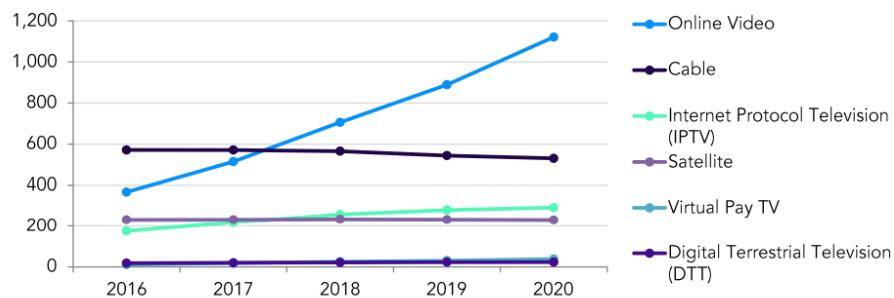


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri film global terus berkembang dengan berbagai strateginya untuk terus melakukan perluasan target pasar, salah satunya melalui media *streaming*. Melalui layanan *streaming*, konsumen akan diberikan penawaran menonton yang lebih murah dan dapat akses dimana saja melalui perangkat yang dimiliki. Hal ini semakin diperkuat saat pandemi COVID-19 melanda dimana aktivitas masyarakat di luar rumah mulai dibatasi. Kebutuhan masyarakat terhadap hiburan selama pandemi COVID-19 mendorong masyarakat untuk berlangganan aplikasi *streaming* yang diinginkan.



Gambar 1.1 Diagram Jumlah Pelanggan *Pay TV* dan *Online Video*

Sumber: Motion Picture Association (MPA) THEME Report 2020

Pada Gambar 1.1 menunjukkan adanya kenaikan pengguna *online video* selama tahun 2016 hingga 2020 berdasarkan laporan dari Motion Picture Association (2021). Berdasarkan laporan tersebut ada lebih dari 1 miliar pelanggan layanan *streaming* pada tahun 2020, angka ini naik 26 persen dari tahun 2019 (232.1

juta pelanggan). Berbanding terbalik dengan permintaan film di bioskop yang menurun secara drastis dengan total pemasukan sebesar 12 miliar dolar AS pada tahun 2020, 72 persen lebih rendah dibanding tahun 2019. Adanya pasar yang besar pada sektor layanan aplikasi *streaming*, mendorong perusahaan hiburan untuk memaksimalkan layanan aplikasi *streaming* sebagai media distribusi produk, termasuk The Walt Disney Company melalui aplikasi Disney+.

The Walt Disney Company merupakan MNC yang bergerak di bidang hiburan dengan dua segmen bisnis yaitu *Disney Media Entertainment Distribution* (DMED) dan *Disney Parks, Experiences, and Products* (DPEP) (The Walt Disney Company, 2022, p.1). Pada segmen DMED, The Walt Disney Company berfokus pada aktivitas produksi dan distribusi produk seperti film dan serial televisi (The Walt Disney Company, 2023, p.3-4). Terdapat beberapa jenis bisnis yang ada pada segmen DMED, salah satunya adalah *direct-to-consumer* terkait layanan *streaming* seperti Disney+.

Disney+ pertama kali rilis pada November tahun 2019 khusus untuk wilayah Amerika Serikat dan Kanada. Pada tahun 2020, The Walt Disney Company melakukan ekspansi dengan melakukan *rebranding* aplikasi streaming di India yaitu Hotstar menjadi Disney+ Hotstar (The Walt Disney Company, 2021, p.2). Aplikasi Disney+ menjadi media untuk penyebaran konten-konten dari seluruh perusahaan dibawah naungan The Walt Disney Company, termasuk milik Marvel Entertainment (Littleton & Wallenstein, 2018). Sejak 2021, Marvel Entertainment secara aktif memproduksi konten yang ditujukan khusus bagi pengguna Disney+ dengan jenis konten serial dan *special presentation*. Hingga akhir 2022, Marvel

Entertainment telah memproduksi 10 serial dan 1 *special presentation* yang mana sebagian besar menceritakan terkait asal mula dari cerita sebuah karakter, seperti pada serial Ms. Marvel.

