



Resilience Theory: Adaptation and Transformation of the Film Community due to the Pandemic

Erris RF Wijaya^{1*}, Andre N Rahmanto², Albert MI Naini³

^{1,2}Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret

³Pusat Riset Kewilayahan, Badan Riset dan Inovasi Nasional

Corresponding Author: Erris RF Wijaya erriswijaya@student.uns.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Moviegoers, Film Community, Pandemic, Resilience Theory

Received : 5 November

Revised : 19 November

Accepted: 21 December

©2022 Wijaya, Rahmanto, Naini: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The Covid-19 pandemic had forced cinemas to close and the film industry to dim. Cinema closures are a serious issue for moviegoers and the film community. This research tries to find out how the film community is surviving amidst a pandemic. Qualitative methods are used to develop the research. Data collection is done through interviews. The analysis was carried out by adopting resilience communication theory to find out how the film community deals with pandemic situations. The results of the study show that 1) moviegoers adopt subscription video services (over-the-top) as an alternative to cinemas; 2) internet-based chat rooms and online meetings are alternatives to physical meetings; 3) the new normal period does not necessarily erase the habits that have been built during the pandemic; and 4) a pandemic is not always a hindrance, but also triggers the productivity and creativity of moviegoers

Resilience Theory: Adaptasi dan Transformasi Komunitas Film di Tengah Pandemi

Erris RF Wijaya^{1*}, Andre N Rahmanto², Albert MI Naini³

^{1,2}Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret

³Pusat Riset Kewilayahan, Badan Riset dan Inovasi Nasional

Corresponding Author: Erris RF Wijaya erriswijaya@student.uns.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Moviegoers, Komunitas Film, Pandemi, Teori Resiliensi

Received : 5 November

Revised : 19 November

Accepted: 21 December

©2022 Wijaya, Rahmanto, Naini: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Pandemi Covid-19 sempat membuat bioskop ditutup dan industri perfilman redup. Penutupan bioskop merupakan isu serius bagi *moviegoers* dan komunitas film. Penelitian ini berusaha mencari tahu bagaimana komunitas film bertahan di tengah pandemi. Metode kualitatif dilakukan untuk mengembangkan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara. Analisis dilakukan dengan mengadopsi *communication theory of resilience* untuk mengetahui bagaimana komunitas film menghadapi situasi pandemi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *moviegoers* mengadopsi layanan video berlangganan (*over-the-top*) sebagai alternatif pengganti bioskop; 2) *chat room* dan *online meeting* berbasis internet menjadi alternatif pengganti pertemuan fisik; 3) masa kenormalan baru tidak lantas menghapus kebiasaan yang telah terbangun ketika masa pandemi; dan 4) pandemi tidak selalu menjadi penghalang, tetapi juga memicu produktivitas dan kreativitas *moviegoers*.

PENDAHULUAN

Covid-19 menghantam industri hiburan di seluruh dunia, terutama masa awal pandemi. Kebijakan untuk tetap tinggal di rumah dan pembatasan sosial berskala besar membuat industri hiburan terkena dampaknya. Salah satunya adalah industri film dan bioskop. Demi menghindari kerumunan, bioskop ditutup. Efek domino pun terjadi akibat penutupan bioskop tersebut. Sejumlah produksi film terpaksa dihentikan, jadwal tayang film ditunda, dan puncaknya terjadi pemutusan kerja para pekerja film dan bioskop.

Tahun 2020 disebut sebagai level terendah industri film *box office* sepanjang empat puluh tahun terakhir (Lang & Rubin, 2022). Motion Picture Association (MPA) yang merupakan asosiasi lima studio film dan layanan *streaming* video terkemuka di Amerika Serikat, merilis laporan tahunan dalam THEME yang menjabarkan bagaimana kenyataan suram yang harus dihadapi berbagai bioskop, perusahaan produksi, bahkan penonton bioskop sepanjang 2020. Beberapa poin laporan tersebut menyebutkan penurunan tajam pendapatan *box office* pada 2020 ketika bioskop ditutup, penurunan jumlah film yang dirilis di bioskop hingga mencapai 66%, dan pengunjung bioskop yang dulunya bisa mencapai satu miliar selama beberapa dekade, pada tahun 2020 hanya mampu mencapai 240 juta kunjungan (Motion Picture Association, 2020).

Hal berbeda terjadi di China sebagai negara yang pertama kali terdampak Covid-19 mengalami penurunan pendapatan hampir dua miliar dollar pada dua bulan pertama pandemi (V. Johnson, 2020). Penutupan bioskop di China dilakukan pada Januari 2020 dan dibuka kembali pada akhir Maret (Comscore, 2021). Namun kondisi tersebut ternyata mampu pulih dengan cepat. Sejumlah protokol kesehatan ditetapkan secara ketat untuk pembukaan kembali bioskop sehingga produksi film juga kembali harus dilakukan. Kenyataan tersebut menimbulkan keyakinan bahwa Covid-19 tidak menghentikan *moviegoers* untuk menonton, tetapi mengubah pola menonton bioskop mereka (Hussain Shah et al., 2020).

Sementara di Indonesia, Covid-19 mulai masuk pada Maret 2020. Pemerintah menetapkan keadaan tanggap darurat dan meminta penutupan tempat hiburan. Salah satunya bioskop. Bioskop di wilayah DKI Jakarta melakukan penutupan pada 23 Maret 2020 hingga 5 April 2020 (Tionardus, 2020). Situasi yang tidak kunjung membaik membuat penutupan tersebut meluas di berbagai daerah. Jangka penutupan pun beragam sesuai surat edaran dari masing-masing pemerintah daerah (Awaliyah, 2020).

