



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.

**PERAN PRODUSER DALAM BERNEGOSIASI DENGAN
KLIEN DAN PIHAK KE TIGA PADA VIDEO IKLAN TAFSO
BARN**

Skripsi Penciptaan

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn.)



Nama : Karina Taurusia Puteri M
NIM : 00000018594
Program Studi : Film dan Televisi
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Karina Taurusia Puteri

NIM : 00000018594

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Skripsi:

PERAN PRODUSER DALAM BERNEGOSIASI DENGAN KLIEN DAN PIHAK KE TIGA PADA VIDEO IKLAN TAFSO BARN

dengan ini menyatakan bahwa, Skripsi dan karya penciptaan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/ implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar Sarjana Seni (S.Sn.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 21 Mei 2018



Karina Taurusia Puteri

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PERAN PRODUSER DALAM BERNEGOSIASI DENGAN KLIEN DAN PIHAK KE-TIGA PADA VIDEO IKLAN TAFSO BARN

Oleh

Nama : Karina Taurusia Puteri

NIM : 00000018594

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 21 Mei 2018

Pembimbing

B. Yoseph S. P., B. Media A&Prod., M. ScrPr.

Penguji

Ketua Sidang

Kus Sudarsono, S.E., M.Sn.

Ari Dina Krestiwawan, S.Sos., M.Sn.

Ketua Program Studi

Kus Sudarsono, S.E., M.Sn.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan penyertaannya sehingga penulisan Skripsi Penciptaan ini terselesaikan tepat waktu.

Dalam penulisan laporan, penulis tertarik untuk mendalami pembahasan mengenai peran produser dalam bernegosiasi dengan klien dan pihak ke-tiga pada video iklan Tafso Barn. Hal ini dikarenakan, penulis merasa memiliki peluang besar dalam bernegosiasi dengan klien dan pihak ke-tiga hingga mencapai kesepakatan kerjasama pada video iklan Tafso Barn. Selain itu penulis merasa topik ini menarik dan bisa dikaji lebih dalam lagi.

Melalui laporan ini, penulis berharap dapat memberikan pengertian tentang peran produser dalam bernegosiasi dengan klien dan pihak ke-tiga pada video iklan Tafso Barn. Laporan ini penulis tujukan untuk sesama pembuat film independen terutama mahasiswa/i film di Indonesia. Semoga laporan ini bermanfaat sebagai sumber ilmu dan sumber informasi tentang pengetahuan mengenai peran produser dalam bernegosiasi dengan klien dan pihak ke-tiga pada video iklan Tafso Barn. Penulis juga berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca sekalian.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Laporan ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari pihak-pihak yang mendukung dan memotivasi penulis. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Ina Listyani Riyanto, S.Pd., M.A., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain
3. Kus Sudarsono, S.E., M.Sn., selaku penguji dan Ketua Program Studi FTV
4. B. Yoseph S. P., B.MediaA&Prod., M. ScrPr., selaku dosen pembimbing
5. Ari Dina Krestiwawan, S.Sos., M.Sn, selaku Ketua Sidang
6. Mendiarto Djugorahardjo, MBA., selaku narasumber
7. Kevin Gunawan dan Aditya Artha Gumelar selaku anggota dari tim produksi
8. Christa Diera, Michael Laitly, Nyoman Gde Anila, Yoel Hizkia dan Nikita Intan selaku sahabat yang menemani penulis
9. Seluruh tim produksi yang terlibat dalam proses pembuatan iklan
10. Teman-teman dan keluarga

Tangerang, 21 Mei 2018



Karina Taurusia Puteri

ABSTRAKSI

Produser dalam sebuah produksi iklan merupakan orang yang bertanggung jawab penuh atas proses teknis maupun kreatif. Produser memiliki tanggung jawab penuh terhadap seluruh proses kelancaran produksi mulai dari tahap pengembangan, pra produksi, produksi, pasca produksi hingga pendistribusian nya. Tahap pra produksi merupakan tahap yang krusial karena seluruh keberhasilan proses produksi bergantung pada proses pra produksi.

Produser lebih sering dianggap sebagai penghasil dana, padahal banyak hal penting yang menjadi tugas produser salah satunya adalah negosiasi dengan pihak lain terlebih dalam proses produksi iklan. Dalam produksi iklan, produser banyak bekerjasama dengan pihak lain dengan melakukan negosiasi untuk mencapai kesepakatan dan mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Pihak lain merupakan pihak yang bekerjasama dengan produser atau sebuah tim produksi seperti klien, aktor, pemilik lokasi, pemilik penginapan, pemilik rental mobil, pemilik rental peralatan dan semua hal yang berkaitan dengan kelangsungan proses produksi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan menggunakan metode kualitatif diharapkan data-data yang diberikan penulis mudah dipahami dan memperkuat tujuan penulisan Tugas Akhir ini yaitu memberi wawasan luas bagi para pembaca.

Kata kunci: produser, iklan, negosiasi



ABSTRACT

Producer in a commercial ads is the person who is responsible for the technical and creative production process. Producer fully responsible for the entire process of the production from the development, pre production, production until post production and distribution. Pre production process is the most crucial process because the key success of the film or video making is depends on the pre production process.

