

BAB II

SEJARAH DAN PERKEMBANGAN INDUSTRI FILM DI AMERIKA DAN UPAYA AMERIKA DALAM MEMPERLUAS PASAR INTERNASIONAL

Dewasa ini film menjadi salah satu instrumen penting dalam studi Hubungan Internasional, dimana film dapat menjadi salah satu alat untuk suatu negara melakukan diplomasi terhadap negara lain, yang mana sering disebut dengan diplomasi kebudayaan atau dalam hubungan internasional disebut sebagai *soft diplomacy*. Selain menjadi instrumen berdiplomasi, film pada hakikatnya menjadi salah satu pusat hiburan bagi masyarakat luas, tetapi dalam industri perfilman yang dijalankan oleh AS terdapat suatu tujuan dalam pembuatan film yang secara tidak langsung mengandung berbagai unsur propaganda dan juga bagaimana di dalam film tersebut AS menyebarkan ideologi-ideologi yang digunakan untuk mempengaruhi kebijakan berbagai negara di dunia.

Bab ini penulis akan mencoba menjelaskan sejarah dan perkembangan film amerika, kemudian bagaimana upaya Amerika dalam memperluas jangkauan pemasaran, dan juga usaha amerika dalam menjangkau pasar internasional.

A. Sejarah dan Perkembangan Sinema AS

Hollywood adalah sebuah kawasan wilayah yang terletak di Los Angeles California, AS. Disini istilah Hollywood adalah kiasan dari media industri hiburan atau *entertainment* Amerika yang beroperasi di California Selatan dimana selama ini menjadi wilayah pemasuk pendapatan negara.²²

²² Paolo Sigismondi, "The Digital Glocalization of Entertainment: New Paradigms in the 21st Century Global Media Scape", (New York-USA: Springer Science + Business Media, 2011),Chap. 2, hal. 17.

Pada tahun 1908, Thomas Alfa Edison mendirikan *Motion Picture Patent Company* (MPPC). Dibawa naungan MPPC, Thomas Alfa Edison menjadi satu-satunya penyedia bahan dasar dan pemilik paten untuk segala alat yang dibutuhkan untuk kemudian digunakan untuk pembuatan film. Perusahaan-perusahaan film lain ketika ingin mendapatkan lisensi atau surat izin untuk membuat dan mendistribusikan film yang mereka buat, mereka sebelumnya harus menjadi anggota MPPC terlebih dahulu. Para pengusaha film yang bukan anggota MPPC tidak bisa melanjutkan proses pembuatan filmnya dikarenakan terbentur dengan peraturan hak paten.

Beberapa perusahaan film independen, yang bukan merupakan anggota MPPC, tetap bertahan. Sayangnya beberapa anggota MPPC memutuskan untuk keluar, salah satunya adanya D. W. Griffith seorang sutradara dari perusahaan film Biograph. Kemudian pada tahun 1912 pemerintahan AS melarang beroperasinya MPPC dan tiga tahun kemudian MPPC dianggap sebagai monopoli dan harus segera dibubarkan.²³

Sekitar tahun 1910-an, perusahaan-perusahaan film yang bukan anggota MPPC mulai pindah ke California. Beberapa pihak menganggap bahwa kepindahan para pengusaha industri film tersebut memilih untuk pindah karena menghindari tekanan yang diberikan oleh MPPC. Namun terdapat beberapa perusahaan-perusahaan yang dulunya tergabung dalam MPPC juga memilih untuk pindah. Para pengusaha industri film tersebut memilih Hollywood, kota kecil di California dikarenakan Hollywood memiliki iklim yang baik, cuaca disana mendukung pembuatan film, juga didukung oleh geografis yang bagus untuk dijadikan sebagai tempat pengambilan gambar untuk film. Film-film yang

²³ Eric Hoyt and Paul McDonald, *Hollywood and The Law*, (British Film Institute, 2015), hal. 124

diproduksi pada tahun 1910-an ini adalah Hollywood dengan gaya klasik.