Penutupan bioskop memaksa berbagai film *box office* diundur penayangannya ke tahun 2021 bahkan 2022. Hal ini disebabkan oleh perlambatan produksi yang dipengaruhi oleh pembatasan sosial dan berbagai kebijakan yang dilakukan pemerintah. Setelah mengalami beberapa kali tarik-ulur pembukan, bioskop akhirnya diizinkan beroperasi pada Oktober-November 2020 (Sihombing et al., 2022). Meski telah kembali dibuka, berbagai protokol ketat mengiringi pembukaan bioskop tersebut. Bioskop diharuskan melakukan disinfeksi studio dan peralatan secara berkala, pengaturan untuk menghindari kerumunan, pembelian tiket secara daring, pelaksanaan protokol kesehatan secara ketat, hingga pembatasan okupansi atau kapasitas bioskop

(Kemenparekraf, 2020). Kebijakan terkait pembukaan bioskop tersebut juga terus berubah seiring perkembangan kasus Covid-19 di Indonesia. Kenaikan dan penurunan okupansi terus diperbaharui seiring pengendalian pandemi.

Keterbatasan operasional bioskop selama pandemi tidak hanya meresahkan produsen film dan bioskop, tetapi juga penonton bioskop (*moviegoers*) dan komunitas film. Komunitas film yang biasanya menjadi wadah berkumpul, nonton bareng, dan berdiskusi harus berhadapan dengan situasi sulit di mana mereka tidak bisa berkumpul atau menikmati film bioskop.

Menurut Hillery dalam *Definition of Community; Areas of Agreement*, menyebutkan bahwa komunitas dapat diartikan sebagai organisasi sosial baik formal maupun informal, yang dibentuk atas dasar kepentingan, tujuan, dan kebutuhan (Hillery, 1955), seperti halnya hobi. Secara spesifik dalam artikel ini adalah hobi menonton film.

Pandemi Covid-19 merupakan sebuah bencana besar yang menghantam dunia. Kerugian yang disebabkan bencana tersebut tidak hanya berbentuk material, tetapi juga non material. Setiap kelompok masyarakat menghadapi dinamika perubahan agar dapat bertahan, termasuk para pecinta film. *Moviegoers* dan komunitas film memegang peranan penting dalam industri hiburan. Tanpa penonton, industri ini akan mati. Untuk bertahan di tengah situasi pandemi dibutuhkan ketahanan atau resiliensi terhadap bencana.

Kemungkinan penelitian ini akan mencoba melihat teori resiliensi dalam upaya bertahan penggemar dan komunitas film di masa pandemi. *Moviegoers* dan komunitas film memegang peranan penting sebagai penggerak ekonomi industri hiburan. Selain itu, film merupakan tayangan yang dekat dengan masyarakat. Kegiatan menonton film telah menjadi salah satu aktivitas hiburan yang menjadi alternatif masyarakat luas.

Kebaruan dalam penelitian ini adalah objek yang dipilih di mana dalam skala global maupun nasional, penelitian terkait dengan dampak pandemi terhadap industri hiburan dan bagaimana industri berusaha mempertahankan diri telah banyak dilakukan. Namun, penelitian terkait bagaimana resiliensi penikmat film masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki peluang besar untuk dikaji lebih jauh.

Ditutupnya bioskop membuat *moviegoers* putar otak mencari media alternatif yang dapat memuaskan keinginan mereka untuk menonton. Sementara bagi komunitas atau klub film, pandemi tidak hanya membuat mereka kehilangan tempat menonton, tapi juga beragam aktivitas bersama. Jika penonton film di berbagai negara memiliki respons berbeda, penelitian ini berusaha mengungkap bagaimana *moviegoers* di Indonesia merespons pandemi Covid-19.

TINJAUAN PUSTAKA

Norris dan rekan-rekannya mencetuskan teori resiliensi yang mencakup pemahaman tentang stres kontemporer, proses adaptasi, kesehatan serta keberadaan sumber daya yang dapat dijangkau. Resiliensi masyarakat merupakan sebuah proses menghubungkan serangkaian kemampuan beradaptasi untuk menyesuaikan diri setelah terjadinya gangguan atau kesulitan. Kemampuan beradaptasi tersebut mencakup pertumbuhan ekonomi, modal sosial, informasi dan komunikasi, serta komunitas (Norris et al., 2008).

Resiliensi dianggap sebagai konsep yang relatif baru pada saat itu (Marshall et al., 2009). Resiliensi merupakan sebuah sistem yang terkait satu sama lain. Resiliensi terhadap pandemi meliputi lima aspek yaitu mitigasi, absorpsi, pemulihan, adaptasi dan transformasi (Manyena et al., 2019; Suleimany et al., 2022). Kelima aspek tersebut tidak berbeda dengan resiliensi situasi bencana lain pada umumnya. Mitigasi dan absorpsi merupakan kemampuan bertahan sebelum dan tepat setelah bencana terjadi. Pemulihan merupakan kemampuan untuk menahan dampak dari bencana kemudian melakukan pemulihan untuk meminimalkan gangguan atau dampak bencana. Adaptasi adalah menyesuaikan perubahan yang terjadi dan beradaptasi dengan situasi baru. Terakhir, transformasi merupakan kelanjutan dari proses adaptasi apakah perubahan yang terjadi berkelanjutan atau berkembang lebih jauh. Lima aspek tersebut dapat diterapkan di berbagai skala baik global, regional, dan bahkan level lokal yang lebih sempit seperti halnya kelompok penikmat film.

