
ANALISIS PEMETAAN GLOBAL VALUE CHAIN, STUDI KASUS: FILM “SONIC THE HEDGEHOG3”

Ellyna Raissa br Tarigan¹, Seto Bayu Aji², Joey Michael Flaurance Andia³, Adiastri Purbantina⁴

^{1,2,3,4}Jurusan Hubungan Internasional, Universitas Pembangunan Veteran Jawa Timur, Surabaya
Email: ellyntarigan@gmail.com

Diterima: 21 Februari 2026 Direvisi: 17 Maret 2026 Disetujui: 31 Maret 2026

Abstrak

Keterlibatan lintas batas geografis negara dalam produksi film dapat menambahkan nilai serta ketertarikan yang bertujuan untuk mencuri perhatian global dalam pemasaran film. Film Sonic the Hedgehog 3 termasuk dalam genre fiksi ilmiah yang disutradai oleh Jeff Fowler. Film Sonic melibatkan banyak aktor dan crew dari berbagai lintas negara dari pra produksi, syuting, pasca-produksi hingga promosi. Penelitian ini menganalisis rantai nilai dari Sonic the Hedgehog 3 menggunakan konsep milik De Voldere. Konsep ini digunakan untuk melakukan pemetaan tahap rantai nilai dalam Global Creative Value Chain yang dibagi menjadi dua fungsi utama: Core function dan Support function. Metode yang digunakan pada tulisan Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Bertujuan untuk meneliti penerapan yang dilakukan perusahaan terhadap film Sonic the Hedgehog 3 yang mengacu pada konsep Global Film Value Chain milik De Voldere. Film Sonic the Hedgehog 3 berhasil melewati semua tahapan Core Function dan Support Function pada proses filmnya.

Kata Kunci: Core Function, Support Function, Sonic.

Abstract

Cross-border involvement in film production can add value and interest aimed at attracting global attention in film marketing. The film Sonic the Hedgehog 3 belongs to the science fiction genre and was directed by Jeff Fowler. The Sonic film involved many actors and crews from various countries from pre-production, shooting, post-production to promotion. This study analyzes the value chain of Sonic the Hedgehog 3 using De Voldere's concept. This concept is used to map the value chain stages in the Global Creative Value Chain which are divided into two main functions: Core function and Support function. The method used in this research paper uses a descriptive approach. It aims to examine the company's implementation of the Sonic the Hedgehog 3 film which refers to De Voldere's Global Film Value Chain concept. The Sonic the Hedgehog 3 film successfully passed all the Core Function and Support Function stages in its film process.

Keywords: Core Function, Support Function, Sonic.

PENDAHULUAN

Film merupakan media yang terintegrasi sekaligus berkualitas. Sepanjang sejarah film, berbagai media teknis telah dikembangkan mengubah kualitas suara dan gambar, serta konten yang dapat ditampilkan (Jensen, 2021). Sebagai media audio-visual, film berfungsi bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat komunikasi budaya global dan komoditas ekonomi bernilai tinggi. Proses pembuatannya melibatkan rangkaian tahapan yang kompleks, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi, yang masing-masing menghasilkan nilai tambah bagi para aktor yang terlibat.

Film Sonic merupakan film yang berawal dari serial video game yang dikembangkan oleh salah satu perusahaan Jepang yaitu Sega Sammy. Film ini dibantu oleh salah satu perusahaan industri besar Amerika yaitu Paramount Pictures. Sega merupakan perusahaan industri game yang didirikan oleh David Rosen, Ray LeMire dan Richard Stewart di Tokyo, Jepang tepatnya di Shinagawa. Awal berdirinya perusahaan Sega pada tahun 1950 dikenal dengan perangkat lunak game. Sega merupakan nama yang dibentuk untuk mewakili "Service Game" untuk memasarkan produk di negara Jepang (Sam Pettus, 2013). Perusahaan Sega adalah produsen mesin gim yang memanfaatkan kekayaan kreativitas, pengalaman hiburan, dan teknologi untuk menghasilkan produk-produk yang menawarkan pengalaman baru dan seru (Cooperation, 2013).

Paramount Pictures berkontribusi dalam produksi film Sonic the Hedgehog, Paramount membuat sekuel yang diberi judul Sonic the Hedgehog. Paramount Pictures merupakan produser legendaris dan distributor global bagian hiburan yang berfokus pada film sejak tahun 1912.

Paramount Pictures memiliki 1.200 judul film dan tambahan hak cipta sebanyak 2.800 judul film lainnya. Perusahaan Paramount juga mengeluarkan film Hollywood dalam bentuk DVD dan Blue-ray melalui Paramount Home Entertainment (Paramount Pictures, 2023)

Proses peralihan dari produksi video game menjadi sebuah film Sonic, menjadikan perusahaan lama terlihat kembali oleh global. Alur cerita pada film Sonic 3 terinspirasi dari video Sonic Adventure 2 di tahun 2001 dan Shadow the Hedgehog di tahun 2005 (IMDb, 2024). Dengan hadirnya perusahaan game yang memproduksi film "Sonic Hedgehog" secara berkelanjutan, menjadikan Sonic menarik dimata konsumen terutama penggemar dan gamer Sonic di tahun 90an. Film Sonic memiliki genre Animasi, laga, komedi, petualangan dan fantasi yang disenangi oleh anak-anak (IMDb, 2024).