Produksi sinema AS atau yang lebih dikenal dengan nama film Hollywood dimulai pada masa perang dunia pertama. Di era perang tersebut, perkembangan film semakin maju dimana film yang paling digemari berasal dari Prancis dan Italia. Film produksi kedua negara tersebut mampu menembus pasar di Eropa hingga pasar internasional. Kemudian, industri film Amerika berusaha untuk bisa menandingi kedua negara tersebut dengan membuat produksi film-film yang berlokasi di kawasan Hollywood.

Dengan niat untuk menjadi yang terbaik dalam segala hal, Amerika pun sukses mendobrak industri film dunia dengan menghasilkan film-film yang berkualitas dan populer di era tersebut. Seperti contoh, ditahun 1920-an sampai tahun 1930-an, AS memproduksi kurang lebih 800-an film pertahun²⁴. Hal ini tentunya membuat AS dengan film Hollywood-nya dikenal secara global. Industri hiburan di Hollywood kian berkembang dengan munculnya teknologi film berwarna di tahun 1950-an, membuat film Hollywood sebelumnya yang hanya hitam putih ditinggalkan.

Berbagai macam ide dan konsep kian berkembang dalam pembuatan film Hollywood, seperti animasi, suara, hingga efek visual bisa dibilang bahwa Hollywood selalu selangkah lebih maju dibandingkan dengan film hasil produksi negara-negara lain. Tidak mengherankan bahwa banyak industri-industri perfilman di dunia mengikuti hingga meniru konsep dan ide dari film buatan Hollywood.

B. Pemasaran Film Hollywood

Menyebarkan film Hollywood untuk dapat meningkatkan pendapatan ekonomi hingga mendapat keuntungan yang

²⁴ Tim Dirks, "The History of Film The 1920s", diakses dari <http://www.filmsite.org/20sintro.html> pada tanggal 10 Februari 2019

banyak tentu memerlukan usaha yang keras hingga dukungan. Di dalam misi untuk menyebarkan film-film Hollywood tersebut, pemerintah AS mendukung penuh penyebaran ke dunia internasional. Hubungan antara pemerintah AS dan industri perfilman Hollywood berjalan dengan sangat baik dan keduanya saling menguntungkan satu sama lain sejak lama. Bahkan pada tahun-tahun pemerintahan Presiden Ronald Reagan, pemerintah memberikan insentif dan dukungan penuh terhadap industri film agar mampu menampilkan gambaran untuk mellihatkan kepada seluruh dunia bahwa AS adalah negara yang sangat superior terutama dalam bidang militer. Melalui beberapa film yang diproduksi, AS sangat menggambarkan hingga memamerkan kekuatan negaranya dari angkatan udara, jiwa patriotisme juga menggambarkan kebijakan luar negeri pemerintahnya.²⁵ Amerika menggunakan film-film yang menggambarkan posisi Amerika sebagai negara superior ini merupakan cara berdiplomasi pemerintah menggunakan *soft power*.

Film Hollywood kini tidak hanya digunakan sebagai alat hiburan dan sebagai media pemberi informasi, tetapi dibalik semua produksi film secara besar-besaran tersebut AS tentu ingin meningkatkan pendapatan melalui film hasil ciptaan mereka. Hal ini dapat dilihat dari kesuksesan film Hollywood di dunia internasional. Film ciptaan Amerika ini memiliki gaya yang berbeda dan populer yang membuat mereka terus akan diminati oleh seluruh orang di dunia. Amerika akan selalu menyuguhkan film-film yang *fresh* sehingga akan terus menarik minat penontonnya.