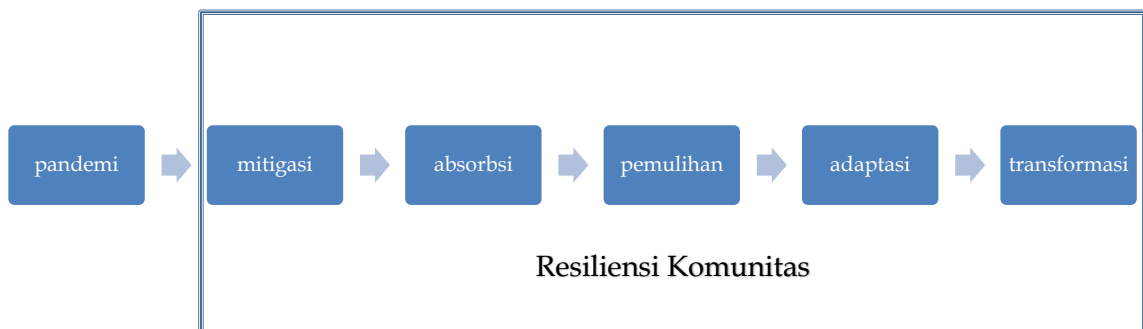
Salah satu poin terpenting resiliensi adalah resiliensi sosial atau kemampuan kelompok sosial untuk mengatasi guncangan (Suleimany et al., 2022). Adger berpendapat bahwa elemen sosial resiliensi tidak dapat dipisahkan dengan elemen ekologi. Elemen sosial adalah kemampuan manusia untuk menyesuaikan diri dengan berbagai tantangan, sedangkan elemen ekologi merupakan tempat di mana manusia mempertahankan kehidupan secara berkelanjutan (Adger, 2007). Pendapat Adger selaras dengan apa yang disampaikan Marshall dan rekan-rekannya yang menyebutkan bahwa resiliensi merupakan konsep penting untuk memandu dan mendukung pengelolaan sistem sosial dan ekologi (Marshall et al., 2009). Maclean dan rekan-rekannya kemudian mengembangkan konsep resiliensi sosial dengan enam atribut kunci meliputi 1) pengetahuan, keterampilan, dan pembelajaran; 2) jaringan komunitas; 3) koneksi sosial dan lingkungan; 4) infrastruktur masyarakat, dan 5) ekonomi yang beragam dan inovatif; serta 6) adanya keterlibatan pemerintah (Maclean et al., 2014).

Sementara Buzzanell menggunakan istilah 'resiliensi manusia' untuk mendeskripsikan kemampuan manusia untuk bangkit kembali setelah pengalaman hidup yang sulit. Buzzanell berpendapat bahwa resiliensi merupakan upaya yang dikembangkan, dipertahankan, dan ditumbuhkan melalui serangkaian proses komunikasi yaitu, 1) menciptakan kenormalan atau menciptakan standar kenormalan yang baru pasca guncangan; 2) menetapkan identitas diri termasuk upaya membangun atau merekonstruksi identitas dalam situasi krisis; 3) penggunaan jaringan komunikasi; 4) penerapan logika alternatif

melalui komunikasi yang menjadi *mindset* baru; dan 5) mengurangi perasaan negatif dan memperbesar emosi positif (Buzzanell, 2010). Secara keseluruhan, komunikasi memegang peranan penting dalam keseluruhan proses resiliensi komunikasi manusia. Komunikasi mampu menciptakan persepsi baru, memengaruhi emosi, dan bahkan menciptakan atmosfer yang lebih kondusif ketika terjadinya guncangan atau bencana seperti pandemi. Dalam konteks pecinta film yang kehilangan bioskop, proses komunikasi memungkinkan komunitas film mencari alternatif cara dan merespons situasi pandemi secara positif.

Teori resiliensi pernah digunakan oleh Neelakshi Joshia dan Wolfgang Wende dalam melakukan penelitian tentang komunitas berkebun di Edmonton, Kanada, selama pandemi. Taman harus ditata sedemikian rupa agar secara fisik *social distancing* dapat dilakukan, tetapi secara sosial masyarakat tetap saling terhubung. Selama pandemi, kegiatan berkebun juga mengalami berbagai pembatasan. Namun di sisi lain, pembatasan tersebut menciptakan interaksi informal dan komunikasi di ruang digital yang memicu rasa kebersamaan di antara para peserta (Joshi & Wende, 2022).

Resiliensi tidak hanya terbentuk secara fisik dari berkumpul atau melakukan aktivitas bersama. Resiliensi juga dapat muncul secara non fisik melalui dukungan sosial dan rasa kebersamaan (Kwok et al., 2016, 2019). Resiliensi yang muncul pada komunitas berkebun terjadi karena adanya dukungan sosial dan kebersamaan secara non fisik. Demikian pula dengan *moviegoers* dan komunitas film dalam penelitian ini.



Gambar 1. Conceptual Framework

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk mencari proses sosial dan menginterpretasikan sosial budaya manusia. Neuman menganggap metode kualitatif deskriptif mampu menemukan kebaruan dari penelitian sebelumnya (Neuman, 2014). Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara. Data skunder diperoleh dari studi literatur terhadap buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan pemberitaan dari situs terpercaya.

Wawancara memungkinkan peneliti menemukan informasi terkait pemikiran, opini, etika dan motif informan (Berger, 2016). Penelitian kualitatif memerlukan pendekatan bertahap dalam memilih informan (Neuman, 2014) sehingga, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposeful sampling*. Informan diambil dari sosok yang paling memahami fenomena yang terjadi dan

dapat memberikan informasi (Creswell, 2013). Pemahaman fenomena tersebut dapat dilihat dari kredibilitas dan kapabilitas informan dalam bidang terkait. Oleh karena itu, kriteria informan penelitian ini disusun sebagai berikut, 1) *Influencer* yang secara aktif mengunggah informasi terkait dunia perfilman. Informan tersebut dianggap tidak hanya sekadar menikmati film, tetapi juga pengamat aktif dunia perfilman sehingga mampu memberikan informasi terkait objek penelitian; 2) Mengelola akun media sosial yang memiliki lebih dari sepuluh ribu pengikut.

Creswell merekomendasikan wawancara dengan tiga hingga lima belas orang terkait objek penelitian (Creswell, 2013). Penelitian ini mengambil lima orang sebagai informan.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan lima orang dari lima komunitas berbeda. Empat di antaranya merupakan komunitas yang terbentuk jauh sebelum pandemi, sedangkan satu di antaranya terbentuk secara informal ketika pandemi.

