuat produk yang memakai teks terjemahan 7 bahasa asing sehingga dapat diekspor ke luar negeri atau ditayangkan pada stasiun televisi internasional; 4) Membuat seminar, diskusi, atau workshop atau temu penggemar bersama para kreator utama (juga peneliti) di berbagai tempat atau daerah di Indonesia; 5) Membuat publikasi jurnal ilmiah internasional 1 buah dan dua buah pada jurnal nasional terakreditasi; 6) Membuat melanjutkan produk film seri SAM dari hasil pemasaran untuk membuat 60 karya serial SAM selanjutnya sehingga jumlah produk mencapai 133 serial; 7) Melakukan evaluasi dan optimalisasi kinerja pemasaran sehingga film seri SAM lebih mampu meningkatkan prifitabilitas hasil RAPID tersebut; 9) Membuat buku *Semiotika Film Boneka SAM* dan *Persepsi Anak Indonesia Terhadap Film Seri SAM*; 10) Pendaftaran Hak Cipta Buku: a) *Penulisan Skenario Serial* ; b) *Merancang Tata Visual Film Boneka*; c) *Film Boneka SAM sebagai Media Pendidikan Budi Pekerti Anak Indonesia*; d) *Proses Kreatif Dibalik Film Boneka SAM.*; e) *Semiotika Film Boneka SAM* ; dan f) *Persepsi Anak Indonesia Terhadap Film Seri SAM*.

Capaian dan target di luar kegiatan di atas, maka ada tugas tambahan yang penting dari para peneliti dan ISI Yogyakarta akan melakukan transfer teknologi dan

pengetahuan seni ke pihak industri (PT Dreamlight World Media) adalah sebagai berikut:

a. Pada Tahun I (2014) menstansfer teknologi peneliti ke pihak industri berwujud: 1) Model penciptaan film berbasis riset; 2) Tata panggung untuk film boneka; 3) Tata fotografi untuk film boneka; 4) Teknik penulisan film boneka serial.

b. Pada Tahun II (2015) menstansfer teknologi peneliti ke pihak industri berupa: 1) Akting auditif untuk sulih suara boneka; 2) Penyutradaraan untuk film boneka; 3) Tata panggung 3 dimensi dan efek panggung; 4) Teknik suspense dan surprise film serial.

c. Pada Tahun III (2016) menstansfer teknologi peneliti ke pihak industri berupa: 1) Teknik kwonkdown untuk panggung produksi film boneka; 2) Teknik sound effect untuk film boneka; 3) Teknik penyertaan film SAM dalam terjemahan ke bahasa internasional.

PT Dreamlight World Media (DWM) berdiri di Ungaran, Jawa Tengah pada tahun 2002, bertekad untuk menjadi production house yang bisa menginspirasi *audience*-nya. Produk PT Dreamlight World Media (DWM) selama ini lebih banyak memproduksi reality show (film dokumenter) yang berbasis empaty dan solidaritas sosial sejak 2005-2012 sebanyak 47 produk, dengan produk fiksi (animasi dan film televisi) sebanyak 1 (2011) dan 2 (2012). Produk film fiksi mulai diproduksi PT DWM permasalahan yang akan ditangani adalah meningkatkan jumlah produk fiksi lebih besar, dengan memberikan kontribusi aspek penulisan skenario untuk anak, dan pengoptimalan studio audio yang belum optimal digunakan yaitu untuk dubbing film animasi *Dufan Defender (D2)*. Selain itu, program RAPID juga melakukan diversifikasi produk fiksi dari PT DWM dengan biaya efisien berupa film boneka berbasis potehi yang edukatif, dan berkepribadian budaya Indonesia.

Potensi pasar film seri anak-anak berbasis animasi ditayangkan jam 06.00-08.00 dan sore 15.00-17.00 di berbagai perusahaan siaran televisi. Selain itu, saat ini banyak digemari pula DVD dari film animasi tersebut seperti *Dora*, *Spongebob*, *Cars*, *Rio*, *Upin Ipin*, dan lain-lain. Tayangan animasi import masih mendominasi siaran televisis di Indonesia. Belajar dari sukses dan uniknya film boneka *Si Unyil*, sejak 1979-1988 ditayangkan TVRI, produk PPFN dan pernah ditampilkan selama setahun 2002-2003 di

RCTI, kemudian tekenal lagi dengan Laptop Si Unyil di Trans 7 pada 2007 sampai 2010. Potensi pasar masih terbuka untuk film anak atau animasi dengan keuntungan bersih Rp 10.000.000,- sampai Rp 35.000.000,- per episode 24 menit, dan untuk film televisi lepas keuntungan bisa mulai Rp 50.000.000,- sampai Rp 300.000.000,- per judul 45 menit.

Potensi eksternalitas ekonomi yang dihasilkan dari film SAM pada tahun pertama RAPID berupa *dummy* film durasi 90 menit, memuat pesan toleransi, tenggang rasa, dan nasionalisme serta kerja dan belajar giar disertai doa untuk mencapai kesuksesan dapat dijual dengan harga Rp 20.000,- per keping atau untung Rp 15.000,- bila dikopi 200.000 akan memperoleh pendapatan Rp 3.000.000.000,- atau Rp 1,5 M bila dikopi 100.000,- keping. Bila dijual ke usaha penyiaran televisi swasta nasional mencapai Rp 200.000.000,- sampai 300.000.000,- Apalagi pesaing film boneka saat ini vakum, dan boneka potehi berwujud indah akan jadi daya tarik baru sesudah *Si Unyil*. Bila film seri SAM berbasis budaya Tionghoa dimungkinkan diekspor beroyalti sebesar 10 % dari nilai jual per keping Rp 30.000,- dan produser mengkopi 1.000.000,- keping sehingga mendapat royalti per kontrak Rp 3.000.000.000,-