Usaha yang dilakukan demi mencapai kesuksesan produksi film, Sega Sammy tidak hanya melakukan kolaborasi bersama Paramount Pictures. Terdapat beberapa perusahaan lain yang ikut membantu produksi film Sonic, diantaranya: Blur Studio, Marza Animation Planet dan Origin Film. Pemilihan Sonic the Hedgehog 3 sebagai objek penelitian didasarkan pada sifatnya yang sangat representatif terhadap integrasi global dalam industri film modern. Dibandingkan dengan banyak film lain yang hanya terfokus pada satu negara atau satu studio, film ini melibatkan kolaborasi intensif antara perusahaan Amerika Serikat dan Jepang. Terdapat beberapa faktor yang menjadikan Sonic lebih unggul dari film yang diadaptasi dari video gim lainnya. Sonic meraih kesuksesan film dari box office pada akhir pekan Desember 2024. Sonic 3 memiliki skor penonton 98% dan

salah satu film terpopuler pada tahun film tersebut rilis.

Sonic juga berhasil meraih ulasan terbaik di semua metrik, karena film sonic dapat ditonton oleh berbagai kalangan (Tassi, 2024). Berbeda dengan salah satu film adaptasi video gim yang berjudul *Borderlands* mendapatkan komentar yang kurang baik dari ulasan penonton (Iammers, 2024). *Rolling Stone*, David Fear seorang editor dan kritikus menyampaikan pendapatnya bahwa film *Borderlands* tidak cocok dinikmati sebagian besar gamer, pecinta film dan tampilan CGI yang membosankan (Iammers, 2024). Hasil pendapatan yang diraih oleh Sonic juga jauh lebih tinggi dari film *Borderlands* selama akhir pekan pembukaan, Sonic meraih 75 juta US Dolar sedangkan *Borderlands* hanya 15 juta US Dolar (Iammers, 2024). Pendapatan Box office pada film sonic jauh lebih tinggi mencapai sekitar \$492,2 juta secara global, sedangkan *Borderlands* hanya mencapai \$33 juta di box office (IMDPro B. o., 2024).

Selain dari perbandingan Sonic dengan *Borderlands* film Sonic juga cukup bersaing dengan *The Mario Bros. The Super Mario Bros* merupakan film adaptasi yang memiliki pendapatan Box Office tertinggi, lalu diikuti oleh *A Minecraft Movie* dan setelahnya film *Sonic the Hedgehog 3*. Namun *Sonic the Hedgehog 3* memiliki interkonetivitas yang lebih tinggi dari kedua film tersebut, mulai dari rumah studio yang bekerja selama produksi film, aktor yang berperan serta tempat shooting selama pembuatan film. *Sonic the Hedgehog 3* memperlihatkan seluruh tahapan produksi hingga distribusi sesuai dengan konsep *Global Film Value Chain* milik *De Vol Dere*.

Penelitian terdahulu yang membahas mengenai film kebanyakan meneliti bagian teks budaya dan media komunikasi.

Penelitian sebelumnya menganalisis film dari aspek sosial, kritik budaya, pesan moral pada film atau makna simbolik yang terkandung pada film dengan menggunakan pendekatan framing. Fokus penelitian sebagian besar membahas isi film seperti, alur cerita, narasi, nilai dan ideologi.

Penulis mengutip salah satu jurnal milik JKMS (*Jurnal Ilmu Komunikasi*) yang membahas salah satu drama Korea berjudul *Queenmaker*, dimana tulisan ini berfokus pada salah satu aktor sebagai perencana strategi public Relations (Halda Herawati, 2024).

Pada tulisan tersebut belum membahas secara mendalam mengenai produksi dan distribusi dalam aspek industri global. Salah satu penelitian yang berjudul “Analisis Semiotika isi pesan pada film *Miracle in Cell No.7*”, namun tulisan tersebut bertujuan untuk mengetahui isi pesan moral yang tertera pada film (Sayoga, 2020). Berbeda dengan tulisan yang berjudul “Analisis Teknik Pengambilan Gambar Sinematografi dalam Film Pendek *05.55*” penelitian tersebut berfokus pada pengambilan gambar pada film (Amalia, 2023). Selain itu, ada judul penelitian yang membahas aspek industri, namun bersifat persial, yang dikaji hanya lewat OTT dan berfokus pada satu tahap tertentu. Seperti tulisan milik Zhao dan Hasrul berjudul “The Economic and Cultural Impacts of OTT Platforms on the Film Industry: A Systematic Literature Review” (HASHIM, 2025).

Berbeda dengan penelitian terdahulu, tulisan ini membahas film dari berbagai faktor dan lebih spesifik lewat konsep *Global Value Chain* dalam industri kreatif. Penelitian menekankan keterlibatan aktor lintas batas negara, rumah produksi/studio yang terlibat, platform serta mekanisme kerja sama internasional yang membentuk nilai ekonomi film. Dengan

demikian perbedaan penelitian penulis dengan terdahulu terletak pada fokus analisa dan fokus kajian.

Untuk memahami dinamika tersebut, penelitian ini menggunakan teori Global Value Chain (GVC) yang dikembangkan oleh De Voldere. Konsep ini menekankan pentingnya memetakan alur aktivitas global yang membentuk nilai sebuah produk mulai dari penciptaan ide, produksi, hingga distribusi internasional serta mengidentifikasi aktor, negara, dan perusahaan yang berperan dan terkait dengan jaringan produksi internasional (Wijayati, 2021). Pendekatan GVC sangat relevan bagi industri film karena memungkinkan analisis terhadap bagaimana nilai ekonomi dan kreatif tercipta dan dialirkan di dalam jaringan produksi yang melibatkan banyak negara. Pemilihan Sonic the Hedgehog 3 sebagai objek penelitian didasarkan pada sifatnya yang sangat representatif terhadap integrasi global dalam industri film modern. Dibandingkan dengan banyak film lain yang hanya terfokus pada satu negara atau satu studio, film ini melibatkan kolaborasi intensif antara perusahaan Amerika Serikat dan Jepang, memanfaatkan tenaga kerja kreatif dari beberapa negara, menggunakan studio dan lokasi syuting internasional, serta menerapkan strategi distribusi global yang agresif. Selain itu, waralaba Sonic memiliki sejarah panjang sebagai ikon budaya populer global, sehingga menyediakan konteks pasar, ekonomi, dan budaya yang kaya untuk dianalisis melalui perspektif GVC.

