



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Corporate Video

Menurut Sweetow (2011, hlm. 1), *corporate video* adalah suatu hal yang berpotensi besar dalam hal finansial dimana video tersebut merepresentasikan sebuah perusahaan. Sweetow (2011, hlm. 2) menjelaskan bahwa sangatlah bijak bagi produser untuk mempelajari mengenai nilai-nilai perusahaan klien, bagaimana mereka menggunakan *brand* mereka dan target konsumen dari perusahaan klien.

Dizzazo (2013, hlm. 4) juga menjelaskan bahwa *corporate video* merupakan sebuah hasil perkembangan dari industri film berbentuk video yang menggambarkan profil suatu perusahaan. Menurutnya, *corporate video* meliputi beberapa gambar dan suara, yang setelahnya diproses dan disampaikan mirip dengan file digital seperti CD, DVD, dan situs *web*.

Menurut Manriquez dan McCluskey (2014, hlm. 211) *corporate video* biasanya mengikuti model dari film dokumenter eksposisi dimana *corporate video* sudah terencana, tertulis, dan tervisualisasi. Biasanya *corporate video* dibuat dari kolaborasi antara produser dengan tim marketing dari sebuah perusahaan. Dalam membuat *corporate video*, wajib mengetahui tujuan dan prioritas dari klien, dimana klien yang dimaksud adalah perusahaan yang merekrut untuk membuat video tersebut.

Menurut Medoff, Fink, dan Tanquary (2007, hlm. 250) ada banyak tipe dari video yang masuk ke dalam kategori *corporate video*, seperti:

1. *Corporate News Show*

Corporate video sering kali ditemukan dengan bentuk acara berita perusahaan. Acara ini terdiri dari beberapa elemen umum seperti pesan atau profil dari manajemen terbaik, berita yang luas dari perusahaan misalnya pencapaian terakhir dan keuntungan atau perkembangan perusahaan, berita cabang atau regional, dan berita karyawan. Acara berita perusahaan ini tidak pernah menayangkan berita yang sebenarnya, tetapi acara berita perusahaan murni digunakan untuk kepentingan internal dari perusahaan untuk membuat organisasi yang besar menjadi lebih akrab dan *personal*.

2. *Instruction, Training, and Demonstration*

Kategori ini meliputi produksi video instruksional di kelas yang di desain untuk dilihat oleh orang yang tidak hadir di ruangan. Ini berarti rekaman dari keseluruhan pembelajaran yang dilakukan. Dalam perusahaan, video pelatihan sudah menjadi bagian dari orientasi dan pelatihan karyawan. Video perusahaan yang instruksional digunakan untuk menyampaikan informasi yang sangat spesifik. Tujuan dari video ini adalah membuat penontonnya mempelajari sesuatu yang spesifik seperti prosedur, tugas, atau peraturan keselamatan.

3. *Teleconferencing*

Area pertumbuhan signifikan untuk video perusahaan adalah *teleconferencing*. Walaupun *teleconferencing* lebih mengacu kepada metode distribusi daripada gaya dari *shooting*, *teleconferencing* menjadi salah satu bagian yang sangat besar dalam *corporate video* di tahun 1990-an.

4. *Sales, Promotion, and Motivation*

Perusahaan mengambil video jenis ini untuk membuat para *sales* mengetahui mengenai produk dan jasa yang mereka harus jual juga karena mereka harus menanamkan sikap positif dan energi yang diperlukan dalam penjualan agar penjualan mereka berhasil. Video demonstrasi sendiri memerlukan skrip yang ketat untuk membiarkan kontrol yang diperlukan untuk menjaga tempo yang optimis dari video.

5. *Entertainment*

Jenis dari video perusahaan ini mengikuti teknik perfilman, menggunakan gaya dari film, atau gaya *shooting* dengan *single-camera*. Semua pengambilan video dilakukan dengan satu kamera yang sama, dimana pengambilan terbaik yang akan dipilih, lalu digabungkan melalui proses *editing*.

2.2. *Web Series*

Web series atau serial web merupakan sebuah bentuk dari media teknologi baru yang dapat kita akses melalui internet. Menurut Dan Williams (2012, hlm. 1) *web series* merupakan sebuah konten digital yang di distribusikan melalui internet dan merupakan alternatif untuk menyaingi serial televisi.

Menurut Dan Williams (2012, hlm.3) ada beberapa elemen yang membuat *web series* berbeda dari film pendek atau serial televisi, dimana *web series* mempunyai kesempatan untuk melibatkan penonton ikut berinteraksi dan memberikan masukan sesaat setelah menonton. Selain itu, *web series* memberikan kesempatan kepada kreator untuk terus menyempurnakan proyeknya seiring berjalannya waktu. *Web series* juga memberikan pendapatan kepada kreator melalui kerjasama jaringan online seperti penempatan iklan atau *product placement* dalam *web series*.