Ms. Marvel merupakan serial adaptasi dari komik dengan judul yang sama bercerita mengenai bagaimana kehidupan superhero muslim muda dengan latar belakang etnis Asia Selatan dan orang tua yang merupakan imigran dari Pakistan (Baruh, 2022). Hal tersebut menjadikan Ms. Marvel superhero muslim pertama yang dimiliki oleh Marvel Entertainment. Representasi yang ada pada setiap karakter Ms. Marvel juga berpengaruh bagi keberadaan kaum minoritas di Amerika Serikat, terutama muslim-amerika (Baruh, 2022). Serial ini disutradarai oleh Adil El Arbi dan Billal Fallah yang berada dibawah naungan Ken Lambrechts Artist management yang berbasis di Belgia. Lokasi produksi serial Ms. Marvel terjadi di dua negara yang berbeda, yaitu AS dan Thailand (Arbi & Fallah, 2022). Pada serial Ms. Marvel juga terdapat kolaborasi yang dilakukan dengan beberapa studio untuk memproduksi serial tersebut.

Pada penelitian terdahulu, film dalam kajian Hubungan Internasional seringkali membahas bagaimana penggambaran geopolitik yang terjadi dalam alur cerita sebuah film. Salah satu karakter Marvel Entertainment yang paling sering dibahas adalah Captain America. Penggambaran cerita pada film Captain America sedikit banyak terpengaruh oleh geopolitik global terutama pada saat Perang Dunia Kedua (Dittmer, 2013). Komik Captain America yang selanjutnya diadaptasi ke dalam film Captain America: The First Avengers (2011) seringkali memunculkan terhadap stereotip terhadap ras tertentu. Selain itu, penggambaran Captain America yang

merupakan *super-soldiers* menjelaskan bahwa adanya pengemabangan sebuah senjata biologi yang sedang dikembang dalam hal militer (Malet, 2015).

Penelitian lainnya lebih membahas bagaimana maskot The Walt Disney Company Mickey Mouse dan dampaknya terhadap rantai nilai The Walt Disney Company (Eka Putri, 2019). Maskot Mickey Mouse telah membuktikan bahwa ada rantai nilai yang terjadi pada setiap aktivitas produksi The Walt Disney Company. Pada penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana penggunaan maskot Mickey Mouse dalam segala aktivitas rantai nilai The Walt Disney Company mulai dari *branding* hingga pemasaran. Maskot Mickey Mouse akan menyesuaikan dengan budaya lokal denganb tujuan untuk menysasar pasar lokal secara maksimal. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka penelitian ini akan lebih menekankan pada proses pemetaan rantai nilai global dari serial Ms. Marvel milik Marvel Entertainment.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang membahas mengenai pemetaan pada produksi serial Ms. Marvel, maka rumusan masalah yang didapat adalah **Bagaimana proses pemetaan Global Film Value Chain pada produksi serial Ms. Marvel pada tahun 2020-2022 oleh Marvel Entertainment?.**

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan penelitian secara umum untuk memenuhi persyaratan dalam pemenuhan program sarjana S1 Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.3.2 Tujuan Khusus

Secara khusus, penelitian ini ingin meneliti mengenai proses pemetaan pada produksi serial Ms. Marvel sebagai salah satu produk kreatif Marvel Entertainment. Penelitian ini menjadi menarik untuk diteliti karena adanya keterlibatan aktor non-negara dalam aktivitas lintas batas negara dan juga proses produksi barang kreatif yang dilakukan di berbagai negara.

1.4 Kerangka Pemikiran

1.4.1 Global Value Chain

Global Value Chain (GVC) dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan mulai dari tahap menentukan konsepsi hingga menjadi barang jadi (Gereffi & Fernandez-Stark, 2016). Pada sepanjang tahapan tersebut, perusahaan melakukan pengorganisasian agar produk yang dihasilkan dapat maksimal, salah satunya melalui fragmentasi proses produksi. Fragmentasi dapat diartikan sebagai sebuah pemisahan beberapa bagian pada proses produksi dengan peluang dilakukan secara lintas batas negara dan pelibatan antar perusahaan (Gereffi et al., 2005). Apabila suatu produksi terfragmentasi secara lintas batas negara, maka diperlukan koordinasi melalui pemisahan kepemilikan. Apabila