“Aku membentuk ekosistemku sendiri sama teman-teman yang memang suka nonton film online.... Terus kayak bikin grup, aku bikin wadah, selama dua tahun berinteraksi sama orang-orang yang sebelumnya nggak kamu kenal dari berbagai daerah di satu wadah orang-orang yang hobi nonton.” – FFN

Sebelum pandemi terjadi, komunitas film aktif membuat kegiatan bersama seperti nonton bareng, terlibat di berbagai festival film, *gathering*, dan diskusi film. Sebagai bentuk apresiasi dan kecintaan terhadap industri film, mereka secara aktif mengunggah ulasan dan beragam informasi tentang dunia perfilman di berbagai kanal media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, bahkan mengelola website. Tidak hanya ulasan seputar film, beragam kegiatan komunitas juga diunggah di sana. Ragam konten yang menarik dan momentum mengunggah konten yang tepat membuat konten disukai.

“Waktu itu ada film Dua Garis Biru.... Kita bikin dua konten dan itu ramai banget. Salah satu konten Youtube kita sampai satu jutaan (viewers), sekarang dua jutaan. Karena filmnya sendiri juga ramai.” – RB

Bentuk komunitas film ini bisa beragam. Mulai dari yang secara informal terbentuk karena kesamaan hobi dan tujuan, komunitas dengan keanggotaan terbuka, maupun komunitas dengan keanggotaan terbatas yang mencari wadah untuk menyalurkan ekspresi setelah menonton film.

“Sempet paling 2016-an kita berkantor di Kwitang, sekalian perpustakaan umum. Jadi ada beberapa pemutaran kecil-kecilan di sana dan gratis semua.” – ARS

“Kalau mau gabung ya join datang pas event-nya. Ketemuan, ngumpul, kenalan gitu. Karena esensi komunitas itu ya ketika lo berkomunikasi secara langsung.” – ZG

Konten seputar dunia film tersebut kemudian mulai menarik minat masyarakat luas. Sosial media komunitas film mulai dibanjiri pengikut sebagai bukti ketertarikan masyarakat luas terhadap konten yang disajikan. Pengikut mereka bertambah mulai dari belasan hingga ratusan ribu.

“Kenaikan followers signifikan itu sebetulnya 2019. Sebelum pandemi.” – RB

Maka tidak mengherankan jika industri dan produser film kemudian mulai menggandeng komunitas film dalam berbagai bentuk kerjasama dan *partnership* untuk berpromosi. Promosi tersebut dapat berbentuk promosi film di sosial media komunitas, mengulas film yang sedang dipromosikan, terlibat dalam penyelenggaraan festival film, terlibat dalam perilis film terbaru, hingga turut serta dalam acara diskusi film. Kerjasama tersebut menunjukkan bahwa komunitas film memiliki peran yang besar terhadap industri hiburan. Peran serta komunitas film memperkenalkan film-film baru ke masyarakat memperluas jangkauan audiens.

Ragam kreativitas yang dibuat oleh komunitas film untuk mempromosikan sebuah film juga mampu menarik perhatian masyarakat dan menaikkan *engagement* sebuah konten. Tidak sekadar mengunggah *trailer* atau *teaser* film saja, komunitas film juga berlomba-lomba membuat konten promosi mereka sekreatif mungkin untuk menarik perhatian audiens.

“Ke PH-nya kita ngasih suggestion juga. Kalau trailer lo kayak gini, kita bikin promo yang begini ya. Jadi kalau di Instagram, kita post promo di depan, engagement-nya pasti jelek. Kita kasih saran buat mereka Kita coba bungkus dengan cara lain. Karena itu ngaruh sama konten kita sendiri. Kalau jelek sayang banget. Makanya kita olah lagi.” – RB

Ketika pandemi terjadi, bioskop ditutup dan berbagai film ditunda penayangannya. Hal ini membuat kerjasama dengan *production house* dan berbagai festival film terhambat. Mati surinya bioskop membuat *moviegoers* kehilangan. Selain itu, film juga menjadi konten utama sosial media komunitas. Konten-konten tersebut harus diunggah secara konsisten untuk mempertahankan *engagement* terhadap *followers* dan *subscribers*. Oleh karena itu, komunitas film mencari alternatif media yang tetap bisa di akses di rumah. Layanan video berlangganan atau *over-the-top* (OTT) kemudian menjadi alternatif.

“Karena kebutuhan saya langganan (OTT) ya buat konten media sosialnya supaya bisa ada yang update.” – ZG

“Nah, 2020 pas pandemi dengan menjaga followers dan subscribers dengan review yang ada di OTT.” – RB

Layanan OTT sebenarnya bukan sesuatu yang baru. OTT pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 2014 melalui platform Netflix, tetapi popularitas OTT semakin bertambah seiring terjadinya Covid-19. Selain itu, pandemi juga

membuat ragam *provider* layanan OTT semakin beragam, baik lokal maupun internasional. Bahkan, beberapa *provider* internasional masuk ke Indonesia ketika pandemi terjadi. Seperti Disney+ Hotstar dan Prime Video. *Moviegoers* beramai-ramai berlangganan OTT sebagai alternatif media hiburan.

Konten OTT yang beragam memanjakan pengguna. Jika dulu OTT dikenal dengan film dan series, kini tayangan OTT menjadi lebih beragam. Mulai dari *reality show*, *short movies*, *omnibus*, bahkan tayangan olahraga juga dapat diakses melalui OTT. Selain itu, OTT juga dapat diakses kapan saja dan di mana saja dengan gadget yang pengguna miliki. Tayangan OTT yang beragam menjadi inspirasi konten sosial media komunitas.

“Kita nonton film ataupun series yang baru keluar di platform OTT. Akhirnya kita banyak banget review dan cukup produktif karena kita misah-misah, tapi tetap bisa bikin konten masing-masing di rumah.” – RB

Bioskop alternatif yang menyajikan film *indie* dan anti mainstream juga ditutup saat pandemi. Keberadaan OTT ternyata tidak hanya menjadi alternatif pengganti film populer. Bagi penggemar film antimainstream, OTT ternyata juga menyediakan katalog *genre* dan *range* yang luas.