Untuk dapat mengendalikan, meningkatkan, dan memaksimalkan keuntungan di luar negeri, perusahaan-perusahaan besar para produser-produser Hollywood membentuk sebuah asosiasi yang bernama *Motion Picture Producers and Distributors Assosiation* atau dengan singkatan

²⁵ Douglas Kellner, *Media Culture, Identity, and Poitics between Modern and Postmodern*, (New York: Routledge, 1996), hal. 67

MPPDA dengan Will H. Hays sebagai ketua asosiasi tersebut.²⁶ Will H. Hays bertugas untuk memastikan pasar luar negeri bisa tetap terbuka untuk menerima film-film Hollywood agar dapat masuk ke dalam negara-negara yang ditargetkan oleh Amerika.

Mengekspor film-film dari AS ke negara-negara lain ditujukan untuk mendapatkan keuntungan dengan melakukan perdagangan internasional dengan menggunakan film sebagai instrumen berdagangnya. Hal ini dilakukan guna memenuhi kepentingan nasional. Salah satu kepentingan nasional yang dilakukan yaitu dengan mengadakan aktivitas perdagangan internasional dengan negara lain, hal ini dimaksudkan untuk hubungan Amerika dengan negara lain semakin baik dan harmonis.

Tetapi dalam sejarah penyebaran film Hollywood ke negara-negara lain tidak selalu berjalan mulus. Pada awalnya film Amerika mendapatkan banyak kritik. Hanya setelah beberapa saat setelah berakhirnya perang dunia pertama, ketika utusan-utusan dan para pengunjung yang berasal dari luar negeri yang datang ke Amerika mulai protest mengenai penggambaran hidup di negara asal mereka yang terdapat dalam film-film Amerika. Para produser film menyadari bawa film-film dengan konten tersebut akan melukai harga diri negara lain, kemudian mencoba untuk memberikan edukasi kepada para produser film lainnya untuk tidak melanggar garis internasional yang ada.²⁷

Perdagangan film dari Amerika keluar negeri sudah berlangsung lama, bahkan dari era perang dunia pertama. Tetapi dengan kepentingan nasional Amerika untuk

²⁶ The Editors of Encyclopaedia Britannica, "Will H. Hays", diakses dari <http://www.britannica.com/biography/Will-H-Hays>, pada tanggal 11 Februari 2019

²⁷ Dorothy B. Jones, "*Hollywood's International Relations*", (California: University of California Press, 1957), hal. 363

meningkatkan ekonominya semakin tinggi, penyebaran film secara global kian bertambah. Negara-negara tujuan ekspor Amerika pun kini semakin ketat terhadap masuknya film-film ke negara mereka terutama film Hollywood.

Britania Raya sebagai salah satu tujuan ekspor film AS, menyadari potensi pengaruh yang datang bersama film-film Hollywood tersebut dimana hal tersebut akan menyaingi produksi film domestik. Selain Inggris, pemerintahan negara Mexico juga kecewa dengan banyaknya jumlah penjahat yang berasal dari Mexico yang digambarkan oleh film Amerika, dan sebagai rasa kekecewaannya Mexico melakukan embargo atas film-film Hollywood. Beberapa bulan kemudian setelah melakukan negosiasi dan mencapai perjanjian bersama, embargo film Hollywood dicabut dan Mexico menjadi pasar untuk film-film buatan Amerika.²⁸

Pada akhirnya para produser film Hollywood sepakat untuk tidak melanggar garis internasional dalam pembuatan film-filmnya. Hal ini dikarenakan jika konten yang terdapat dalam film buatan Amerika tersebut terdapat unsur yang dapat melukai identitas nasional sebuah negara, maka negara yang bersangkutan dapat melakukan pemberhentian ekspor film Hollywood ke dalam negaranya.

Strategi lain yang dilakukan oleh AS untuk dapat menyebarkan film Hollywood ke negara-negara lain salah satunya adalah bekerjasama dengan negara tujuan ekspor untuk dapat menarik perhatian pemerintah negara tersebut. Hal ini dikarenakan peminat film Hollywood akan meningkat ketika adanya latar cerita hingga aktor dari negara tujuan. Dengan melihat adanya pemain atau lokasi lokal dan berkolaborasi dengan film ciptaan Amerika, film dirasa akan sangat menarik karena akan memiliki rasa kebanggaan tersendiri. Ketika minat penonton bertambah, maka akan bertambah juga keuntungan yang didapatkan.