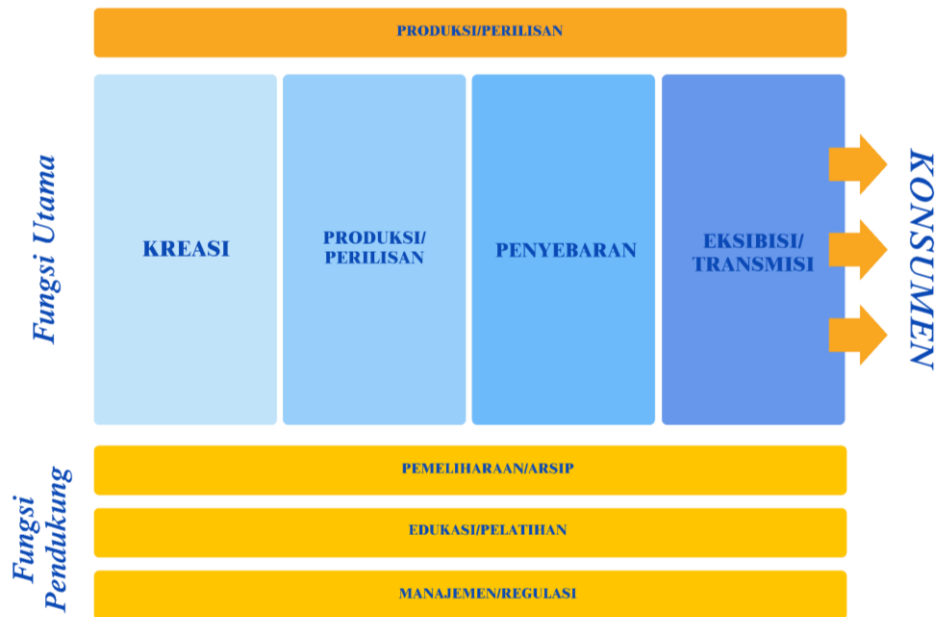
kepemilikan tidak dapat dilakukan maka FDI dan MNC akan memiliki dominasi pada proses produksi. Sebaliknya, apabila kepemilikan dapat dilakukan maka *arm's-length relationship* dapat dilakukan dan FDI dianggap tidak terlalu dibutuhkan.

Konsep yang dipaparkan oleh Gereffi lebih menekankan pada proses produksi yang terjadi pada barang manufaktur sehingga diperlukan sebuah konsep tambahan untuk dapat menjelaskan fenomena proses produksi pada produk kreatif.

1.4.2 Global Creative Value Chain

Definisi dari *Global Creative Value Chain* (GCVC) tidak jauh berbeda dengan definisi GVC secara keseluruhan bahwa adanya tahapan proses produksi yang terjadi sebelum barang ada di tangan konsumen (de Voldere et al., 2017). Pada konsep ini menekankan bahwa adanya proses pemetaan rantai nilai setiap produksi barang kreatif. De Voldere et al. (2017), menjelaskan bahwa *creative value chain* yang terjadi dapat berbeda pada setiap sektor kreatif. Secara garis besar, tahapan yang akan dilewati pada proses produksi akan dibagi menjadi dua yaitu fungsi utama dan fungsi pendukung.

Pada fungsi utama terdapat empat proses yang meliputi kreasi, produksi, penyebaran, dan eksibisi hingga akhirnya akan sampai ke konsumen. Pada Bagian fungsi pendukung menekankan bahwa adanya manajemen yang perlu dilakukan terkait administrasi selama proses produksi, terutama terhadap hak kepemilikan. Masing-masing tahapan tersebut akan melibatkan aktor yang akan berperan pada proses produksi.



