Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut Levy (2004), film pendek adalah suatu bentuk film singkat dengan durasi dibawah 30 menit (Hlm. 15). Bila berbicara tentang film ada dua hal yang menjadi kata kunci dalam pembuatan film, yaitu waktu dan uang. Sebelum memulai sebuah produksi film, pada tahap pra produksi seorang produser harus menyusun prakiraan waktu (*schedule*). Dari penyusunan prakiraan waktu maka produser berpikir tentang prakiraan anggaran untuk produksi film. Itu hanya segelintir dari tugas seorang produser karena produser melewati beberapa tahap produksi film.

Dapat kita simpulkan bahwa produser adalah orang yang bertanggung jawab atas jalannya sebuah produksi film dari awal hingga film dipromosikan. Namun, dari segelintir orang masih berpikir bahwa produser adalah orang yang mempunyai uang dan membiayai sebuah produksi film. Pada dasarnya hal itu benar adanya dan sebutan itu ditujukan untuk seorang produser eksekutif.

Produser mencari dana untuk film dari prakiraan anggaran yang telah disusun. Penulis ingin mencoba memadukan film dengan ilmu pemasaran dan mencoba membahas ilmu pemasaran yang sangat efektif dalam mencari konsumen untuk film pendek *Fiksasi*. Ilmu pemasaran tersebut adalah bauran pemasaran atau seringkali lebih dikenal dengan *marketing mix*. Bauran pemasaran

Proses Penerapan ..., Heny Hartini, FSD UMN, 2014

itu terdiri dari empat komponen yang dikenal dengan 4P yaitu *product, price promotion dan place*.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana proses penerapan sistem bauran pemasaran 4P oleh produser dalam film pendek *Fiksasi*?

1.3. Batasan Masalah

Proses penerapan sistem bauran pemasaran dibatasi pada starategi 4P yang terdiri dari *product, price promotion, dan place*.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penulis merancang proposal ini adalah ingin memperlihatkan sistem bauran pemasaran 4P dalam sebuah film pendek. Kemudian penulis mengangkat permasalahan yang timbul dalam mendapatkan investor, sponsor, dan donatur pada film pendek lalu mencoba mencari solusi yang tepat dengan apa yang pernah penulis pahami. Teknik 4P dalam bauran pemasaran sangat efektif dalam mendapatkan investor, sponsor, dan donator bila diterapkan, karena mereka mengetahui apa yang mampu diberikan pada film.

Penulisan Tugas Akhir ini juga diajukan sebagai suatu nilai akademis program studi Desain Komunikasi Visual peminatan Cinematography Universitas Multimedia Nusantara. Nilai akademis ini akan dipergunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan kelulusan kuliah penulis.

Proses Penerapan ..., Heny Hartini, FSD UMN, 2014

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Dalam setiap penelitian atau laporan, seorang penulis mempunyai manfaat yang didapat dari hasil penelitiannya. Berikut beberapa manfaat dari Tugas Akhir ini adalah:

1. Penulis dapat mengkaji dan menyimpulkan yang menjadi nilai jual lebih sebagai keunggulan kompetitif dari film *Fiksasi* untuk menarik perhatian para konsumen serta memperbaiki kekurangan-kekurangan di kemudian hari
2. Penulisan laporan Tugas Akhir ini juga dapat menjadi panduan untuk para pembaca dalam mengetahui peranan seorang produser film dan memberikan gambaran mengenai strategi sistem bauran pemasaran pada sebuah film
3. Penulis menghasilkan laporan tentang bauran pemasaran 4P dalam proses penerapan seorang produser yang hingga saat ini tidak ada di perpustakaan kampus.

Proses Penerapan ..., Heny Hartini, FSD UMN, 2014