“Pas pandemi berhubung banyak OTT jadinya juga tersalurkan banget (hobi menonton film). Dan mediatornya nyaman banget.... kumpulan film pendek ada di Netflix. Biokop Online menarik juga katalognya. Jadi akhirnya malah accessible ya lewat platform itu.” – ARS

Bagi pecinta film festival yang kehilangan kegiatan *offline*, mereka berpindah menyaksikan festival film yang diadakan secara daring. Film festival adalah alternatif untuk menonton film-film anti mainstream. Kegiatan menonton film festival *online* ini ternyata juga menarik minat *moviegoers*. Kesamaan minat dan tujuan menyatukan *moviegoers* ke dalam satu wadah. Bahkan, pandemi juga mendorong komunitas yang awalnya hanya terdiri dari beberapa orang kini semakin meluas keanggotaannya.

“Aku banyak banget nonton festival film online. Dari situ aku beli tiket nonton film festival online yang bisa ditonton bareng temen-temen, karena kan, harganya mahal banget satu film bisa 200-300 jadi aku patungan sama temen-temen buat nontonin.” – FFN

Pandemi juga membuat komunitas film terdorong mencoba hal-hal baru. Tidak lagi terfokus pada menonton dan berdiskusi soal film. Salah satunya adalah membuat film. Film tersebut melibatkan anggota dari komunitas dengan memoptimalkan potensi dan minat masing-masing anggota.

“Kita nggak punya basic atau background pendidikan film. Kita otodidak. Ada yang suka nulis, saya pengen direct, ada yang pengen akting, gitu.” – ZG

Pandemi memang sempat menjadi penghalang. Namun, jika direspons dengan cara yang tepat dan positif, pandemi ternyata mendorong para komunitas untuk bertahan, berinovasi, beradaptasi, serta bertransformasi dengan kebiasaan baru.

“Waktu pertama kali buka saya juga nggak berani. Balik ke bioskopnya cukup lama. Baru 2021 pertengahan saya baru berani. Kalau aman pasti sih, namanya di rumah juga nontonnya. Cuma memang experience nonton bioskop itu nggak bisa diganti.” – AN

Setelah situasi perlahan membaik, beragam kegiatan yang semula terhalang pandemi mulai kembali normal. Bioskop juga sudah kembali buka sehingga film-film baru mulai bermunculan. Berbagai jadwal pemutaran dan aktivasi promosi yang melibatkan komunitas pecinta film mulai digalakkan kembali.

“Pas okupansi bioskop 70% aku nggak berani ambil undangan, cuma mulai berani nonton di bioskop di jam yang nggak ramai atau hari nggak ramai. Baru pas occupancy 100% waduh banyak banget undangan film-film lokal pada rebutan layar.” – FFN

Masyarakat menyambut baik era *new normal*. *Moviegoers* yang awalnya takut beraktivitas di luar rumah, mulai berani mendatangi bioskop. *Gathering* bersama komunitas bisa dilakukan lagi. Meski bioskop telah dibuka dan berbagai kegiatan yang melibatkan orang banyak sudah diizinkan, ternyata adaptasi yang dilakukan selama pandemi tidak hilang sama sekali. Misalnya kebiasaan menonton OTT. Pengguna OTT masih terus bertahan karena kemudahan akses dan efisiensi platform tersebut.

“Ya kalau untuk masalah nonton ya untungnya ada OTT.... jadi bisa ngikutin film apa yang lagi ngetren.... Cuma experience-nya tetap beda sama nonton di bioskop dengan tata suara bagus, visualnya bagus, dan ada sense of communal-nya ada.” – AN

PEMBAHASAN

Resiliensi komunitas menunjukkan kemampuan masyarakat menggunakan berbagai sumber daya untuk merespons, bertahan, dan bangkit dari berbagai peristiwa ekstrim seperti halnya pandemi. Ketidakpastian situasi membentuk resiliensi masyarakat yang siap menghadapi situasi terduga dan tidak terduga. Robertson et al. (2021) mengemukakan tujuh poin utama yang membuat sebuah komunitas bertahan.

Ikatan dan koneksi sosial. Ikatan di antara anggota komunitas terbentuk karena kesamaan hobi dan keinginan untuk tetap menonton film. Komunikasi dalam komunitas kemudian membentuk koneksi sosial untuk mewujudkan tujuan bersama. Dukungan dan ikatan dalam sebuah komunitas tidak lepas dari pengaruh sosial budaya yang berkembang di masyarakat (Kuang et al., 2022; Kwok et al., 2016).

Pengalaman dan memori bersama. Pandemi yang berlangsung bertahun-tahun menggugah ingatan manusia pada periode sebelumnya ketika semua aktivitas

bisa dilakukan dengan normal. Memori kolektif tersebut kemudian memicu keinginan untuk bergerak bersama dan menciptakan situasi baru yang nyaman di tengah pandemi. Baik dalam bentuk kegiatan fisik yang berpindah ke medium virtual, maupun kebiasaan menonton yang berpindah media. Jika tidak ada film di bioskop, *moviegoers* kemudian beralih ke media lain yang dapat diakses untuk memenuhi kebutuhan hiburan (Yusuf & Ratnasari, 2022).

Kepemimpinan, keterlibatan, dan tanggung jawab bersama. Sosok pemimpin dalam sebuah komunitas pasti ada sekalipun tidak terbentuk secara formal. Tanpa sebuah kepemimpinan, komunitas akan jalan di tempat. Kepemimpinan dalam komunitas film muncul dari sosok yang berpengalaman atau berpengaruh di dunia film (*influencer*) maupun pendiri dari komunitas itu sendiri. Keterlibatan pemimpin dan anggota komunitas kemudian membentuk tanggung jawab bersama bagaimana komunitas akan berjalan dan mencapai tujuannya.