Gambar 1.2 Model *Global Creative Value Chain (GCVC)*

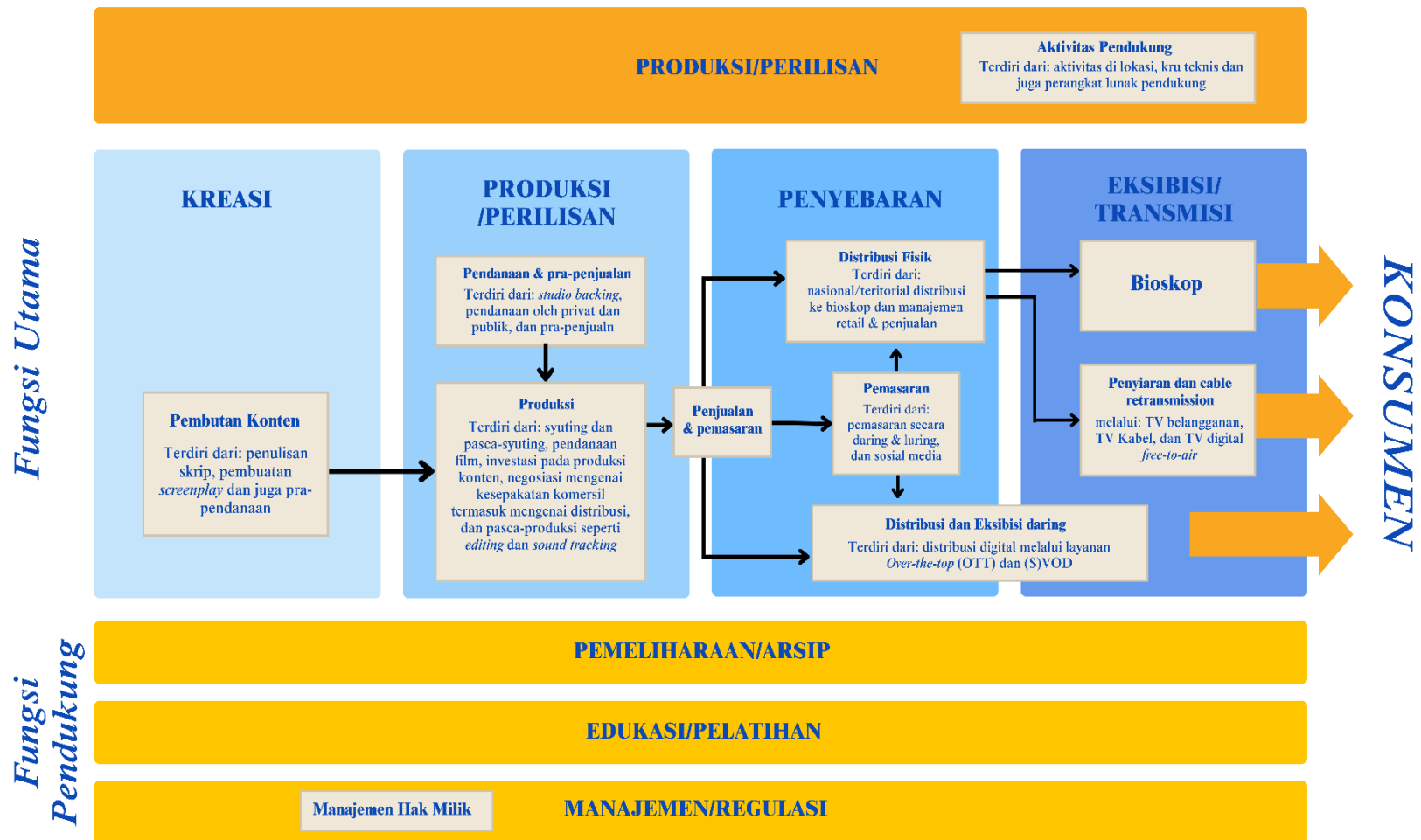
Sumber: Penulis¹

1.4.2.1 Film Value Chain

Pada proses produksi film oleh perusahaan AS sebagian besar masih menggunakan metode *all-in-house* dimana perusahaan bertanggung jawab terhadap beberapa elemen rantai nilainya (de Voldere et al., 2017). Pada Gambar 1.3 menunjukkan adanya tahapan produksi mulai dari tahap kreasi sebuah film hingga distribusinya yang sebagian besar menjadi tanggung jawab perusahaan induk. Ini juga yang akhirnya mempengaruhi bagaimana sebuah kepemilikan dapat dieksploitasi secara maksimal. Biasanya digunakan pada waktu tertentu dan wilayah tertentu agar memungkinkan dikomersilkan secara berkala melalui eksploitasi hak milik intelektual pada suatu film untuk memaksimalkan pemasukan.

¹ Bagan tersebut telah dibuat ulang dan diterjemahkan oleh penulis dengan acuan berdasarkan bagan dari de Voldere et.al (2017)

Berbeda dengan industri film independen yang lebih terlihat terfragmentasi melalui kolaborasinya antar studio dan perusahaan.



Gambar 1.3 Model Global Film Value Chain

Sumber: Penulis²

² Bagan tersebut telah dibuat ulang dan diterjemahkan oleh penulis dengan acuan berdasarkan bagan dari de Voldere et.al (2017)

Tidak jauh berbeda dengan milik de Voldere et.al, DeFillippi & Wikström (2014) juga memaparkan bahwa *film value chain* merupakan seluruh tahapan termasuk *creation*, *distribution*, dan *exploitation* pada bisnis film global. Pada konsep ini lebih menekankan pada pentingnya sebuah hak kepemilikan sehingga menjadi produk utama dalam pembuatan film yang memperjelas konsep yang dimiliki de Voldere terkait hak kepemilikan yang dimiliki oleh de Voldere et.al. Pada konsep milik DeFillippi & Wikström dipaparkan lebih detail mengenai pemetaan siapa saja yang termasuk sebagai aktor pada setiap elemennya. Meskipun konsep ini digunakan untuk menjelaskan dalam menjelaskan aktivitas produksi film independen, namun konsep tersebut masih relevan untuk menjelaskan industri film secara keseluruhan. Pada tabel 1.1 menunjukkan bagaimana setiap tahapan memiliki aktor yang terlibat dalam proses tersebut dan apa yang menjadi pendukung pada tahap tersebut.