Berdasarkan karakteristik tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memetakan rantai nilai global dalam produksi Sonic the Hedgehog 3, mengidentifikasi negara dan aktor yang terlibat pada setiap tahapnya, serta menganalisis bagaimana nilai ekonomi diciptakan, dialirkan, dan ditangkap oleh berbagai pihak dalam

jaringan produksi film internasional. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis terhadap kajian Global Value Chain dalam industri kreatif, serta memberikan gambaran empiris mengenai dinamika produksi film global pada era modern

Berdasarkan rumusan masalah yang disusun, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana penerapan Global Value Chain pada film Sonic the Hedgehog 3 pada tahun 2024?”

Konsep Global Value Chain memiliki rangkaian tahapan yang dilakukan perusahaan dalam memahami produksi barang atau jasa sampai membentuk rantai nilai. Konsep tersebut menjelaskan pasar kurang maksimal hasilnya jika hanya menggunakan satu perusahaan saja. Dalam produksi film memerlukan produksi dan distribusi tingkat lintas batas negara, tujuannya ialah mencapai kesuksesan dalam sebuah industri. Setiap perusahaan akan melakukan proses fragmentasi pada setiap proses produksinya, pada langkah tersebut maka diperlukan kerja sama lintas batas negara, tujuannya untuk mencapai hasil yang maksimal. Teori Global Value Chain relevan digunakan pada industri kreatif, karena tahap yang dilewati mulai dari pra produksi, produksi dan promosinya.

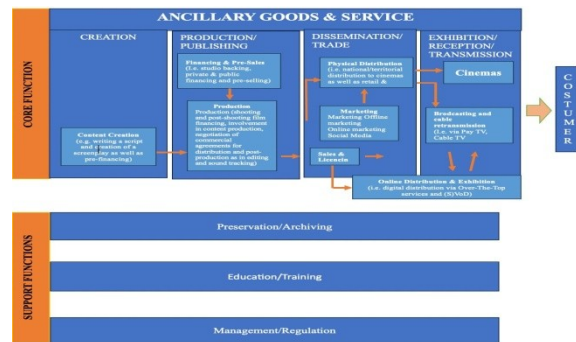
Pada konsep Global Value Chain milik De Voldere, ada bagian Core Function dan Support Function. Core Function terbagi menjadi 4 tahapan yaitu : Creation (tahapan), Production/publishing (produksi), Dissemination/trade (diseminasi), exhibition/transmission (eksibisi). Tahap Creation merupakan tahapan awal yang meliputi proses pra-produksi, dalam proses pembuatan film proses ini meliputi penulisan naskah film, pembuatan film, pengeluaran atau dana yang akan dikeluarkan selama proses produksi film berlangsung. Tahap kedua Production/ Publishing tahap ini dilakukan

selama proses pembuatan film setelah penutisan naskah dan ide awal yang ditemukan. Tahap ini meliputi pendanaan serta pengembangan proses film berlangsung. Proses ini meliputi banyak bagian yang melibatkan subjek dari perusahaan rumah yang bekerja sama untuk produksi film. Bagan ini meliputi Casting, kameramen, produser, dan editor. Tahap selanjutnya Dissemination/trade, setiap film yang telah selesai diproduksi, akan melewati tahap lisensi secara internasional. Tahap ini tujuannya untuk mendapatkan hak penyiaran dari distributor nasional agar dapat dipasarkan lebih luas dan mendapatkan kesepakatan atas hak siar film. Era digital sekarang sangat mempengaruhi penjualan jika film dapat diakses lewat media online seperti aplikasi aplikasi berbayar. Tahap terakhir yaitu exhibition/transission, tahap tersebut merupakan dibentuknya wadah untuk memfasilitasi konsumen agar dapat menikmati karya yang sudah diproduksi oleh perusahaan produksi film.

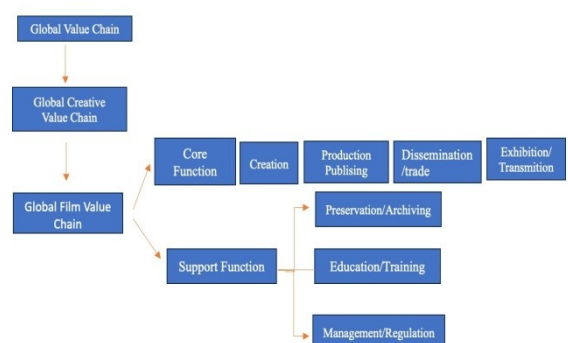
Support Function menurut tulisan De Voldere, merupakan bagian pendukung dari Core Function, Baga ini digolongkan menjadi 3 tahapan, mulai dari: presevation/ archiving (pemeliharaan/arsip),education/training(ed ukasi/pelatihan), Management/regulation (manajemen/regulasi). Tahap presevation/ archiving merupakan bagagan pelestarian, melakukan digitalisasi dan merawat materi film agar tetap aman dan dapat diakses sampai masa selantutnya. Education/training merupakan tahap pengembangan serta pembentukan keterampilan kru dan aktor melalui pelatihan, workshop, selama proses prosuksi film. Management/regulation ialah tahapan mengatur manajemen produksi dan memastikan kepatuhan pada regulasi, hukum dan hak cipta pada film.