Web series sendiri memiliki potensi penyebaran yang sangat luas, cepat, dan mudah untuk diakses. *Web series* memiliki kekuatan distribusi yang sangat besar bagi sang produsen dan memiliki akses untuk audiens yang tidak dibatasi oleh waktu maupun tempat. Kang (2017) mengatakan bahwa *web series* sangat bermanfaat untuk *branding* bisnis dan merefleksikan identitas dari perusahaan

Menurut Jan Albert (2014, hlm. 144) *web series* merupakan bidang penelitian yang menarik untuk meneliti teori media naratif dari audio visual dan media digital. Karakteristik dari *web series* adalah masing-masing episode tidak

lebih dari lima belas menit. Umumnya, web series memiliki durasi dari tiga sampai sepuluh menit.

2.3. Produser

Menurut Honthaner (2010) Produser merupakan seseorang yang mengkoordinasikan dan mengontrol semua aspek dalam produksi seperti aspek finansial, kreatif, dan administratif. Menurut Worthington (2009, hlm.12) produser adalah orang yang bertanggung jawab untuk memegang sebuah proyek bersama-sama dari awal hingga akhir, memberikan proyek tepat waktu dan sesuai anggaran. Produser juga memiliki tanggung jawab untuk semua keputusan, termasuk persetujuan skrip final dan perekrutan tim produksi

Menurut Worthington (2009), Ketika sebuah produksi memiliki *budget* yang kecil, seorang produser akan bertanggung jawab penuh atas area kreatif maupun administratif. Oleh karena itu, untuk mendapatkan hasil yang maksimal, produser harus kreatif dalam memaksimalkan sumber daya yang ada. Worthington (2009) menambahkan produser harus menjadi orang yang terorganisasi dengan sangat baik, memiliki motivasi, dan mempunyai pengetahuan yang luas mengenai bagian dalam produksi. Selain itu, produser harus memiliki kemampuan untuk mengatur tim dan membangun kepercayaan.

Worthington (2009) berpendapat bahwa untuk menjadi seseorang produser, dibutuhkan kemampuan khusus yaitu:

1. Mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik
2. Mempunyai perencanaan yang baik
3. Dapat berfikir kedepan
4. Mempunyai kemampuan bernegosiasi yang baik
5. Mempunyai kemampuan untuk menyelesaikan masalah
6. Dapat memotivasi
7. Kreatif
8. Dapat berfikir cepat dan tepat
9. Memiliki selera humor
10. Tidak mudah menyerah
11. Dapat berorganisasi
12. Memiliki kemampuan interpersonal yang baik

Menurut Saroengallo (2011, hlm. 81), produser dalam menjalankan tugasnya membuat perkiraan budget produksi harus memiliki sikap atau unsur di bawah ini:

1. Sikap agresif

Seorang produser yang baik tidak menunggu segala sesuatu datang menghampirinya, tetapi harus selalu mengejarnya. Dengan perkembangan teknologi, komunikasi dapat dilakukan dengan mudah. Produser dapat melakukan riset dan menghubungi pihak-pihak yang bersangkutan untuk melakukan survei agar memiliki perbandingan harga.

2. Nama lawan bicara

Dalam menjalin relasi atau kerjasama dengan pihak lain, produser harus mencatat nama setiap orang yang bersangkutan. Nama ini sangat penting karena dijadikan pegangan saat seorang produser melakukan *follow-up* mengenai kerjasama.

3. Buat catatan-catatan angka

Setiap mendapatkan informasi atau data harga, produser harus mencatat setiap data tersebut. Dalam hal ini, produser tidak dapat hanya mengandalkan ingatan semata, karena berkaitan dengan data angka yang jumlahnya cukup banyak.

2. Hati-hati dengan tawaran murah

Jika mendapat tawaran harga yang lebih murah, produser patut berhati-hati. Hal tersebut dikarenakan bisa saja kualitas barang yang diperlukan dibawah standar. Produser harus mengecek kualitas dan mutu alat atau barang yang ditawarkan, atau dapat mencari informasi dari orang atau kerabat yang pernah bekerjasama dengan pihak tersebut.

3. Temui calon rekan kerja

Dalam dunia perkerjaan, relasi antar individu sangatlah penting terutama di dunia perfilman. Jika menemui orang baru pada lingkungan produksi, sebaiknya produser melakukan pertemuan dengan orang tersebut untuk mengenal lebih lanjut calon rekan kerja.