Tabel 1.1 Model Rantai Nilai Film

Elemen	Aktor	Pendukung
Konsumen	Pada tahapan ini produk pertama kali tampil pada pengguna dan mulai dinilai. Waktu dan uang telah diinvestasikan sebelum adanya kontak akhir dengan konsumen.	Media, pers, publisitas, jaringan sosial, dan alat pemasaran secara tradisional
Eksplorasi	Adanya peluang eksploitasi terhadap hak cipta oleh produser, pemodal, dan distributor untuk melakukan pameran/perilisan bioskop, penjualan/rental DVD, VHS, VoD, Internet, Unduhan, Televisi gratis, hak kearsipan, melakukan pembuatan <i>remake</i> , prekuel, dan sekuel.	Pemasaran dilaksanakan berdasarkan wilayah (distributor dan dipisah oleh eksibitor).
Distributor	Agen penjualan internasional seperti perwakilan produser produser, pemasaran dan	Pemasaran dilakukan oleh agen penjualan dan

	penjualan hak distribusi.	pasar internasional
Syuting/Pasca	Produser, sutradara, pemeran, kru, lokasi studio, laboratorium, servis pendukung, pasca produksi, pengawas, dan fasilitas. Pada hal ini, sutradara, produser, dan pemodal biasanya terlibat pada bagian	Pemasaran yang dilakukan melalui PR produksi film.
Pendanaan	Produser yang terdiri dari perusahaan produksi, paket (termasuk skrip, sutradara, pemeran, nasional dan internasional <i>pre-sale</i> , perkiraan penjualan, <i>co-production</i> , <i>co-finance</i>), eksekutif, asosiasi dan <i>co-producers</i> , <i>talent agent</i> , <i>talent manager</i> , pengacara.	Pengacara dan <i>talent agent</i> .
Pengembangan	Aktor yang terlibat penulis, eksekutif bagian pengembangan, editor skrip, pengembang pendanaan, sutradara sebagai pengembang film bersama dengan penulis.	Pendukung dari subsidi secara regional dan nasional dan/atau bantuan penyiaran.

Sumber: Penulis³

1.4.2.1.1 Fungsi Utama

a. Kreasi

Pada tahap ini berhubungan dengan aktivitas untuk menemukan ide produk pada pra-produksi. Selama tahapan ini, produser, penulis skrip, dan sutradara yang akan terlibat dalam proses pembuatannya (de Voldere et al., 2017). Pada tahap ini, pendanaan awal produksi menjadi salah satu hal yang penting bagi keberlanjutan produksi. Pendanaan dalam merupakan hal yang kompleks dan biasanya berasal dari investor yang berbeda. Teknologi yang tersedia telah menjadikan adanya pengembangan bentuk film yang lebih pendek dan lebih mudah untuk diakses melalui gawai atau diunggah di

³ Tabel tersebut telah dibuat ulang dan diterjemahkan oleh penulis dengan acuan berdasarkan tabel dari DeFillippi & Wikström (2014).

sosial media (de Voldere et al., 2017). Keberadaan *virtual reality* berpotensi untuk mengubah proses kreatif pada sektor audiovisual.

b. Produksi/Perilisan

Tahapan ini merupakan proses yang menunjukkan aktivitas sebuah barang dari bentuk mentah hingga menjadi sebuah barang yang siap untuk didistribusikan (de Voldere et al., 2017). Dalam produksi film, proses syuting hingga pasca syuting termasuk kedalam proses produksi sebuah film. Pada proses ini melibatkan kru untuk dapat bertanggung jawab terhadap beberapa proses produksi, antara lain sutradara, pemeran film, kru teknikal (*lighting, sound, special effect*) dan editor. Produser juga memiliki peranan penting dalam meningkatkan hubungan dengan tim kreatif untuk memaksimalkan proses produksi, termasuk pada pendanaan.

c. Penyebaran

Tahap penyebaran memiliki fungsi untuk menjadikan barang jadi tersebut untuk dibawa kepada konsumen dan eksibitor untuk didistribusikan lebih lanjut (de Voldere et al., 2017). Tahap ini dapat dikatakan sebagai aktivitas untuk dapat mengkomunikasikan dan memasarkan produk yang ada. Proses pemberian lisensi secara internasional juga terjadi di tahap ini, ketika sutradara, pemodal, produser telah menyetujui hasil akhir dari film yang sudah jadi. Setelahnya, produser akan meminta agen penjualan untuk melakukan negosiasi terhadap setiap distributor di setiap kelompok wilayah dan akan mendapatkan hak terhadap eksploitasi pada jangka waktu tertentu.