Gambar 1 Model Global Creative Value Chain
 (Sumber: De Voldere et.al, 2017)



Gambar 2 Model Film Value Chain
 (Sumber: De Voldere et.al, 2017)



Gambar 3 Sintesa Pemikiran
 (Sumber: Penulis)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penulisan yang bersifat kualitatif yang dimana bertujuan untuk meneliti penerapan yang dilakukan perusahaan film pada produksi film Sonic the Hedgehog 3 terhadap konsep Global Film Value Chain milik De Voldere. Penelitian ini bersifat deskriptif, maka segala rumusan masalah akan terjawab sesuai dengan hasil data data perusahaan. Penelitian ini juga akan menjelaskan awal mulai produksi film sampai pasca produksi film seperti promosi penjualan dan pemasaran yang

dilakukan. Penulis akan membutuhkan apakah film Sonic the Hedgehog 3 melibatkan jaringan global mulai dari pembuatan, produksi dan distributor menjadi satu rantai nilai sesuai dengan konsep milik De Voldere.

Jangkauan waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2024. Rentang waktu tersebut dipilih karena merupakan periode berlangsungnya proses produksi dan distribusi film Sonic the Hedgehog 3, sehingga relevan untuk menganalisis penerapan Global Value Chain dalam industri film internasional pada karya tersebut.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder. Data diperoleh melalui studi literatur dan studi dokumentasi yang bersumber dari film Sonic the Hedgehog 3, jurnal ilmiah, buku, artikel, serta publikasi resmi yang berkaitan dengan industri film Sonic dan konsep Global Value Chain. Selain itu, observasi tidak langsung juga dilakukan melalui pengamatan terhadap proses produksi, distribusi, dan keterlibatan aktor lintas negara yang tercermin dalam film dan sumber pendukung lainnya. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh data yang relevan dan komprehensif guna mendukung analisis penelitian.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini berfokus pada penyajian data yang terstruktur dan bertujuan untuk memahami fenomena yang diteliti secara mendalam serta menyeluruh. Penelitian ini menggunakan teknik tersebut untuk menganalisis proses produksi film Sonic the Hedgehog 3 dalam kerangka rantai nilai Global Value Chain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Core Function

Merujuk pada konsep yang digunakan oleh penulis, yaitu kerangka yang dikemukakan oleh De Voldere et al. (2017), tahapan pertama dalam proses pengembangan karya film dimulai pada fase Creation. Tahapan ini merupakan fase fundamental yang berfokus pada perancangan awal ide kreatif sebagai dasar utama dalam produksi film. Pada tahap ini, gagasan awal dikembangkan menjadi konsep yang lebih terstruktur, termasuk penentuan tema, alur cerita, serta pesan yang ingin disampaikan kepada audiens.

Selain itu, fase Creation juga mencakup proses penulisan naskah (screenwriting), yang berfungsi sebagai panduan utama dalam keseluruhan produksi film. Proses ini melibatkan pengembangan karakter, dialog, serta struktur naratif yang sistematis. Tidak hanya itu, tahapan ini juga meliputi kegiatan casting atau pemilihan pemeran yang sesuai dengan kebutuhan karakter dalam naskah, sehingga dapat mendukung penyampaian cerita secara optimal.

Lebih lanjut, aspek pra-pendanaan (pre-financing) turut menjadi bagian penting dalam tahap ini, di mana perencanaan sumber pendanaan mulai disusun untuk memastikan kelangsungan proses produksi. Dengan demikian, fase Creation tidak hanya berfokus pada aspek kreatif, tetapi juga mencakup pertimbangan strategis yang berkaitan dengan kesiapan produksi secara keseluruhan.

Berikut ini merupakan data yang menjelaskan berbagai elemen serta aktor yang terlibat dalam tahapan awal (Creation) tersebut.

Tabel 1 Tahapan Creation Film Sonic the Hedgehog 3

Aktivitas Keseluruhan	Detail Aktivitas	Aktor
Perencanaan konsep film	Tahapan awal yang meliputi proses pra-produksi seperti ide dalam proses pembuatan film, naskah film	<ul style="list-style-type: none"> • Penulis: Patric Casey, Josh Miller, dan John Whittington • Produser: Neal H. Moritz, Toby Ascher (Original Film) Toru Nakahara (Marza Animation Planet) Hitoshi Okuno (SEGA) Shuhei Okabayash • Eksekutif produser: Haruki Satomi, Shuji Utsumi, Yukio Sugino (SEGA) Jeff Fowler, Tommy Gormley, Tim Miller • Manajer Produksi : Neal H. Moritz (Original Film) Toby Ascher (Original Film), Toru Nakahara (Marza Animation Planet), Hitoshi Okuno (SEGA). • Direktur 1 : Joey Coughlin • Direktur 2 : Julija Mickenaite.
	Pembuatan storyboard film	<ul style="list-style-type: none"> • India Swift • Cole Harrington (Blur Studio) • Kevin Molina-Ortiz • JJ Conway • Doug Olsen • Martin Madsen • Yu Su • Stanley Von

		<ul style="list-style-type: none"> • Medvey • Ethan Ng • Aaron Austin • Original Film, Marza Animation Planet, Blur Studio
	Proses casting film	<ul style="list-style-type: none"> • Casting Associate : Sophie Holland, Janelle Scuderi, Tricia Wood
	Perencanaan dan perancangan kostum	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Costume Designer:</i> Eleanor Baker • <i>Production Designer:</i> Luke Freeborn
	Pre-Financing	<ul style="list-style-type: none"> • Paramount Pictures

Tahapan pertama merupakan titik awal dalam pembuatan film Sonic the Hedgehog 3. Tabel di atas menyebutkan penulis, produser dari beberapa rumah studio yang berasal dari negara Jepang dan Amerika. Serta aktor yang berperan pada pembuatan storyboard, proses casting film, dan perancang kostum.