4. Jangan tergesa- gesa

Jika Produser telah mendapatkan data harga dari semua tempat, produser harus mempelajari data tersebut agar dapat mengambil keputusan terbaik. Jika produser melakukan perbandingan harga dari beberapa sumber sebelum mengambil keputusan, produser dapat mengambil keputusan yang paling efisien dan dapat memberikan keuntungan pada produksi.

5. Semua bisa ditawar

Bila mempunyai beberapa data harga dari berbagai penjual atau supplier, maka semua harga yang ditawarkan dapat ditawar. Banyaknya jumlah hari shooting atau banyaknya jumlah barang yang dipesan dapat dijadikan salah satu alasan untuk melakukan tawar menawar.

6. Kesepakatan harus tertulis

Setelah terjadi kesepakatan, produser harus memastikan bahwa semua kesepakatan tersebut telah dituangkan secara tertulis. Jika diperlukan, kedua belah pihak dapat membuat dan menandatangani perjanjian atau kesepakatan. Kesepakatan tertulis dapat menjaga kemungkinan adanya suatu perubahan kesepakatan yang dibuat oleh satu pihak.

7. Pertemuan itu penting

Hubungan pertemanan sangatlah penting di dalam dunia perfilman ini yang sangat kecil. Hubungan pertemanan antara patner atau rekan kerja harus dijaga sebaik mungkin. Hubungan pertemanan yang baik, pada suatu saat dapat memberikan dampak positif dan sangat dapat membantu terutama dalam mengurangi *budget* produksi.

2.3.1. Tugas Produser

Menurut Worthington (2009, hlm. 3) produser mempunyai tanggung jawab mulai dari awal hingga akhir produksi, dan juga menyelesaikan proyek tepat waktu sesuai dengan *budget* produksi. Worthington (2009, hlm. 12) menambahkan, seorang produser memiliki tugas untuk menyusun rancangan produksi, melakukan negosiasi, serta membuat jadwal produksi. Selain itu produser memiliki tugas dan tanggung jawab untuk melakukan pencarian dan perijinan lokasi.

Menurut Cleve (2006), seorang produser memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengambil keputusan dalam setiap aspek produksi. Selain itu, produser juga memiliki tanggung jawab dalam hal manajerial, finansial, dan logistik. Produser memiliki tugas penting untuk memastikan bahwa seluruh proses produksi berjalan dengan lancar.

Menurut Eddie (2008, hlm. 57) produser memiliki wewenang untuk semua proses produksi dari film baik secara manajemen ataupun secara artistik. Wewenang tersebut meliputi penentuan ide dari cerita, penulisan dari skenario, sutradara, semua tim kreatif, dan para pemain film. Selain itu juga meliputi perancangan produksi, promosi, pemasaran, susunan anggaran, mengarahkan

semua staf produksi sampai manajer produksi, mengatur strategi administratif, dan mendapatkan laporan dari semua departemen dalam pembuatan film.

2.3.2. Jenis Produser

Menurut Honthaner (2010, hlm. 2), produser di bedakan menurut peranannya;

1. *Executive Producer*

Menurut Honthaner (2010), *Executive Producer* adalah seseorang yang bertanggung jawab dalam menyediakan atau mengumpulkan biaya suatu produksi.

2. *Producer*

Menurut Honthaner (2010), Produser adalah seseorang yang bertanggung jawab mengontrol dan mengawasi seluruh aspek kreatif, finansial, serta administratif sebuah produksi.

3. *C -Producer*

Co-Producer adalah sebutan untuk seseorang yang berbagi tanggung jawab dengan produser. *Co-Producer* bisa juga merupakan patner bisnis atau manager dari aktor utama (Honthaner 2010, hlm. 2)

4. *Line Producer*

Honthaner (2010) berpendapat bahwa *line producer* merupakan sebutan untuk tangan kanan produser sekaligus orang yang memiliki kemampuan yang baik dalam mengatur jadwal dan finansial produksi

2.4. Proses Produksi

2.4.1. Pra Produksi

Menurut Worthington (2009, hlm.112) Pra Produksi adalah tahapan dimana perencanaan dan persiapan diperlukan mewujudkan sebuah film. Pada tahap ini akan ada pertemuan produksi secara rutin dengan semua team dan kru. Worthington menambahkan bahwa terdapat beberapa elemen dalam tahap pra produksi, yaitu *budget*, peralatan *shooting*, lokasi, *cast*, *script breakdown*, *casting* dan pencarian aktor, jadwal *shooting* dan *risk assessment*

1. Budget

Menurut Worthington (2009, hlm. 112), *budget* dapat ditentukan setelah produser mengetahui berapa lama waktu produksi akan berjalan, dan *sutradara* mengetahui apa yang diinginkan. Produser akan membutuhkan biaya untuk seluruh aspek kreatif *sutradara*, dan memperkirakan apakah *budget* cukup untuk membiayai proses produksi atau tidak.