Media (*Subscribed*) *Video-on-Demand* (SVoD) dan *Over-The-Top* (OTT) menjadi media yang paling sering digunakan untuk melakukan distribusi film (de Voldere et al., 2017). Penawaran yang diberikan oleh organisasi media, operator telekomunikasi dan penyedia layanan digital semakin menarik perhatian masyarakat untuk berlangganan.

d. **Eksibisi/Transmisi**

Tahapan ini memiliki fungsi untuk dapat menyediakan pengalaman kepada audiens melalui pemberian dan penjualan akses kepada konsumen (de Voldere et al., 2017). Terdapat beberapa media yang dapat digunakan dalam memberikan pengalaman bagi konsumen menurut de Volder et.al (2017), yaitu melalui:

1. **Bioskop** masih menjadi media yang sering digunakan untuk dapat mendistribusikan sebuah film. Bioskop bukanlah menjadi media yang memberikan pemasukan yang besar bagi film, akan tetapi bioskop dapat menambah nilai film tersebut apabila diminati banyak orang. Pemasukan terbesar akan dirasakan disaat distribusi lanjutan setelah penayangan di bioskop.
2. **Penjualan dan sewa DVD/VHS, *pay per view* atau video rumahan** sudah jarang sekali diminati oleh konsumen. Penurunan ini telah ditunjukkan sejak tahun 2008 yang juga berakibat terhadap penurunan pemasukan yang dimiliki oleh produsen film. Perlahan media ini mulai ditinggalkan karena konsumen lebih memilih untuk beralih berganti pada media *streaming*.

3. **Siaran dan Televisi berlangganan** menjadi media yang masih banyak digunakan oleh konsumen. Industri televisi memiliki peran penting dalam rantai nilai film. Sedangkan televisi berlangganan harus bersaing dengan segala jenis media *streaming*.

1.4.2.1.2 Fungsi Pendukung

a. Pemeliharaan/Arsip

Pada bagian pemeliharaan/arsip mengarah pada bagaimana sebuah produk disimpan dan diarsipkan. Digitalisasi seringkali dianggap menjadi bagian dari aktivitas pengarsipan, terutama pada saat menerbitkan produk (de Voldere et al., 2017). Pada sektor film, bentuk VOD menjadi salah satu bentuk dari pengarsipan. Aplikasi layanan streaming seperti Netflix, Apple TV, dan Disney+ dapat menjadi beberapa contoh media untuk pengarsipan dalam film.

b. Edukasi/ Pelatihan

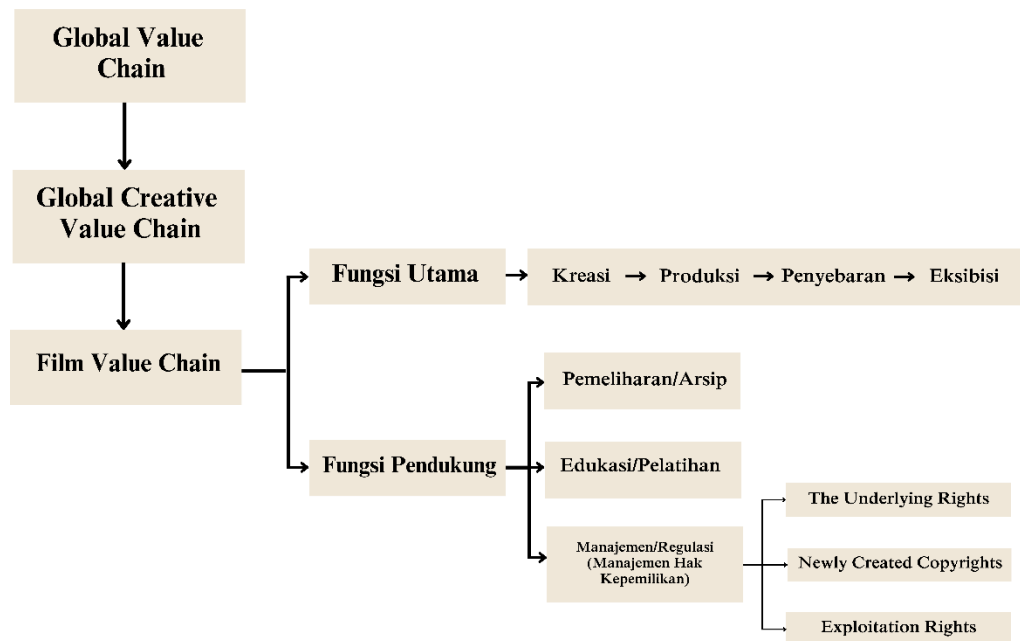
Edukasi dapat berupa edukasi yang bersifat formal maupun non-formal pada bidang kultur. Pada Pendidikan ini diharapkan adanya pertukaran keahlian untuk mengenal dan meningkatkan kesadaran terhadap suatu budaya (de Voldere et al., 2017). Edukasi juga berhubungan dengan pengembangan suatu keahlian dan kompetensi baru dari aktor untuk dapat terlibat dalam manajemen warisan budaya. Pada konteks sektor film, hal ini dapat menjadi sebuah pengetahuan bagi pemain untuk dapat mengerti lebih lanjut terkait unsur budaya yang terkandung pada film tersebut.