Pada film Sonic the Hedgehog 3 tetap menampilkan dan menceritakan karakter-karakter pada video game Sonic sebagai dasar alur cerita film. Sonic Hedgehog pertama dan kedua memiliki banyak penggemar dan memunculkan permintaan dari penggemar Sonic. Permintaan yang muncul, konsumen meminta agar karakter Shadow dikeluarkan pada Sonic selanjutnya yaitu Sonic the Hedgehog 3 (Brooks, 2024).

Para produser mengakui bahwa proses film Sonic the Hedgehog 3 merupakan proses yang menyenangkan sekaligus kompleks dibandingkan film yang sebelumnya (Hermanns, 2024). Pada bagian storyboard seniman Heiko von Drengenberg membagikan gambaran

menarik Sonic the Hedgehog 3. Heiko memiliki perusahaan sendiri bernama HEIKO VON DRENGENBERG storyboards & visual development. Banyak materi mengenai film Sonic yang muncul di internet baik dari situs resmi Sonic maupun tidak resmi (Bishob, 2020).

Pada proses Casting pada film Sonic the Hedgehog 3 tidak terlalu mengalami proses yang rumit, karena kebanyakan peran pada film sonic sebelumnya tetap dipakai pada film Sonic the Hedgehog 3. Suara Shadow pada film Sonic di isi oleh Keanu Reeves yang dipilih langsung oleh sutradara. Menurut berita tertulis di “The News Internasional” melalui SFX Magazine, Jeff Fowler, yang telah menjadi sutradara dari ketiga film Sonic mengatakan bahwa peran shadow pada film Sonic 3 sangat cocok diperankan oleh Keanu, ujar Jeff Fowler (Carpenter, CBR, 2024). Jim Carrey tetap berperan sebagai Dr.Robotnik, Idris Elba sebagai pengisi suara Knuckles, bagian Casting dikoordinir oleh Sophie Holland. (Tomatoes, 2024). Pada bagian desain kostum film Sonic dikoordinasi oleh Eleanor Baker. Perusahaan yang bekerja sama pada proses film yaitu Original Film, Marza Animation Planet, Blur Studio, Sega Sammy sebagai asosiasi dan Paramount Pictures sebagai Distributor. Origin Film merupakan produser dari film Sonic, Marza Animation Planet merupakan CG studio milik Sega, Blur Studio merupakan bagian Animasi dan VFX tim Miller dan Paramount Pictures ialah studio utama dan Distributor.

Tabel 2 Tahapan Production/Publishing Film Sonic the Hedgehog

Aktivitas Keseluruhan	Detail Aktivitas	Aktor
Proses produksi	Proses Syuting film	<i>Director</i> (Sutradara): Jeff Fowler <i>Writers</i> : Pat Casey, Josh Miller, John

		Whittington <i>Camera and Visual</i> •Director of <i>Photography/Cine matographer</i> : Brandon Trost • <i>Visual Effects Supervisor</i> : Ged Wright (Original Film,Marza Animation Planet, Blur Studio) <i>Music & Sound</i> • <i>Composer</i> : Tom Holkenborg • <i>Supervising Sound Team</i> : Erik Aadahl & Ethan Van der Ryn Departemen Asisten Sutradara • <i>First Assistant Director</i> : Joey Coughlin • <i>Second Assistant Director</i> : Julija Mickénaitė Desain Set Dekorasi : Anna Lynch Robinson
	Proses Syuting film	<i>Animation Department and VFX</i> : Moving Picture Company (MPC), Marza Animation Planet, Blur Studio. <i>Script Supervisor</i> : Holly Johnson <i>Main Character</i> • Ben Schwartz – Sonic (<i>voice</i>) • Colleen O’Shaughnessey -Tails (<i>voice</i>) • Idris Elba -Knuckles (<i>voice</i>) • Keanu Reeves -Shadow (<i>voice</i>) • Jim Carrey -Dr. Robotnik • James Marsden – Tom Wachowski • Tika Sumpter -

		Maddie Wachowski • Lee Majdoub – <u>Agent Stone</u>
Proses Pasca Produksi	Proses Film Editing	<i>Editorial Departemen</i> • Duncan Byrnes <i>Digital Intermediate Colour Assistant: Company 3 (as Duncan Burns)</i> • Aaron Coot Dailies <i>Operator: Company 3</i> • Alex Dawson <i>Editorial Production Assistant</i> • John A. Maltby <i>Assistant Editor</i> Ken O’Keefe <i>Image Scientist: Company 3</i> • Louis Zimmer Dailies <i>Producer: Company 3</i> • Alen Alic <i>Head of Dailies: Company 3 (uncredited)</i> • Iain Giessler Account <i>Executive: Company 3 (uncredited)</i> • Tristan Hey Dailies <i>Technical Supervisor: Company 3 (uncredited)</i>

Pasca proses syuting film Sonic the Hedgehog 3 mengalami kendala mengenai penyesuaian jadwal yang berdampak pada pemogokan (SAG-AFTRA) penulis dan aktor Hollywood (Carpenter, CBR, 2024). Namun pihak dari Paramount Pictures tetap mempertahankan jadwal rilis yang telah direncanakan . Salah satu artikel menerangkan bahwa beberapa adegan