2. Peralatan Shooting

Banyak pilihan peralatan yang tersedia untuk tim produksi, dimana team harus memilih apa saja yang di perlukan. Apabila terdapat penggunaan *special equipment*, maka diperlukan kru dan biaya tambahan.

3. Lokasi

Worthington (2009, hlm. 114) mengatakan bahwa pemilihan lokasi dapat mempengaruhi jadwal dan *budget* produksi, sehingga diperlukan negosiasi untuk menentukan lokasi yang sesuai. Jika *shooting* dilakukan di lokasi yang sulit maka diperlukan biaya. Dalam menentukan lokasi perlu beberapa aspek seperti, keterjangkauan lokasi dan fasilitas seperti listrik. Penentuan lokasi juga harus memperhatikan keselamatan dan keamanan lokasi yang dipilih.

8. Cast

Menurut Worthington (2009, hlm. 114) pemilihan *cast* sangatlah penting, dimana *cast* yang lebih mempunyai nama akan membutuhkan waktu dan *budget* yang lebih besar. Semakin banyak orang yang terlibat dalam *scene*, maka semakin banyak waktu yang diperlukan untuk *shooting*.

9. Script breakdown

Menurut Worthington (2009, hlm. 116) *script breakdown* adalah analisis dari seluruh komponen yang terlibat dalam semua *scene* yang terdapat dalam script. *Script breakdown* memiliki daftar dari lokasi, properti, aktor, figuran, kostum, dan *special effect*. Dari list tersebut produser dapat memperhitungkan biaya yang diperlukan dari setiap hal yang terdapat dalam film, dan menyusun jadwal shooting yang paling efektif.

10. *Casting*

Worthington (2009, hlm. 116) berpendapat bahwa menemukan aktor yang sesuai sangatlah penting dalam film dan terkadang mempengaruhi finansial. Seorang produser memiliki tanggung jawab untuk mengatur apa saja yang dibutuhkan dalam melakukan pencarian aktor dari awal hingga mendapatkan aktor yang sesuai.

11. *Shooting Schedule*

Menurut Worthington (2009, hlm. 118) *Shooting schedule* merupakan salah satu bagian penting dari proses perencanaan produksi. *Shooting schedule* sendiri membahas mengenai *scene* apa saja yang akan diambil, sehingga dapat memaksimalkan waktu, uang dan sumber daya

12. *Risk Assessment*

Keselamatan dan kesehatan merupakan hal yang penting, dimana hal tersebut merupakan tanggung jawab seorang produser untuk memastikan semua *form* yang berhubungan dengan keselamatan dan kesehatan telah diisi dan ditanda tangani untuk semua lokasi.

2.4.2. Produksi

Menurut Worthington (2009, hlm. 122) Selama proses produksi, seorang produser harus memastikan bahwa semua orang tahu apa yang harus dicapai pada hari *shooting*. Dalam tahap produksi, seorang produser biasanya tidak memiliki tugas

atau peran di set. Produser hanya akan terlibat dalam proses produksi film jika ada masalah atau situasi yang serius.

Ada beberapa peran dasar produser saat produksi berlangsung:

1. Menjaga semangat dan optimis
2. Memperhatikan *budget*
3. Mengikuti jadwal *shooting* yang ada
4. Memastikan semua lokasi, transportasi, dan katering.
5. Menjaga keamanan lokasi.
6. Mengawasi peralatan, memastikan semua dokumen yang berhubungan telah tersedia dan mengembalikan peralatan yang tidak terpakai.
7. Memastikan bahwa set atau lokasi telah bersih dan mengembalikannya seperti semula.
8. Memastikan kembali semua diberi label dengan jelas dan disimpan di tempat yang aman.

Menurut Worthington (2009, hlm. 122) ada beberapa hal lain yang perlu diperhatikan oleh produser saat proses produksi. Diantaranya adalah:

1. Cuaca

Menurut Worthington (2009, hlm. 122) cuaca sangat mempengaruhi jadwal dan *budget* produksi jika produksi dilakukan di luar ruangan. Standar prosedurnya sendiri adalah mendahulukan produksi di luar ruangan, juga mempersiapkan lokasi cadangan apabila produksi di luar ruangan tidak memungkinkan.