²⁸ Ibid, hal. 364

Pembagian pendapatan hasil dari pemutaran film antara Amerika dengan negara tujuan juga menjadi daya tarik untuk dapat berkerjasama. Sebelumnya hasil yang akan didapatkan dari pemutaran film Hollywood dibioskop-bioskop negara-negara tersebut sudah disepakati oleh kedua belah pihak. Dengan persetujuan diantara keduanya telah dicapai, maka kedua negara tersebut akan mendapat keuntungan sesuatu dengan perjanjian tersebut. Hal ini lebih dikenal dengan istilah *revenue sharing*.

Setiap negara memiliki persyaratannya masing-masing terkait masuknya film luar ketika ingin masuk ke negaranya. Selama film tersebut tidak menyangkut nilai politik negara, memprotes kebijakan yang ada, menjelek-jelekan identitas nasional hingga mengusik tentang agama maka film tersebut dapat masuk dan diputar di bioskop-bioskop yang ada yang tentunya harus sudah sesuai persyaratan di negara tersebut.

C. Usaha Amerika Dalam Menjangkau Pasar Internasional

Pemilihan penyebaran film buatan Amerika juga dilihat dari jumlah peminat film tersebut. Jika terdapat satu negara dengan potensi penonton yang banyak, Amerika akan bekerja keras untuk dapat sukses di pasar itu. Hal ini dikarenakan, semakin banyak penonton makan akan semakin banyak pula keuntungan yang akan didapatkan. Salah satu negara yang memiliki minat atau jumlah penonton yang banyak adalah China.

China merupakan sebuah negara yang berada di Asia Timur yang beribukota di Beijing. Negara ini memiliki penduduk terbanyak di dunia dan memiliki luas wilayah sebesar 9,69 juta kilometer persegi, hal ini menjadikan China sebagai negara terbesar ke empat di dunia.²⁹ Dilihat dari

²⁹Flysh Geost, "Negara China : Peta, Jumlah Penduduk, dan Sistem Pemerintahan", diakses dari <https://www.geologinesia.com/2017/08/negara->

banyaknya penduduk di China, Amerika merasa bahwa film hasil buaatannya akan laris dan menguntungkan jika diputar di bioskop yang ada di China.

China adalah tempat dari studio film terbesar di dunia, Hengdian World Studios, dan pada 2010, studio tersebut menjadi industri film terbesar ketiga menurut jumlah film fitur yang dibuat setiap tahunnya. Pada 2012, negara tersebut menjadi pasaran terbesar kedua di dunia menurut penerimaan *box office*. Pada 2014, keuntungan *box office* di China adalah ¥29.6 miliar (US\$4.82 miliar), dengan 55% diantaranya merupakan keuntungan pada film-film domestik. Negara tersebut diperkirakan menjadi pasar terbesar di dunia pada 2018.³⁰ China juga menjadi pusat bisnis utama untuk studio-studio Hollywood.

Sejak tahun 1994, Pemerintahan China mengizinkan masuknya film asing untuk dapat diputar di bioskop-bioskop yang ada di negaranya sebagai *fenzhang pian* atau atas kesepakatan pembagian pendapatan secara berkala. *The Ministry of Radio, Film and Television of China* memutuskan untuk mengimpor sepuluh film Hollywood untuk meningkatkan penjualan tiket film.³¹ Tindakan putus asa yang di lakukan oleh China ini bertepatan dengan rencana Hollywood untuk melakukan ekspansi ke pasar China.³²

china-peta-jumlah-penduduk-dan-sistem-pemerintahan.html pada tanggal 9 Juli 2019

³⁰ Phil Hoad, "Marvel rules, franchises dip, China thrives: 2013 global box office in review", diakses dari <http://www.theguardian.com/film/filmblog/2013/dec/31/2013-global-box-office-review>, pada November 2018