penting film Sonic the Hedgehog 3 sudah dipersiapkan sejak pra-produksi, seperti Pasca proses syuting film Sonic the Hedgehog 3 mengalami kendala mengenai penyesuaian jadwal yang berdampak pada pemogokan (SAG-AFTRA) penulis dan aktor Hollywood (Carpenter, CBR, 2024). Namun pihak dari Paramount Pictures tetap mempertahankan jadwal rilis yang telah direncanakan. Salah satu artikel menerangkan bahwa beberapa adegan penting film Sonic the Hedgehog 3 sudah dipersiapkan sejak pra-produksi, seperti koordinasi antara tim efek visual dan sutradara untuk memastikan konsistensi dari aktor. Selama pemogokan kerja, studio tetap memanfaatkan waktu dengan melanjutkan syuting adegan adegan pada karakter animasi tanpa para aktor (Carpenter, CBR, 2024). Studio FIN merupakan salah satu studio yang ikut pada proses VFX Sonic the Hedgehog 3, studio FIN memiliki hubungan kerjasama yang erat dengan produser Jeff (AUSFILM, 2025). FIN memiliki salah satu adegan rumit dan menuntut lebih secara teknis pada bagian munculnya Meriam Eclipse di sungai Thames London (AUSFILM, 2025). Pada adegan ini FIN memanfaatkan kemampuan rendering, untuk memanfaatkan rendering GPU dan peredam derau demi pengoptimalan efisiensi pada film Sonic. Selain dari munculnya Meriam pada sungai Thames, Studio FIN juga merancang beberapa aset lain, seperti kalajengking berbasis nanoteknologi dan cakar belalang sembah yang ditampilkan pada adegan pertarungan film (AUSFILM, 2025) .

Bagian efek visual film Sonic juga bekerja sama dengan Supervisor Animasi di Rodeo FX diantaranya Clem Yip, Ged dan Jeff. Rodeo fx menyampaikan ada beberapa perbedaan untuk mencapai karakter Sonic dan shadow agar tampil sempurna, karena karakter pada Sonic harus memiliki ekspresi emosi dan beraksi

untuk menceritakan kisahnya (Hogg, 2025). Film Sonic dilakukan di beberapa negara seperti London, England UK, Los Angels, California USA, Tokyo Jepang, Innerdalen, Sundal, More og Romsdal Norway (Webster, 2024).

Tabel 3 Tahapan Dissemination/Trade Film Sonic

Aktivitas Keseluruhan	Detail Aktivitas	Aktor
Pemasaran	Online Marketing	Akun Tiktok resmi dari Paramount : <u>Sonic Movie</u> konten fan edit, tren tiktok, audio viral, Video BTS (Behind the Scenes), Kampanye influencerMKM (Mandy Kay Marketing) mengirim Gift Box Sonic seperti Plush Sonic, topi, merchandise. Penggunaan Hastag Challenge #TeamSonic vs #TeamShadow Iklan : Billboard di berbagai kota Digital Out-Of-Home (DOOH), Live Streaming giming Sonic
Pemasaran	Offline Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Kampanye global “Racing Around the World” dengan McLaren • Promosi Merchandise Kolaborasi dengan McDonald’s • Kolaborasi brand mainan Jakks Pacific • Kolaborasi sepatu reebok dengan

		sonic
Distribusi	Distribusi Fisik	<ul style="list-style-type: none"> • Books Blu Ray/ DVD edisi koleksi (Steel Book) • Bioskop Event “Cosplay Party” dengan Merchandise Sonic.(undangan dibagikan lewat instagram
Distribusi	Distribusi Daring	<ul style="list-style-type: none"> • Paramount menampilkan cuplikan pertama di Cinema Con • Trailer dan Teaser diposting pada media sosial sebelum rilis resmi. • Partner radio Inggris : Paramount UK bekerjasama dengan KISS radio

Tahapan dissemination atau distribusi pada film sonic the hedgehog 3 dilakukan oleh banyak pihak dan bertujuan agar penyebaran produk ke pasar global.

Pemasaran film Sonic the Hedgehog 3 dilakukan melalui strategi online dan offline. Pada pemasaran online, Paramount memanfaatkan akun TikTok resmi Sonic Movie dengan berbagai konten seperti fan edit, tren Tik Tok, audio viral, video behind the scenes, serta kampanye influencer. Agensi MKM (Mandy Kay Marketing) juga berperan dengan mengirimkan giftbox beris plush Sonic, topi, dan berbagai merchandise, disertai penggunaan hashtag challenge #TeamSonic dan #TeamShadow.

Kampanye influencer tersebut dibuat bersama Paramount Picture sebagai strategi konten kreasi di berbagai platform (kay, 2024). Sementara itu, pemasaran offline dilakukan melalui kampanye global “Racing Around the World” bekerja sama dengan McLaren, promosi merchandise kolaborasi dengan McDonald’s (mcdonalds, 2024), kolaborasi produk mainan dengan Jakks Pacific (connel, 2025), serta kolaborasi produk sepatu Reebok bertema sonic,

Distribusi film Sonic the Hedgehog 3 dilakukan melalui jalur fisik dan daring. Pada distribusi fisik, film ini dipasarkan melalui penjualan boks Blu-ray dan DVD edisi kolektor (steelbook). Film Blockbuster Sonic the Hedgehog 3 dapat dibeli secara digital mulai 24 Februari dan disewa mulai 10 Maret 2025 dari Paramount Pictures Home Entertainment (Shelf, 2025). Kemudian akan hadir dalam format 4K Ultra HD, Steel Book, Blue Ray dan DVD pada 14 April 2025 (Shelf, 2025). Tersedia 2 variasi SteelBook: satu dengan gambar utama Sonic dan yang ke 2 dengan gambar utama Shadow (Shelf, 2025). Serta melalui penyelenggaraan event bioskop bertema “Cosplay Party” yang menghadirkan merchandise Sonic dan undangan yang disebarakan melalui Instagram. Sementara itu, distribusi daring dilakukan dengan menayangkan cuplikan pertama film pada ajang CinemaCon, merilis trailer dan teaser melalui berbagai media sosial sebelum peluncuran resmi, serta melalui kerja sama Paramount UK dengan KISS Radio sebagai mitra radio untuk memperluas jangkauan promosi film (Marketing, 2024).