2. Logistik

Menurut Worthington (2009, hlm. 122) produser harus benar-benar mengecek terus menerus bahwa semua janji sudah diatur. Parkir, catering, dan peralatan harus sudah direncanakan sebelum produksi berjalan.

3. Menjaga aktor dan kru

Menurut Worthington (2009, hlm. 122) produser harus menjaga semangat dan optimisme kru tetap tinggi. Walaupun *budget* terbatas, semua kru dan aktor harus mendapatkan makan dan minum yang cukup.

2.4.3. Pasca Produksi

Menurut Worthington (2009, hlm. 124) editing dan membentuk cerita harus segera dilakukan setelah produksi selesai. *Editing* sendiri harus memperhatikan detail, dan produser harus mempersiapkan waktu untuk melakukan penelitian, penentuan lokasi, dan mengatur semua aspek dari suara yang ada di pasca produksi. Dalam pasca produksi, produser hanya akan terlibat dalam beberapa bagian dalam proses *editing*, tapi produser tetap harus memastikan semua berjalan sesuai dengan *budget* dan jadwal.

Effendy (2009, hlm. 83) menambahkan, pada pasca produksi, seorang produser memiliki tugas untuk membuat seluruh laporan produksi film, termasuk laporan harian dan laporan keuangan. Laporan keuangan sendiri berfungsi sebagai dokumentasi dari semua pengeluaran dari setiap departemen. Dengan laporan yang ada, produser dapat melakukan evaluasi kerja dari seluruh departemen

2.5. *Budget*

2.5.1. Definisi *Budget*

Menurut Rea dan Irving (2015), *budget* berisikan uraian lengkap dan terperinci tentang biaya yang diperlukan untuk menyelesaikan sebuah produksi dari proses pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Uraian ini akan menjadi parameter apa yang dapat dipenuhi dan tidak dapat dipenuhi. Menurut Worthington (2009) produser harus mempunyai gambaran perkiraan *budget* apakah sesuai dengan proposal atau tidak. *Budget* biasanya berisikan gambaran atau uraian semua biaya yang terkait dengan pembuatan film. *Budget* sendiri akan menunjukkan apabila produser mampu dan berpengalaman atau tidak. Ada beberapa poin yang harus dijawab saat penetapan *budget*, yaitu:

1. Berapa lama produksi berjalan di setiap tahapannya?
2. Berapa hari produksi akan berlangsung?
3. Siapa yang dibutuhkan?
4. Apa saja yang dibutuhkan?
5. Bisakah uang dihemat?

1. *Budget Plan*

Menurut Honthaner (2010) *budget* awal atau perkiraan *budget* produksi dibuat berdasarkan relasi antara *script breakdown*, *production board* dan jadwal produksi. Proses ini dimulai ketika data telah diterjemahkan ke dalam; jam kerja, gaji, biaya lokasi, biaya *cast*, dan biaya tak terduga. Terkadang beberapa orang

membuat perkiraan biaya langsung berdasarkan script, dan akan lebih akurat lagi jika didasarkan dengan jadwal *shooting*.

2. *Budget Execution*

Menurut Honthaner (2010, hlm. 46), laporan pengeluaran harian diperlukan untuk mengetahui seberapa banyak biaya yang dikeluarkan hari itu dibandingkan dengan *budget* atau jadwal yang sudah ditetapkan sebelumnya. Laporan ini sendiri meliputi berapa banyak *scene* yang diambil, berapa halaman, biaya lembur dari cast, lama waktu *shooting*, pinalti makan, katering, dan penggunaan bahan mentah.

Setelah laporan pengeluaran harian dikeluarkan setiap hari, maka semua data tersebut digunakan untuk membuat laporan pengeluaran bulanan. Laporan pengeluaran bulanan sendiri berisi detail lebih lanjut mengenai jumlah biaya sampai saat itu, biaya yang harus diselesaikan, perkiraan biaya sampai selesai, dan apa saja yang di *budget* berikut variasinya. Laporan ini yang akan memberi tahu mengenai status finansial terakhir dari produksi film.

3. *Budget Report*

Menurut Honthaner (2010, hlm.47), laporan-laporan pengeluaran nantinya akan diserahkan kepada audit, dimana auditor biasanya memberikan waktu 30 hari atau kurang sebelum mereka datang agar semua laporan dapat selesai dan dilengkapi dengan baik. Auditor sendiri bekerja untuk melakukan evaluasi kepada produser dan mengukur keefektifannya. Auditor membuat laporan dimana laporan mereka biasanya berisi rangkuman dari keseluruhan laporan serta hasil observasi spesifik

dan rencana yang disarankan untuk membenarkan kekurangan atau masalah yang ditemukan.