Pola pikir, pemikiran kolektif, keterbukaan dalam beradaptasi, dan perubahan budaya. Dalam mengatasi situasi pandemi, dibutuhkan kesadaran bahwa anggota komunitas tidak dapat memaksakan diri untuk beraktivitas seperti biasanya. Oleh karena itu dibutuhkan kesamaan pola pikir untuk mendorong ide-ide baru yang secara kolektif dapat diterapkan dalam beradaptasi dengan situasi pandemi. Kekuatan budaya berupa nilai dan perilaku masyarakat seperti gotong royong, musyawarah, dan tenggang rasa menjadi pemicu resiliensi komunitas (Sunarno & Sulistyowati, 2021). Ide menonton film festival secara daring, berbagi slot film, berlangganan OTT secara kolektif, ataupun mengisi konten-konten secara daring menjadi salah satu bagian dari adaptasi yang dilakukan. Pandemi yang berlangsung lama dan adaptasi yang dilakukan komunitas mau tidak mau mendorong perubahan ekosistem komunitas. Jika sebelumnya *gathering* hanya dilakukan di bioskop atau tempat nonton, *gathering* bisa dilakukan secara virtual. Jika sebelumnya diskusi dilakukan setelah menonton film bersama, diskusi film bisa dilakukan di grup-grup percakapan, dan seterusnya.

Integrasi, inklusivitas, kesetaraan, dan keragaman. Kesadaran bahwa kegiatan *offline* tidak bisa dipaksakan, membuat komunitas film beradaptasi dengan jalur *online* dan pemanfaatan digitalisasi. Masa transisi ini perlahan menjadi suatu kebiasaan dan menciptakan *comfort zone* baru. Ketika situasi perlahan membaik, kegiatan di jalur *online* dan media digital tidak ditinggalkan begitu saja, tetapi justru dipadu dengan berbagai kegiatan *offline*. Misalnya ketika *moviegoers* masih menggunakan platform OTT meski bioskop sudah buka atau forum-forum diskusi *online* tetap menjadi pilihan sebagai efisiensi waktu dan biaya. Ragam konten yang dimiliki oleh OTT juga menjadi faktor pemilihan media alternatif ini (Suciati & Putra, 2022). Masyarakat pun mulai menyadari bahwa bioskop bukan satu-satunya media untuk menyaksikan film-film terbaru (Sihombing et al., 2022). Distribusi tayangan audio visual dapat dijangkau melalui platform selain bioskop (Su, 2022). Dengan demikian, anggota komunitas yang tersebar di seluruh Indonesia tetap dapat bergabung tanpa terhalang jarak, ruang dan waktu. Bahkan, wilayah yang sebelumnya tidak terjangkau bioskop kini dapat menyaksikan film terbaru melalui platform alternatif seperti OTT.

Komunikasi, dukungan sosial, dan koordinasi. Salah satu pernyataan menarik dari informan penelitian ini adalah betapa bersyukur pandemi terjadi ketika semua hal bisa dilakukan secara daring. Teknologi dan digitalisasi sudah secara mapan menyediakan wadah bagi komunitas untuk tetap berkomunikasi dan berkoordinasi (Bailenson, 2021).

Pelatihan dan latihan mengidentifikasi kebutuhan. Adaptasi paling menonjol pada komunitas film adalah perubahan medium yang digunakan dari *offline* ke *online* sehingga dibutuhkan adaptasi teknologi. Identifikasi kebutuhan diperlukan untuk menetapkan tujuan dan cara mencapai tujuan tersebut. Misalnya ketika yang dibutuhkan hanya menonton film maka OTT bisa dijadikan alternatif. Jika kebutuhannya adalah film festival antimainstream maka dicarilah festival film yang digelar secara daring. Jika kebutuhannya adalah membuat konten, maka jika tidak ada film bioskop maka film OTT ataupun film lama pun dapat dijadikan materi konten. Kreativitas mengolah konten yang beragam juga dapat dijadikan sesuatu yang baru dalam aktivasi media sosial. Jika kebutuhannya adalah *upgrade* kemampuan, maka waktu pandemi dapat digunakan untuk belajar membuat film. Kegiatan membuat film ini ternyata juga mampu memperkuat hubungan antar sesama anggota komunitas (Rembulan & Hernawan, 2020).

Maguire & Hagan (2007) menekankan bahwa resiliensi sosial adalah upaya merespons bencana secara positif. Resiliensi sosial tidak sebatas respons yang spontan muncul ketika seseorang mengalami situasi darurat, melainkan sesuatu yang harus direncanakan untuk mencegah hal yang buruk terjadi kembali di masa depan. Oleh karena itu, resiliensi sosial harus memiliki sifat resistensi, pemulihan, dan kreativitas (Maguire & Hagan, 2007). Ketiga unsur tersebut memenuhi upaya yang dilakukan komunitas film dalam menghadapi pandemi. Keterbatasan akses fisik tidak membuat produktivitas mereka dalam mengembangkan konten dan mencari alternatif hiburan terhambat, justru semakin kreatif dan produktif memanfaatkan sumber daya yang ada lewat berbagai kegiatan.

Selaras dengan hal tersebut, Keck & Sakdapolrak (2013) juga berpendapat bahwa resiliensi sosial harus memenuhi unsur kemampuan mengatasi berbagai rintangan, kemampuan beradaptasi dari pengalaman masa lalu untuk disesuaikan dengan tantangan yang dihadapi, serta adanya transformasi. Perilaku adaptif yang diterapkan secara berkelanjutan akan membentuk transformasi yang dapat dijadikan pegangan untuk menghadapi krisis di masa mendatang. Transformasi komunitas film dalam memanfaatkan sarana digital dan daring menjadi penyelamat keberlangsungan komunitas dan hal tersebut tidak hilang begitu saja setelah situasi berangsur pulih. Adaptasi teknologi telah menjadi bagian kehidupan komunitas film dan menjadi bagian tidak terpisahkan di masa depan. Salah satu dampaknya adalah platform OTT yang semakin diminati penggemar film ketika pandemi dan juga forum diskusi atau *video conferencing*.