c. Manajemen Regulasi Hak Kepemilikan

Manajemen regulasi terkait hak kepemilikan memiliki fungsi untuk mengurus administrasi dan juga memberi hak cipta terhadap aktivitas kultural. Proses ini juga membahas mengenai aktivitas yang memiliki tujuan untuk dapat mendukung sebuah karya yang dilakukan melalui pemberian *copyrights*. DeFillippi & Wikström (2014) memaparkan lebih lanjut mengenai pengelompokan hak kepemilikan yang dapat dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu:

1. ***The underlying rights***, membicarakan mengenai hak dasar yang dapat digunakan dalam sebuah produksi film termasuk terkait buku yang sudah ada sebelumnya, skrip (orisil atau adaptasi), karakter, gambar, maupun musik. Hal ini juga berkaitan sejauh mana sebuah produksi film dapat menggunakan dan mengeksploitasi sebuah karya dari penulis, para pemain film, sutradara, dan perancang melalui kontrak legal.
2. ***Newly created copyrights***, lebih menekankan bahwa setelah proses produksi pada sebuah film sudah terjadi, maka akan muncul yang namanya “hak cipta film”. Elemen yang terkandung pada hak cipta film dapat berupa *soundtrack*, kostum, maupun karakter.
3. ***Exploitation rights*** merupakan aktivitas yang dapat dilakukan untuk mengeksploitasi hak cipta melalui lisensi untuk penjualan film, distribusi, exhibition, *merchandising*, prekuel, sekuel, dan bentuk lainnya yang biasanya diberikan kepada pihak ketiga.

1.5 Sintesa Pemikiran



Gambar 1.4 Bagan Sintesa Pemikiran

Sumber: Penulis

Berdasarkan bagan sintesa pemikiran diatas, penulis menggunakan konsep GVC untuk menjelaskan secara keseluruhan terkait bagaimana pemetaan pada proses produksi dapat terjadi. Pada GVC lebih ditekankan bagaimana sebuah proses produksi lintas batas negara sehingga masih diperlukan konsep lain untuk dapat menjelaskan proses fragmentasi yang terjadi pada produk kreatif. Secara spesifik hal tersebut dapat dijelaskan melalui konsep GCVC melalui *Film Value Chain* yang mana menjelaskan proses fragmentasi yang terjadi pada produksi film ataupun serial.

Pada konsepsi *Film Value Chain* terdapat dua jenis fungsi pada setiap produksi film, yaitu fungsi utama dan fungsi pendukung . Fungsi utama memiliki setidaknya empat tahapan yang akan dilewati pada saat proses produksi film berlangsung, yaitu kreasi, produksi, penyebaran, dan eksibisi. Adapun fungsi pendukung yang mencakup pemeliharaan/arsip, edukasi/ pelatihan, dan manajemen hak kepemilikan yang berdasarkan tiga kelompok, yaitu *the underlying rights, newly created rights, exploitation rights*.

1.6 Argumen Utama

Berdasarkan rumusan masalah dan sintesa pemikiran yang telah disebut sebelumnya, didapatkan argumen bahwa terdapat fragmentasi pada proses produksi serial Ms. Marvel dan menunjukkan adanya aktivitas lintas batas negara dalam prosesnya. Menurut konsep dari de Voldere mengenai tahapan proses produksi, Ms. Marvel telah melewati seluruh tahapan pada bagian utama produksi mulai dari kreasi, produksi, distribusi, dan eksibisi dengan melakukan kolaborasi dengan berbagai studio untuk produksi serial tersebut. Aktor dan studio yang terlibat berasal dari berbagai negara dan latar belakang etnis yang berbeda. Seperti pada tahapan kreasi yang melibatkan aktor dengan dari berbagai negara. Begitu juga pada tahapan produksi yang tidak hanya melibatkan kru dari AS, namun juga dari negara lain. Pada tahapan penyebaran dan eksibisi, Marvel Entertainment menggunakan media SVOD, Bioskop, dan juga transmisi televisi untuk menyebarkan serial ini. Pada fungsi pendukung akan lebih ditekankan pembahasan mengenai manajemen hak kepemilikan pada kasus produksi serial Ms. Marvel. Selama proses produksinya, Marvel Entertainment menggunakan elemen-elemen kepemilikan dari