2.5.2. Budget Form

Menurut Rea dan Irving (2015), *budget form* terbagi menjadi dua bagian yaitu:

1. Above-the-line

Bagian ini berisikan biaya yang sudah ditetapkan (tidak ada kenaikan ataupun penurunan harga di masa depan), atau biaya yang sudah di negosiasikan untuk keperluan produksi. Menurut Sweetow (2016) *above the line* sendiri menunjuk kepada proses pra produksi, pembuatan *script*, gaji produser dan sutradara, gaji aktor, biaya untuk hak cipta lagu, dan biaya administratif. Sweetow (2016) menambahkan bahwa produser bertanggung jawab untuk mendapatkan izin dari lokasi yang akan digunakan untuk *shooting*, izin dari orang-orang yang akan masuk ke dalam kamera, asuransi, dan hak cipta musik. Produser juga akan melakukan transaksi dengan legal untuk menulis kontrak, dan berurusan dengan akuntan untuk mengatur gaji dari semua personel.

2. Below-the-line

Bagian ini berisikan biaya yang dibayarkan per minggu ataupun per hari. *Below-the-line* juga berisi keuntungan yang didapatkan, biaya negatif, dan biaya tak pasti. Biaya negatif sendiri adalah biaya yang dikeluarkan dari tahap pra-produksi sampai dengan hasil final. Sedangkan biaya tak pasti adalah biaya yang dikeluarkan untuk membayar aktor dan perusahaan jasa apabila terdapat

keuntungan. Menurut Sweetow (2016) *below the line* adalah biaya untuk item yang terdiri dari peralatan dan biaya untuk teknis produksi, termasuk biaya sewa peralatan, biaya untuk operator kamera dan teknisi lainnya, biaya transportasi dan konsumsi, perijinan, properti, dan pasca produksi.

SHORT BUDGET TOP SHEET

Production: _____ **Date:** _____
Length: _____ **Shooting Days:** _____

ACCOUNT#	CATEGORY	BUDGET	ACTUAL COST
001	Script and Rights		
002	Producer		
003	Director		
004	Cast		
ABOVE THE LINE TOTAL _____			
005	Production		
006	Crew		
007	Equipment		
008	Art		
009	Location		
010	Film and Lab		
	PRODUCTION TOTAL		
011	Editing		
012	Sound		
013	Lab		
	POSTPROD TOTAL		

Gambar 2.1. Tabel *Budgeting*
(Sumber: <http://seattlebusinesslist.com/>)

2.5.3. Faktor Yang Mempengaruhi *Budget*

Menurut Worthington (2009, hlm. 58) ada beberapa faktor yang akan mempengaruhi jadwal dan *budget* sebuah produksi, yaitu

1. Cuaca

Cuaca sangatlah berpengaruh untuk menentukan jadwal *shooting* apabila *shooting* dilakukan di luar ruangan. Cuaca dingin dapat mempengaruhi beberapa peralatan. Untuk memaksimalkan sinar matahari, dianjurkan mengambil *shot* di luar ruangan terlebih dahulu sebelum mengambil *shot* ke dalam ruangan.

2. Akses

Sebaiknya produser perlu menentukan durasi *shooting* per harinya saat proses negosiasi untuk izin produksi di lokasi. Ada juga beberapa isu lain yang perlu diperhatikan, seperti; akses untuk peralatan *shooting* dari suatu lokasi ke lokasi lain. Selain itu akses listrik untuk menyalakan *lighting*, fasilitas disekitar lokasi *shooting* dan ketersediaan toilet juga perlu diperhatikan.

3. Cast

Produser harus dapat bekerja dalam regulasi serikat pekerja yang menetapkan seberapa lama hari kerja. Pembuat film dari kalangan pelajar sering kali harus mencocokkan jadwal mereka dengan *cast* dan kru. Hal ini memiliki kemungkinan untuk menimbulkan konflik.

4. Anak- anak

Selain dari regulasi yang ketat mengenai pembuatan film dengan anak-anak dan berapa lama mereka dapat bekerja, anak-anak memiliki keterbatasan dalam rentang konsentrasi dan perhatian dan dapat tiba-tiba kehilangan minat.

5. *Special Effects* dan Peralatan

Hal-hal ini dapat menimbulkan biaya dikarenakan penyewaan alat, kesehatan, isu keselamatan, dan kebutuhan untuk tambahan kru.

6. *Shooting* di malam hari

Shooting yang dilakukan di malam hari atau di hari *weekend* dapat menjadi lebih mahal dan memiliki masalah, terutama saat pengambilan gambar di luar ruangan.