OTT bukan sesuatu yang baru sebetulnya. Layanan ini sudah muncul lebih dari satu dekade, tetapi pandemi telah menjadi akselerasi bagi perkembangan OTT. Fleksibilitas penggunaan OTT mendorong *moviegoers* memilih layanan ini

sebagai alternatif media hiburan utama sepanjang pelarangan keluar rumah (Yaqoub et al., 2022). Bahkan, berbagai penyedia layanan baru bermunculan sepanjang pandemi. Hal ini didukung dengan penetrasi gadget, percepatan jaringan data seluler, dan juga dukungan teknologi seperti *virtual reality (VR)* dan *augmented reality (AR)* (Research Dive, 2020). Melihat perkembangan ekonomi, teknologi dan inovasi yang terjadi, layanan OTT bahkan akan tetap bertahan meskipun pandemi berakhir (M. Johnson, 2021).

Sementara *video conferencing* yang telah diprediksi akan mengacaukan komunikasi langsung atau *face-to-face*, ternyata malah menjadi solusi sepanjang pandemi. Bahkan, ketika pertemuan tatap muka sudah dapat berlangsung kembali, pergeseran budaya telah terjadi. *Video conferencing* juga memberikan efisiensi terhadap waktu dan secara praktis mengurangi emisi karbon yang disebabkan oleh alat transportasi. Masyarakat menemukan zona nyaman *virtual meeting* dan mampu menggeser stigma sebelumnya (Bailenson, 2021). Selain itu, pemanfaatan aplikasi *video conferencing* digunakan di berbagai sektor kehidupan masyarakat sepanjang pandemi baik untuk mencapai tujuan tertentu maupun motivasi hedonis (Zulherman et al., 2021).

Adanya upaya untuk keluar dari tekanan pandemi dengan melaksanakan kegiatan secara luring, aktif berkomunikasi melalui grup-grup percakapan, perlahan menjalin solidaritas dan menguatkan ikatan antara komunitas film. Selain itu pengaruh budaya ternyata berdampak pada dukungan sosial (Kuang et al., 2022; Kwok et al., 2016). Masyarakat Indonesia memiliki solidaritas yang tinggi dan suka menghabiskan waktu secara berkelompok entah sekadar mengobrol, *gathering*, arisan, reuni, pertemuan keluarga, dan sebagainya. Tidak mengherankan jika komunitas-komunitas yang terbentuk karena kesamaan hobi berkembang di Indonesia. Ketika pandemi terjadi, kebiasaan berkumpul terpaksa dihentikan. Budaya berkumpul yang telah mendarah daging di masyarakat Indonesia tersebut menjadi salah satu pemicu resiliensi sosial. Dipisahkan jarak dan fisik tidak membuat aktivitas berkumpul terhalang karena teknologi membuat segalanya menjadi mungkin.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Resiliensi sosial merupakan upaya bertahan dengan cara positif di tengah bencana. Tidak sekadar bertahan, masyarakat juga harus beradaptasi dan bertransformasi secara kolektif melalui gagasan, inovasi, dan kreativitas. Untuk melewati itu semua dibutuhkan tujuan yang ingin dicapai bersama dalam sebuah komunitas.

Komunitas film kehilangan medium hiburan mereka yaitu bioskop. Mereka juga kehilangan kegiatan *offline* sebagai sarana diskusi film. Namun, komunitas film berhasil beradaptasi dan bertransformasi dengan bantuan teknologi. Keinginan bersama untuk tetap menghidupkan komunitas di tengah pandemi menghidupkan berbagai kreativitas dan inovasi kegiatan. Bahkan, pandemi telah membuat komunitas berkembang lebih besar, lebih produktif dan memacu para anggota komunitas film untuk mencoba hal-hal baru. Ketika situasi berangsur membaik, adaptasi kebiasaan baru tersebut tidak lenyap sama sekali. Komunitas film telah bertransformasi dengan budaya yang baru.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini terbatas pada komunitas film *moviegoers* dan komunitas film yang dapat menjangkau teknologi dengan mudah. Informan penelitian merupakan generasi milenial yang mudah beradaptasi dengan teknologi dan berdomisili di Jabodetabek yang terjangkau jaringan internet cepat. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan terhadap komunitas yang mengalami keterbatasan terhadap aksesibilitas teknologi, penyedia layanan internet, dan informan dari generasi berbeda.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Assa Nuraga (Sinemager), Avicenna Raksa Santana (Cinema Poetica), Firda F. Nisa (Cinemuach), Rasyid Baihaqi (Cine Crib), dan Zul Gucci (GilaFilm) yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Kemenkominfo atas dukungan yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adger, W. N. (2007). Ecological and social resilience. In G. Atkinson, S. Dietz, & E. Neumayer (Eds.), *Handbook of Sustainable Development* (p. 78). Edward Elgar Publishing.
- Awaliyah, G. (2020). *CGV Perpanjang Waktu Penutupan Bioskop*. Republika.Co.Id.
- Bailenson, J. N. (2021). Nonverbal overload: A theoretical argument for the causes of Zoom fatigue. *Technology, Mind, and Behavior*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.1037/tmb0000030>
- Berger, A. A. (2016). *Media and Communication Research Method* (4th ed.). SAGE Publications.
- Buzzanell, P. M. (2010). Resilience: Talking, resisting, and imagining new normalcies into being. *Journal of Communication*, 60(1), 1–14. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2009.01469.x>
- Comscore. (2021). *Comscore Announces Global Box Office Totals For 2020*.
- Creswell, J. W. (2013). *Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Pearson Education.
- Hillery, G. (1955). Definition of community: Areas of agreement. *Rural Sociology*, 20, 111–123.
- Hussain Shah, M., Yaqoub, M., & Jingwu, Z. (2020). Post-pandemic Impacts of COVID-19 on Film Industry Worldwide and in China. *China. Global Media Journal-Pakistan Edition*, 13(2), 28–44.
- Johnson, M. (2021). Hollywood survival strategies in the post-COVID 19 era. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00776-z>
- Johnson, V. (2020). *China's Box Office Losses Nearly \$2 Billion Due to Corona Virus Crisis*. Guardian.
- Joshi, N., & Wende, W. (2022). Physically apart but socially connected: Lessons in social resilience from community gardening during the COVID-19 pandemic. *Landscape and Urban Planning*, 223(September 2020), 104418. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2022.104418>
- Keck, M., & Sakdapolrak, P. (2013). What is social resilience? lessons learned and ways forward. *Erdkunde*, 67(1), 5–19. <https://doi.org/10.3112/erdkunde.2013.01.02>