³¹ Don Groves, "*China Deals for Tank Pix: China Opens Screens' Door to Revenue-sharing Distribution*", (Variety, 21 Maret 1994), hal. 1

³² Wan Jihon dan Richard Kraus, "Hollywood and China as Adversaries and Allies", (Pacific Affairs, University of British Columbia, 2002), hal. 423

Salah satu inti dari kebijakan luar negeri AS sejak Perang Dunia kedua yaitu melakukan ekspansi jaringan melalui perdagangan internasional. Walaupun film-film buatan Amerika ini terkenal di China sebelum revolusi, akses Hollywood ke pasar China diinterupsi selama tiga dekade setelah tahun 1949. Bahkan reformasi ekonomi dan rekonsiliasi politik yang dilakukan dengan AS tidak berhasil untuk membuka bioskop-bioskop yang ada di China untuk dimasuki oleh film-film Hollywood. Dalam melakukan kesepakatan dengan perusahaan swasta negara barat, pemerintahan China memaksa pembayaran film-film tersebut dengan melakukan *flat fee* bukan dengan *revenue sharing*. Kemudian, asosiasi studio film terbesar di Amerika, *The Motion Picture Assosiation of America (MPPA)*, menolak untuk melakukan bisnis dengan China. China hanya bisa membeli film-film Amerika dari distributor mandiri, tetapi ketua-ketua industri film terbesar di Amerika tidak tertarik dengan penawaran China tersebut.

Jeda waktu yang terjadi antara MPAA dan *the China Film Export and Import Corporation (China Film)* berlangsung hingga pertengahan tahun 1980-an, ketika Hollywood mulai serius terhadap perbaikan ekonomi negaranya yaitu salah satunya dengan masuk ke pasar China. Pada tahun 1986, *Paramount* dan *Universal* menjadi studio film terbesar pertama yang mendistribusikan filmnya ke China sejak tahun 1949. Kesepakatan diantara keduanya adalah:

“rental films would be based neither on a single flat fee nor on revenue sharing; it would be determined in part by the popularity of a film, with a longer run paying money.³³ Although the profit margins involved were still quite limited, as the Chinese film industry underwent further liberalisation the promise of the Chinese market stimulated active co-production and trade in television programs as well.”

³³ James Greenberg, "Par, Universal to Distribute Pics in China," (Variety, 12 Februari 1986), hlm. 20

Jack Valenti sebagai kepala MPAA dan tokoh Partai Demokrat lama, mendorong MPAA untuk mengambil keuntungan dari peluang tersebut dan secara perlahan mendobrak masuk ke pasar di China. Pada bulan September tahun 1994, *China Film* setuju untuk pertama kalinya berbagi pendapatan (*revenue sharing*) dalam melakukan kontrak dengan Warner Brothers.³⁴ Kemudian diikuti studio-studio besar lainnya. Pada bulan November 1994, *The Fugitive* menjadi film blockbuster Amerika pertama yang diputar di China.³⁵ Sembilan film Amerika yang dirilis pada 1995 mewakili hanya sebagian kecil dari beberapa film yang masuk di Beijing, tetapi menyumbang 40 persen dari *box office* dengan pendapatan sebanyak \$ 11,4 juta. Pada 1996, film asing menyumbang sekitar 40 persen dari seluruh penjualan tiket film di China.³⁶

Masuknya film *blockbuster* Amerika dan popularitas luar biasa yang sedang dinikmati oleh China, mengejutkan industri perfilman dan otoritas politiknya. Popularitas kegiatan impor film Hollywood membantu mengurangi kerugian ekonomi, tetapi dapat menekankan krisis kredibilitas film domestik. Di industri perfilman internasional terdapat debat mengenai apakah sifat film dan Hollywood harus menjadi model untuk pengembangan film di masa depan dalam dunia perfilman. Sementara beberapa pihak memuji model perfilman buatan Hollywood dan menyarankan untuk mengadopsi sepenuhnya model tersebut, ada beberapa pihak yang lain berpendapat bahwa komersialisasi yang diimpor bersama dengan film-film Hollywood akan mencekik industri film China. Terlepas dari perdebatan yang ada, industri perfilman sudah mendapat dukungan dari pemerintah yang mana di satu

³⁴ Greg Spring, "Warner Bros. Inks Historic Movie Deal with Chinese," (Los Angeles: Business Journal, 19 September 1994), hal. 9.