7. *Extras*

Semakin banyak orang yang terlibat dalam sebuah produksi, tingkat kesulitan akan semakin besar. Hal ini juga akan berpengaruh terhadap *budget*.

2.5.4. Sumber Pemborosan *Budget*

Dalam sebuah produksi terdapat beberapa departemen atau bagian yang biasanya menjadi sumber pemborosan dan sangat berpengaruh pada *budget* sebuah produksi. Menurut Saroengallo (2011, hlm. 83) departemen atau bagian yang menjadi sumber pemborosan itu adalah:

1. Operasional

Biaya operasional yang di maksud seperti *budget* fotokopi, makanan dan minuman selama proses pra produksi, *budget* transportasi seperti bensin dan tol

2. Lokasi

Dalam proses produksi, lokasi terkadang menghadirkan biaya tambahan yang seharusnya tidak ada. Masyarakat atau aparat keamanan yang tinggal atau berada di sekitar lokasi terkadang meminta bayaran tanpa saat proses shooting berlangsung tanpa alasan. Jika manager lokasi atau produser tidak dapat bersikap tegas, maka hal tersebut dapat menjadi sumber pemborosan.

3. Artistik

Dalam sebuah produksi perubahan dadakan pada departemen artistik mungkin saja dilakukan pada detik-detik terakhir. Jika merupakan sesuatu yang sangat penting, mau tidak mau barang yang dibutuhkan harus di beli dan tersedia di lokasi pada hari *shooting*. Karena jika tidak dipenuhi maka hal tersebut dapat menyebabkan terhambatnya proses produksi. Perubahan dadakan seperti itu menyebabkan jumlah *budget* yang dikeluarkan tidak sesuai dengan perencanaan.

2.5.5. Minimalisasi *Budget*

Menurut Tomaric (2008, hlm. 67) ada beberapa cara untuk mengurangi *budget*, yaitu:

1. Minimalisasi jumlah lokasi

Minimalisasi jumlah lokasi sendiri berpengaruh kepada maksimalisasi setiap lokasi yang digunakan agar terhindar dari pengaturan ulang, pemindahan

peralatan, dan pemindahan kru dan *cast* yang dapat memperlambat proses produksi.

2. Minimalisasi pengaturan kamera

Penggunaan *dolly*, *crane*, *jib*, dan *steady cam* sebisa mungkin dihindari karena dapat memperlambat proses pengaturan kamera.

3. Tim atau kru yang profesional

Perekrutan tim atau kru yang ahli atau profesional dapat memudahkan proses produksi karena mereka sudah sering terjun langsung ke dunia produksi.

4. Minimalisasi jumlah cast

Usahakan sebisa mungkin untuk memilih skenario dengan jumlah cast yang sedikit, juga tanpa ada figuran, sehingga akan mempercepat proses pergantian kostum dan proses perpindahannya.

5. Shooting adegan di dalam ruangan

Lakukanlah *shooting* di dalam ruangan, sehingga proses *shooting* tidak terganggu dengan permasalahan cuaca. Menghindari efek-efek khusus dan elemen yang rumit. Yang dimaksud adalah melakukan produksi dengan anak-anak, binatang, dengan keramaian, ruang publik, dan lain sebagainya.

Tomaric (2008) juga menambahkan saran untuk mengontrol *budget* agar tidak terjadi pemborosan dan dapat dikontrol, yaitu:

1. Menekan jumlah hari *shooting* yang dilakukan untuk mengurangi unsur pemborosan seperti jumlah pergerakan kamera, biaya lokasi, teknik-teknik khusus, dan penggunaan *extras* yang akan menjadi lebih sedikit karena waktu yang tidak banyak.

2. Hindari teknik kamera yang sulit untuk dilakukan karena akan memperlambat proses persiapan dan membuang waktu yang banyak.
3. Menghindari *shooting* dengan efek *makeup* khusus, proses *shooting* dengan hewan, proses *shooting* dengan anak-anak, pengambilan gambar di mobil, pemberian efek untuk cuaca, pengambilan gambar di ruangan terbuka, dan pengambilan gambar di tempat yang ramai atau di lokasi yang sulit dijangkau.

2.6. Lokasi

Pemilihan lokasi adalah salah satu hal yang dapat mempengaruhi *budget*, oleh karena itu pemilihan lokasi sangat penting dilakukan. Menurut Saroengallo (2011, hlm. 115), lokasi yang tepat adalah lokasi yang sesuai dengan dengan visi sutradara yang di kembangkan dari skenario, namun tidak selalu seperti yang di gambarkan dalam skenario.