Producers are often regarded as a fund-raiser, eventhough that is not the only job desc of producer. One of the producer's job desc that is crucial is negotiation with the other parties especiallu in the commercial video. In a commercial video, producer usually cooperate with the other parties by negotiating to reach an agreement and getting a maximum profit. The other parties such as client, actor, location owner, rental house's owner, rental car's owner, equipment's rental owner an the other related to production process.

Through the qualitative research, it is hoped the data presented authors easily understood as well. The data is expected to reinforce the final project with the aim of providing greater insight to readers.

Keywords: producer, commercial, negotiation

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	I
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1. Latar Belakang	15
1.2. Rumusan Masalah.....	16
1.3. Batasan Masalah.....	16
1.4. Tujuan Perancangan	16
1.5. Manfaat Skripsi	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1. Produser.....	18
2.2. Budget	28
2.3. SWOT	36

2.4.	Negosiasi	37
2.3.1.	Taktik Bernegosiasi	39
2.3.2.	Strategi Bernegosiasi	45
BAB III	METODOLOGI	48
3.1.	Gambaran Umum	48
3.1.1.	Sinopsis/Latar Belakang Perusahaan	49
3.1.2.	Posisi Penulis	49
3.1.3.	Peralatan	49
3.2.	Langkah-langkah Riset	49
3.3.	Tahapan Kerja	50
3.3.1.	Pra Produksi	50
3.3.2.	Produksi	54
3.3.3.	Pasca Produksi	55
3.4.	Wawancara	56
3.4.1.	Daftar Pertanyaan	58
BAB IV	ANALISIS	59
4.1.	Analisis Tugas Produser	59
4.2.	Analisis <i>Budget</i>	62
4.3.	Analisis SWOT	69
4.4.	Analisis Hasil Wawancara	71
4.4.1.	Hasil Wawancara Dengan Narasumber	72
4.5.	Analisis Negosiasi	74

4.5.1.	Analisis Negosiasi dengan Klien	76
4.5.2.	Analisis Negosiasi dengan Aktor	82
4.5.3.	Analisis Negosiasi dengan Pemilik Penginapan	86
4.6.	Analisis Strategi Negosiasi	90
4.6.1.	<i>Collaborative (win-win)</i>	90
4.6.2.	<i>Accommodating (lose to win)</i>	91
4.6.3.	<i>Compromise (split the difference)</i>	91
BAB V	PENUTUP	93
5.1.	Kesimpulan	93
5.2.	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	XIV



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Strategi Negosiasi.....	47
Gambar 3.1. Foto Narasumber.....	56
Gambar 4.1. Anggaran Awal Aktor.....	65
Gambar 4.2. Permintaan <i>Fee</i> dari Aktor.....	65
Gambar 4.3. Rincian <i>Budget</i> Awal Penginapan.....	65
Gambar 4.4. Pilihan Penginapan <i>Test Camera</i> 1.....	66
Gambar 4.5. Pilihan Penginapan <i>Test Camera</i> 2.....	66
Gambar 4.6. Pilihan Penginapan <i>Test Camera</i> 3.....	66
Gambar 4.7. Pilihan Penginapan <i>Recce</i> 1.....	67
Gambar 4.8. Pilihan Penginapan <i>Recce</i> 2.....	67
Gambar 4.9. Pilihan Penginapan <i>Recce</i> 3.....	67
Gambar 4.10. Pilihan Penginapan <i>Shooting</i> 1.....	68
Gambar 4.11. Pilihan Penginapan <i>Shooting</i> 2.....	68
Gambar 4.12. Negosiasi Klien 1.....	77
Gambar 4.13. Negosiasi Klien 2.....	78
Gambar 4.14. Negosiasi Aktor 1.....	83
Gambar 4.15. Negosiasi Aktor 2.....	84
Gambar 4.16. Rincian Anggaran Awal Aktor.....	85
Gambar 4.17. Rincian Realisasi Budget Akhir Aktor.....	86
Gambar 4.18. Negosiasi Pemilik Penginapan 1.....	86
Gambar 4.19. Negosiasi Pemilik Penginapan 2.....	87
Gambar 4.20. Negosiasi Pemilik Penginapan 3.....	87

Gambar 4.21. Negosiasi Pemilik Penginapan 4.....	88
Gambar 4.22. Rincian Budget Awal Penginapan.....	89
Gambar 4.23. Rincian Realisasi Budget Akhir Penginapan	90



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. SWOT Tafso Barn	69
Tabel 4.2. Ringkasan Negosiasi dengan Klien.....	81
Tabel 4.3. Ringkasan Negosiasi dengan Aktor	85
Tabel 4.4. Ringkasan Negosiasi dengan Pemilik Penginapan	89

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KARTU BIMBINGAN SKRIPSI.....	XVI
LAMPIRAN B: <i>BUDGET</i>	XVII
LAMPIRAN C: REALISASI <i>BUDGET</i>	XVIII
LAMPIRAN D: TRANSKRIP 1	XX
LAMPIRAN E: TRANSKRIP 2	XXI
LAMPIRAN F: TRANSKRIP 3	XXII
LAMPIRAN G: SKENARIO	XXVI
LAMPIRAN H: <i>CLIENT BRIEF</i>	XXX
LAMPIRAN I: <i>POSTING PROMOTER</i>	XXXI