Tabel 4 Tahapan Exhibition/Transmission Film Sonic

Aktivitas Keseluruhan	Detail Aktivitas
Premiere	<i>Sonic the Hedgehog</i> 3 tayang perdana di Empire

	Leicester Square di London pada 10 Desember 2024, dan dirilis oleh Paramount Pictures di Amerika Serikat pada 20 Desember.
Penyiaran via TV berbayar	Paramount+ 18 Februari 2025 Catchplay+ di Indonesia Apple tv
Penjualan DVD	DVD, Blu-ray, 4K Ultra HD Blu-ray (steel Book) oleh Paramount Home Media Distribution bisa dibeli lewat Amazon.

Tabel di atas menjelaskan tahapan Exhibition/Transmission pada film Sonic the Hedgehog 3. Pada tahapan ini, proses distribusi dimulai dari pemutaran perdana atau premiere sebagai bentuk peluncuran awal film kepada publik. Tahap ini memiliki peran penting dalam membangun ekspektasi penonton serta menarik perhatian media dan pasar global. Setelah itu, distribusi berlanjut ke tahap penyiaran melalui berbagai saluran, seperti televisi berbayar dan platform digital atau layanan streaming. Platform tersebut menyediakan beragam konten, baik film yang dirilis khusus untuk layanan digital maupun film yang sebelumnya telah tayang di bioskop.

Selanjutnya, terdapat tahap penyimpanan jangka panjang dalam bentuk media fisik seperti DVD, Blu-ray, dan 4K Ultra HD. Tahap ini tidak hanya berfungsi sebagai arsip, tetapi juga sebagai alternatif konsumsi bagi audiens yang menginginkan akses permanen terhadap film. Secara keseluruhan, tujuan dari tahapan Exhibition/Transmission adalah untuk memperluas jangkauan distribusi, meningkatkan aksesibilitas, serta menciptakan berbagai titik kontak antara film dan audiens global melalui beragam media.

Film Sonic the Hedgehog 3 pertama kali ditayangkan secara perdana di Empire Leicester Square, London pada 10

Desember 2024, sebelum kemudian dirilis secara komersial oleh Paramount Pictures di Amerika Serikat pada 20 Desember 2024. Tahap premiere ini menjadi momentum penting dalam strategi pemasaran film, karena mampu menciptakan buzz dan meningkatkan minat penonton sebelum perilisannya di bioskop.

Setelah masa penayangan di bioskop berakhir, film ini memasuki tahap distribusi digital melalui televisi berbayar dan layanan streaming. Salah satu platform yang menayangkan film ini adalah Paramount+ pada 18 Februari 2025. Selain itu, film ini juga tersedia di layanan Catchplay+ untuk wilayah Indonesia serta di Apple TV, sehingga memperluas jangkauan audiens lintas negara dan perangkat. Kehadiran di berbagai platform ini menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi media dari konvensional ke digital.

Selain distribusi digital, Paramount Home Media Distribution juga merilis film *Sonic the Hedgehog 3* dalam format fisik seperti DVD, Blu-ray, dan 4K Ultra HD Blu-ray, termasuk edisi khusus seperti steelbook. Produk ini dapat diperoleh melalui berbagai platform penjualan digital, seperti Amazon, dengan harga sekitar £13,99 atau setara Rp311.107,10 (Cowton-Barnes, 2025). Bagi konsumen yang tidak ingin membeli, opsi (Cowton-Barnes, 2025).

Strategi distribusi multi-platform ini mencerminkan pendekatan lintas media yang semakin umum dalam industri perfilman modern. Dengan menggabungkan distribusi bioskop, digital, dan fisik, film dapat menjangkau segmen audiens yang lebih luas, meningkatkan potensi pendapatan, serta memperpanjang siklus hidup konten di pasar global.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa film *Sonic the Hedgehog 3* merupakan representasi nyata dari penerapan Global Creative Value Chain dalam industri film modern. Seluruh tahapan utama, mulai dari creation, production/publishing, dissemination/trade, hingga exhibition/transmission, menunjukkan adanya integrasi kerja sama lintas negara yang kompleks dan saling terhubung. Nilai kreatif dan ekonomi dalam film ini tidak dihasilkan oleh satu aktor tunggal, melainkan melalui kolaborasi transnasional antara berbagai perusahaan, studio, dan tenaga kerja dari berbagai negara, khususnya Amerika Serikat dan Jepang.

Lebih lanjut, penelitian ini menegaskan bahwa kekuatan utama film *Sonic the Hedgehog 3* terletak pada kemampuan mengintegrasikan teknologi (seperti CGI dan VFX), strategi pemasaran global berbasis digital, serta distribusi multi-platform yang mampu menjangkau audiens secara luas. Hal ini memperlihatkan bahwa keberhasilan film tidak hanya ditentukan oleh kualitas cerita, tetapi juga oleh bagaimana rantai nilai global dikelola secara efektif.

Dari temuan tersebut, peneliti berpandangan bahwa pendekatan Global Value Chain sangat relevan dan penting digunakan dalam menganalisis industri kreatif, khususnya film, karena mampu menjelaskan secara komprehensif proses penciptaan nilai dalam sistem produksi global yang semakin terfragmentasi. Peneliti juga menilai bahwa model produksi lintas negara seperti ini akan terus berkembang dan menjadi standar dalam industri film global di masa depan.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut. Pertama, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan

memperdalam analisis pada aspek support function seperti regulasi, pelatihan, dan keberlanjutan industri, yang dalam penelitian ini belum dibahas secara mendalam. Kedua, penelitian selanjutnya juga dapat membandingkan beberapa film dari berbagai negara atau studio untuk melihat perbedaan pola rantai nilai global secara lebih luas. Ketiga, bagi praktisi industri film, penting untuk terus memperkuat kolaborasi internasional serta memanfaatkan teknologi digital dan strategi distribusi lintas platform guna meningkatkan daya saing di pasar global. Terakhir, bagi pemerintah atau pembuat kebijakan, diperlukan dukungan regulasi dan ekosistem industri kreatif yang mampu mendorong keterlibatan lebih besar dalam jaringan produksi global.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademik, tetapi juga menjadi