Menurut Cleve (2018, hlm. 45) skenario harus membatasi antara cerita dengan *scene* di lokasi yang tersedia atau mudah didapat sehingga dapat mengurangi biaya. Lokasi harus dibatasi semaksimal mungkin ke tempat pribadi dan rumah, dan pastikan lokasi yang digunakan dapat dipakai kapan saja saat dibutuhkan dan dapat menampung peralatan *shooting* untuk dititipkan jika *shooting* dilakukan sampai esok hari. Carilah sebuah lokasi yang dapat digunakan sebanyak-banyaknya dalam produksi, sehingga dapat menghemat waktu, biaya sewa, dan perijinan.

Worthington (2009, hlm. 114) mengatakan bahwa, Dalam menentukan lokasi perlu memperhatikan beberapa aspek seperti, keterjangkauan lokasi dan

fasilitas seperti listrik. Penentuan lokasi juga harus memperhatikan keselamatan dan keamanan lokasi yang dipilih.

Menurut Saroengallo (2011), terdapat tiga hal penting dalam pencarian lokasi, yaitu:

1. Harga

Saat melakukan pencarian lokasi, perlu diperhatikan harga sewa suatu lokasi dengan kemampuan anggaran.

2. Jarak

Ketika shooting di tempat yang berbeda, jarak antar lokasi harus diperhitungkan agar dapat memperhitungkan jadwal *shooting*.

3. Jadwal

Sebelum memilih sebuah lokasi, perlu dipastikan ketersediaan lokasi pada tanggal *shooting*.

2.7. Time Management

Menurut Honthamer (2010, hlm. 24) *time management* adalah usaha untuk menyimpan waktu yang berharga dan membuat waktu menjadi efektif. Hal yang penting dari *time management* yang efektif adalah memilih apa yang harus diprioritaskan.

Honthamer (2012, hlm. 24) menambahkan bahwa ada hal-hal yang perlu diperhatikan untuk membuat pengaturan waktu menjadi efektif. Hal-hal tersebut adalah resiko apa yang akan terjadi atau muncul apabila pekerjaan tidak selesai dalam beberapa jam kedepan atau tidak diselesaikan dalam hari yang sama.

Apakah pekerjaan yang tertunda itu dapat menimbulkan efek yang merugikan atau masih bisa diterima.

Selanjutnya adalah pikirkan seberapa pentingnya pekerjaan hari ini untuk hari esok, dimana apabila pekerjaan tersebut tidak selesai, apakah pekerjaan di keesokan hari dapat dikerjakan atau tidak. Pikirkan juga seberapa penting dan mendesak pekerjaan yang sedang dikerjakan, terutama apabila pekerjaan ini ditunggu oleh seseorang untuk mengerjakan pekerjaan mereka atau pekerjaan tersebut mempengaruhi jadwal dan kesepakatan dengan orang lain.

Hal lainnya adalah konsekuensi yang diterima apabila pekerjaan terlambat selesai. Konsekuensi yang diterima dapat berupa hukuman atau sanksi baik moral maupun materiil yang akan diterima apabila pekerjaan tidak selesai tepat pada waktunya. Lalu, pikirkan juga apakah pekerjaan tersebut mempengaruhi jadwal pengiriman, terlebih apabila pekerjaan tersebut harus dikirimkan secepatnya. Untuk pengiriman sendiri, pikirkan durasi dalam pengiriman sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dan terkirim tepat waktu.

2.8. Negosiasi

Sander (2017, hlm. 17) mengutip dari *Oxford Dictionary* menjelaskan bahwa negosiasi adalah diskusi untuk mencapai kesepakatan. Selain itu mengutip dari *Wikipedia*, Sander menambahkan bahwa negosiasi adalah bentuk dialog antara dua orang atau lebih, atau sekelompok orang dengan tujuan mendapat keuntungan.

Menurut Jackman (2005) negosiasi merupakan proses yang terjadi antara dua pihak yang pada awalnya memiliki pemikiran yang berbeda, hingga

menemukan titik kesepakatan antara kedua belah pihak. Jackman (2005) juga menambahkan bahwa negosiasi merupakan suatu proses untuk mencapai kesepakatan akan suatu masalah yang sedang didiskusikan.

Menurut Gosselin (2007, hlm. 3) negosiasi dapat bermaksud interaksi yang bersifat berkelanjutan antara dua orang atau lebih. Interaksi dilakukan dengan tujuan mencapai solusi yang memiliki harapan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya bagi kedua belah pihak. Negosiasi sendiri dapat berlangsung apabila kedua belah pihak memiliki ketertarikan antara satu dengan yang lain