- Kemenparekraf. (2020). *Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan untuk Sektor Ekonomi Kreatif*. CHSE Kemenparekraf.
- Kuang, K., Wilson, S. R., Tian, Z., & Buzzanell, P. M. (2022). Development and validation of a culturally adapted measure of communication resilience processes for Chinese contexts. *International Journal of Intercultural Relations*, 91(September), 70–87. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2022.09.003>
- Kwok, A. H., Becker, J., Paton, D., Hudson-Doyle, E., & Johnston, D. (2019). Stakeholders' Perspectives of Social Capital in Informing the Development of Neighborhood-Based Disaster Resilience Measurements. *Journal of Applied Social Science*, 13(1), 26–57. <https://doi.org/10.1177/1936724419827987>
- Kwok, A. H., Doyle, E. E. H., Becker, J., Johnston, D., & Paton, D. (2016). What is 'social resilience'? Perspectives of disaster researchers, emergency management practitioners, and policymakers in New Zealand. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 19, 197–211. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2016.08.013>
- Lang, B., & Rubin, R. (2022). *How Movie Theaters Fought to Survive (Another) Year of Turbulence and Change*. Variety. <https://variety.com/2021/film/news/movie-theaters-box-office-2021-pandemic-omicron-1235142992/>
- Maclean, K., Cuthill, M., & Ross, H. (2014). Six attributes of social resilience. *Journal of Environmental Planning and Management*, 57(1), 144–156. <https://doi.org/10.1080/09640568.2013.763774>
- Maguire, B., & Hagan, P. (2007). Disasters and communities: Understanding social resilience. *The Australian Journal of Emergency Management*, 22(2), 16–20.
- Manyena, B., Machingura, F., & O'Keefe, P. (2019). Disaster Resilience Integrated Framework for Transformation (DRIFT): A new approach to theorising and operationalising resilience. *World Development*, 123, 104587. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2019.06.011>
- Marshall, N., Marshall, P., & Abdulla, A. (2009). Using social resilience and resource dependency to increase the effectiveness of marine conservation initiatives in Salum, Egypt. *Journal of Environmental Planning and Management*, 52(7), 901–918. <https://doi.org/10.1080/09640560903180982>
- Motion Picture Association. (2020). *Theme Report 2020*. <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2021/03/MPA-2020-THEME-Report.pdf>

- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Norris, F. H., Stevens, S. P., Pfefferbaum, B., Wyche, K. F., & Pfefferbaum, R. L. (2008). Community resilience as a metaphor, theory, set of capacities, and strategy for disaster readiness. *American Journal of Community Psychology*, 41(1-2), 127-150. <https://doi.org/10.1007/s10464-007-9156-6>
- Rembulan, D. B., & Hernawan. (2020). Strengthening the Film Community Through Documentary Collaboration Workshop in Garut. In A. Wita (Ed.), *Proceeding International Conference* (Vol. 1, Issue 40, pp. 235-276). Sunan Ambu ISBI Press.
- Research Dive. (2020). *Impact Analysis of Covid-19 on Over-the-Top (OTT) Market*. Researchdive.Com.
- Robertson, T., Docherty, P., Millar, F., Ruck, A., & Engstrom, S. (2021). Theory and practice of building community resilience to extreme events. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 59(April), 102253. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102253>
- Sihombing, L. H., Lestari, P., & T.M, J. D. (2022). The Effects of Covid-19 Pandemic towards Conventional Theaters and online Streaming Services in Indonesia. *International Journal of Communication and Society*, 4(1), 153-162.
- Su, W. (2022). The platformization of China's film distribution in a pandemic era. *Chinese Journal of Communication*, 15(1), 95-114. <https://doi.org/10.1080/17544750.2021.2021963>
- Suciati, P., & Putra, B. M. (2022). Indonesian Gen Z Consumer Preference for Subscribing to Netflix in The Covid-19 Pandemic Era. *Journal of Media and Information Warfare*, 15(1), 71-84.
- Suleimany, M., Mokhtarzadeh, S., & Sharifi, A. (2022). Community resilience to pandemics: An assessment framework developed based on the review of COVID-19 literature. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 80(August), 103248. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.103248>
- Sunarno, S., & Sulistyowati, E. (2021). Resiliensi komunitas di tengah pandemi Covid-19. *Mediapsi*, 7(1), 37-52. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2021.007.01.5>
- Tionardus, M. (2020). *Pandemi Corona, Bioskop XXI Tutup Sementara sampai 5 April 2020*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/03/20/211820666/pandemi-corona-bioskop-xxi-tutup-mentara-sampai-5-april-2020>

- Yaqoub, M., Khan, M. K., & Tanveer, A. (2022). Digital disruption: Rising use of video services among Chinese netizens. *Pakistan Journal of International Affairs (PJIA)*, 5(1), 34-54. <https://pjia.com.pk/index.php/pjia/article/view/399/282>
- Yusuf, H. G., & Ratnasari, A. (2022). Pengaruh Push Pull Mooring terhadap Switching Intention pada Pengguna Aplikasi Video on Demand di Masa Pndemi Covid-19. *Indonesian Journal of Business Intelligence*, 5(1), 17-27. <https://doi.org/10.21927/ijubi.v5i1.2321>
- Zulherman, Nuryana, Z., Pangarso, A., & Zain, F. M. (2021). Factor of zoom cloud meetings: Technology adoption in the pandemic of COVID-19. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 10(3), 816-825. <https://doi.org/10.11591/ijere.v10i3.21726>