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam penyusunan jurnal ini. Apresiasi saya sampaikan kepada para pembimbing atas arahan dan bimbingannya, serta kepada rekan-rekan dan semua pihak yang telah memberikan masukan, data, dan semangat sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

REFERENSI

Skripsi:

Amalia, A. P. (2023, April 27). Analisis teknik pengambilan gambar sinematografi dalam film pendek "05.55". USM. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi>

/G31A/

2019/G.331.19.0034/G.331.19.0034-15-File-Komplit-20230312101533.pdf

Artikel Situs Web Industri:

AUSFILM. (2025, February 26). *Fin design + effects: Bringing Sonic the Hedgehog 3 to life with VFX mastery.* <https://www.ausfilm.com/news/fin-design-effects-sonic-the-hedgehog-3/>

Artikel berita hiburan:

Bishob, R. (2020, January 16). *Sonic the Hedgehog movie storyboard art.*

ComicBook.<https://comicbook.com/gaming/news/sonic-the-hedgehog-movie-storyboard-art/>

Artikel wawancara:

Brooks, N. (2024, December 27). *Sonic the Hedgehog 3 movie interview with Josh Miller & Patrick Casey.* CBR. <https://www.cbr.com/sonic-the-hedgehog-3-movie-josh-miller-patrick-casey-interview/>

Artikel berita hiburan:

Carpenter, D. (2024, December 1). *Sonic 3 director discusses Keanu Reeves as Shadow.* CBR. <https://www.cbr.com/sonic-3-director-keanu-reeves-voice-shadow/>

Artikel pop Culture:

Connell, S. (2025). *Expand your crossover collection with JAKKS Pacific's DC Comics x Sonic the Hedgehog line.* The Pop Insider. <https://thepopinsider.com/jakks-pacific-dc-sonic-the-hedgehog-feature/>

Artikel teknologi/media:
Cowton-Barnes, H. (2025, February 25). *Sonic the Hedgehog 3 is finally out on VOD in the UK*. Tech Advisor. <https://www.techadvisor.com/article/2558100/when-is-sonic-the-hedgehog-3-available-to-stream-rent-and-buy.html>

Jurnal ilmiah:
Halda Herawati, N. E. (2024). *Jurnal ilmu komunikasi*, 104. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id>

Hashim, Z. Z. (2025, June 25). *The economic and cultural impacts of OTT platforms on the film industry: A systematic literature review*. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*.

Artikel Analisis Film:
Hermanns, G. (2024, December 27). *Sonic the Hedgehog 3 shadow story challenges explained*. Screen Rant. <https://screenrant.com/sonic-the-hedgehog-3-shadow-story-challenges-game-adaptation-writers-explain/>

Artikel Industri VFX:
Hogg, T. (2025, February 25). *Rodeo FX revs up to speed for Sonic the Hedgehog 3*. VFX Voice. <https://vfxvoice.com/rodeo-fx-revs-up-to-speed-for-sonic-the-hedgehog-3/>

Box Office Mojo:
IMDbPro. (2024). *Borderlands (2024)*. Box Office Mojo. <https://www.boxofficemojo.com/title/tt4978420/>

Situs Studi Kasus Marketing:

Kay, M. (2024). *Sonic the Hedgehog 3 – Influencer marketing*. Mandy Kay Marketing. <https://www.mandykaymarketing.com/case-studies-2024/sonic-3>

Artikel Forbes
Lammers, T. (2024, August 8). *Borderlands: The most scathing reviews of videogame film adaptation*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/timlammers/2024/08/08/borderlands-the-most-scathing-reviews-of-video-game-film-adaptation/>

Artikel Marketing
Marketing, M. (2024, December 23). *Paramount UK and KISS partner for Sonic the Hedgehog 3 campaign*. Mobile Marketing Magazine. <https://mobilemarketingmagazine.com/paramount-uk-and-kiss-partner-for-sonic-the-hedgehog-3-campaign/>

Situs Promosi:
McDonald's. (2024, December 20). *Happy Meal Sonic Hedgehog 3*. <https://www.mcdonalds.co.id/promo/happy-meal-sonic-hedgehog-3>

Skripsi:
Sayoga, A. M. (2020, August 27). *Analisis semiotika isi pesan pada film Miracle in Cell No. 7*. USM. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2016/G.311.16.0117/G.311.16.0117-15-File-Komplit-20200902071301.pdf>

Artikel Hiburan:

Shelf, T. A. (2025, February 17). *Sonic the Hedgehog 3 – Home entertainment release dates announced*. The ArtsShelf. <https://theartsshelf.com/2025/02/17/sonic-the-hedgehog-3-home-entertainment-release-dates-announced/>

Artikel Forbes:

Tassi, P. (2024, December 21). *Sonic the Hedgehog 3 has one of the best audience scores of 2024 movies*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/paultassi/2024/12/21/sonic-the-hedgehog-3-has-one-of-the-best-audience-scores-of-2024-movies/>

Database Film:

Rotten Tomatoes. (2024, December 20). *Sonic the Hedgehog 3 cast and crew*. https://www.rottentomatoes.com/m/sonic_the_hedgehog_3/cast-and-crew

Artikel Edukasi:

Webster, A. (2024, December 17). *Sonic the Hedgehog 3 filming locations (2024)*. 4Filming. <https://4filming.com/sonic-the-hedgehog-3-filming-locations/>

Wijayati, H. (2021). *Global value chain*. Portal Ilmu. <https://www.portal-ilmu.com/2021/10/global-value-chain.html>

Paramount Pictures. (2024). *Annual report on Form 10-K*. U.S. Securities and Exchange Commission.