pihak lain untuk dapat memproduksi serial Ms. Marvel. Selanjutnya, akan terbentuk suatu *copyrights* baru dari serial tersebut dan dijual kembali kepada pihak ketiga menjadi produk baru seperti action figure atau merchandise.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif, dalam meneliti fenomena ini. Penelitian deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan fenomena alam atau sosial melalui struktur, aktivitas, perubahan dari waktu ke waktu, atau hubungan dengan fenomena lain dengan fenomena yang diteliti (Gall et al., 2003). Penelitian deskriptif lebih memiliki tujuan untuk menemukan fakta dengan berbagai macam cara pengumpulan data (Kothari, 2004).

Oleh karena itu, Penelitian deskriptif dinilai cocok untuk menjelaskan proses fragmentasi produksi pada serial Ms. Marvel milik Marvel Entertainment. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah menjelaskan dan menggambarkan bagaimana suatu fenomena dalam penelitian dapat terjadi. Sehingga didapatkan jawaban melalui rumusan masalah.

1.7.2 Jangkauan Penelitian

Sesuai dengan yang telah disebutkan pada rumusan masalah, maka penelitian ini hanya akan membahas mengenai fragmentasi serial Ms. Marvel pada tahun 2020-2022. Pemilihan tahun didasarkan pada proses pra-produksi (*screen test*) yang dimulai pada tahun 2020 hingga pada akhirnya resmi dirilis pada tahun 2022 (Baruh, 2022).

1.7.3 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu hal yang perlu dilakukan oleh peneliti guna mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk menganalisis suatu fenomena. Pengumpulan data dengan menggunakan Teknik kualitatif memiliki karakteristik dimana data yang dikumpulkan melalui data informasi (Neuman, 2013).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan yang digunakan adalah mengumpulkan data sekunder seperti media massa, pernyataan resmi, jurnal, ataupun penelitian terdahulu untuk mendukung penelitian ini. Setelahnya, akan dilakukan pemilihan terhadap data yang telah dikumpulkan dan dipisahkan yang dirasa sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selain itu, data tersebut juga akan membantu peneliti untuk memahami pola dan alur dari fenomena yang berkaitan. Dalam proses penyusunannya, penelitian ini menggunakan data primer berupa *annual report* perusahaan dan data sekunder berupa artikel berita, jurnal terdahulu, maupun data lain yang dirilis oleh pihak kedua yang berhubungan dengan proses produksi serial Ms. Marvel.

1.7.4 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian tipe kualitatif, analisis data yang ada tentunya harus mengarah pada menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis atau argumen yang telah disertakan dalam penelitian. Dengan berbagai macam data yang telah dikumpulkan, teknik analisis data tentunya perlu dilakukan dengan secara terus-menerus untuk dapat mendapatkan data yang sesuai dan pas bagi penelitian. Analisis data dapat dilakukan dengan melalui proses pengorganisian data,

memasukkan data kedalam unit-unit tertentu, melakukan sintesis terhadap data yang ada, melakukan penyusunan data yang ada dalam pola, dan pada akhirnya membuat kesimpulan terhadap data yang ada (Hardani, 2020).

Penelitian ini dilakukan dengan analisis data setelah data telah terkumpul secara keseluruhan. Selanjutnya, data yang ada dianalisis sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan penulis. Setelahnya penulis akan melakukan analisis dan memaparkan kesimpulan yang ditemukan mengenai proses fragmentasi selama produksi serial Ms. Marvel dilakukan.

1.7.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, digunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I memaparkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka berpikir, sintesa pemikiran, argument utama, dan metodologi penelitian terkait proses fragmentasi serial Ms. Marvel.

BAB II akan membahas mengenai fungsi utama meliputi kreasi, produksi, penyebaran, dan eksisbi pada produksi serial Ms. Marvel

BAB III akan membahas mengenai fungsi pendukung pada manajemen hak milik film berdasarkan *the underlying rights*, *newly created rights*, dan *exploitation rights* pada produksi serial Ms. Marvel

BAB IV berisi kesimpulan dari penelitian dan juga saran-saran yang dapat diberikan sebagai bentuk perbaikan dan kemajuan penelitian ini.