³⁵ Douglas Young, "Hollywood Studios Gain Foothold in Chin", (Los Angeles: Business Journal, 16 October 1995), hal. 50.

³⁶ Lisa Atkinson, "What's Entertainment?", The China Business Review, vol. 24, no. 2 (March-April 1997), hal. 38-41.

sisi, pemerintah menganjurkan reformasi atau perbaikan pasar film yang secara aktif mempromosikan film dengan gaya Hollywood. Di sisi lain, ketakutan akan imperialisme budaya yang dilakukan dan kapitalisme yang dibalut secara *apik* mendorong para pelaku propaganda untuk memperketat kontrol ideologis mereka melalui film.

China hingga saat ini masih memegang teguh kebijakan yang ada dalam negaranya. Kebijakan yang dianut oleh China yaitu proteksionisme.³⁷ Kebijakan proteksi yang dilakukan oleh China dalam melakukan perdagangan internasional ini memiliki tujuan yang baik untuk negaranya sendiri, hal ini dikarenakan China tidak ingin negara lain untuk membawa masuk budaya dari luar dan diimplemetasikan ke dalam budaya China. Proteksi dalam berdagang juga dilakukan agar China bisa mendapatkan keuntungan. Dengan kemajuan dan keunggulan yang dimiliki China dalam melakukan strategi berbisnis dan berdagang, tidak sedikit negara-negara lain ingin berinvestasi dan melakukan kerjasama dengan negara tirai bambu ini. Tetapi, kebijakan proteksi yang dilakukan oleh China ini menjadi penghalang mimpi-mimpi negara-negara tersebut untuk melakukan kerjasama.

Diberlakukannya kebijakan proteksi oleh China dalam melakukan perdagangan internasional hingga kerjasama bilateral menghambat misi AS untuk dengan leluasa melebarkan sayap demi mendapatkan keuntungan ekonomi. Dengan membatasi masuknya ekspor dari negara lain berarti China telah menghambat kerjasama yang ingin dilakukan oleh negara-negara lain. Contoh dari dibatasinya hubungan kerjasama antara China dengan negara lain yaitu adalah China membatasi masuknya film impor di negaranya yang datang dari luar negeri.

³⁷ Scott Kennedy, *China's Porous Protectionism: The Changing Political Economy of Trade Policy*, Vol. 12, No. 3, hal. 407-432

Amerika merupakan negara dengan pengekspor film paling banyak terhadap China. Tetapi dengan adanya kebijakan proteksi ini Amerika tidak bisa secara leluasa mendapatkan keuntungan dari pemutaran film di China. Hal ini dikarenakan china membatasi jumlah masuknya film di negaranya dan bahkan tidak semua film dapat diputarkan di bioskop-bioskop di China. Kebijakan ini tidak benar-benar melarang masuknya film Hollywood ke China tetapi sangat mempersulit Amerika dan negara-negara lainnya untuk melakukan kerjasama.

Pada awalnya pihak Amerika tidak merasa keberatan dengan batasan jumlah film pertahun yang bisa masuk ke China, tetapi dengan melihat jumlah peminat yang banyak, Amerika merasa kewalahan dengan adanya pembatasan kuota film impor yang dapat masuk ke China. Kerjasama yang terjalin antara AS dan China mengalami dinamika yang tidak selalu berjalan mulus. Pembatasan kuota impor film ini merupakan hambatan yang harus dilalui oleh AS.