



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.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen

Menurut Saroengallo (2008), semua manusia memiliki kebutuhan dan keinginan tetapi tidak seorangpun dapat memenuhi keinginannya sendiri. Oleh karena itu mereka bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan yang sama yang tidak dapat mereka capai jika dilakukan sendiri. Untuk mencapai itu perlu adanya koordinasi antar kelompok yang biasa kita ketahui dengan istilah manajemen (hlm. 1)

Menurut Follet dalam Murugan (2007), manajemen merupakan sebuah proses untuk menyelesaikan sesuatu melalui orang lain (hlm.2). Terry dalam Murugan (2007) juga berpendapat bahwa manajemen merupakan sebuah proses yang terdiri dari *planning, organizing, actuating, dan controlling*. Menurut terry manajemen merupakan sebuah proses yang sistematis (hlm. 2).

2.1.1. Fungsi Manajemen

Terry dalam Murugan (2007) menjelaskan bahwa terdapat 4 fungsi manajemen yaitu:

1. *Planning*
2. *Organising*
3. *Actuating*
4. *Controlling*

2.2. Produser

Saroenggalo (2008) mengungkapkan bahwa proses produksi selalu dimulai oleh tiga pihak yaitu: *scriptwriter*, *director*, dan *producer* (hlm. 7). Dari ketiga orang tersebut, produser adalah seseorang yang dapat mengorganisir, memotivasi dan cukup berpengetahuan dalam semua wilayah produksi.

Dalam produksi low atau no budget *producer* seringkali bertanggung jawab langsung ke dalam dua hal, yakni yang bersifat kreatif dan administrative dalam keseluruhan wilayah produksi (hlm. 13).

Menurut Fitriani (2008) seorang produser adalah orang yang bertanggung jawab terhadap jalannya produksi, mulai dari persiapan hingga selesai syuting, bahkan peran seorang produser terkadang tidak hanya sampai situ, biasanya tugas seorang produser juga berlanjut sampai ke pemasaran dari proyek tersebut (hlm. 4).

2.2.1. Tugas Produser

Menurut Morissan (2008)

Tugas seorang produser dalam hal ini adalah:

1. Merencanakan susunan talent yang telah ditunjuk
2. Merencanakan kegiatannya
3. Merencanakan anggaran produksi yang disesuaikan dengan rencana kegiatan pada saat melakukan produksi
4. Membentuk unit pelaksana kerja produksi
5. Merencanakan peralatan yang akan digunakan
6. Membagikan skenario kepada pihak-pihak yang terlibat

Suyanto (2005) Pada tahap praproduksi seorang produser bertugas mempelajari naskah, dan menganalisa teknik produksinya seperti apa, jika membutuhkan live action, seorang produser harus mempertimbangkan lokasinya, lalu seorang produser juga harus mempertimbangkan projek tersebut akan berwujud VCD, DVD atau lainnya karena hal tersebut mempengaruhi peralatan yang digunakan, jumlah tim yang dibutuhkan, perizinan lokasi, kostum yang di gunakan, actor, dan itu semua mempengaruhi *budgeting* (hlm. 172)

Irving (2010) mengatakan bahwa selama proses produksi seorang produser harus memperhatikan setiap anggaran yang dikeluarkan mulai dari transportasi, konsumsi, peralatan, dan actor, ia juga menambahkan seorang produser harus memantau proses produksi akan berjalan sesuai jadwal yang di sepakati bersama (hlm. 239).

Menurut Effendy (2009) pada saat pasca produksi tugas seorang produser itu membuat laporan produksi film termasuk laporan keuangan. Laporan keuangan berfungsi sebagai data dari uang yang di keluarkan setiap departemen, laporan di buat dengan sedemikian terperinci agar bisa di jadikan acuan untuk produksi selanjutnya dan bahan evaluasi dari setiap departemen (hlm. 83)

2.3. Manajemen Produksi

Dalam artikel “Pedoman Profesi Manajer Produksi dan Manajer Unit” (2012) disebutkan bahwa manajemen produksi adalah seluruh kegiatan pengelolaan (manajemen) produksi yang bertujuan untuk menciptakan sebuah karya seni yang dibuat berdasarkan rancangan produksi yang ada (Hlm. 49). Hal ini diperjelas

oleh Honthaner (2010) dalam tulisannya yang menyatakan bahwa departemen produksi adalah departemen “jasa” yang menangani segala keperluan logistik. Ia menambahkan, departemen produksi juga bertanggungjawab dalam kenyamanan dan kebutuhan dari aktor serta menyanggupi seluruh kesepakatan yang akan diberikan kepada aktor sesuai dengan kontrak (Hlm. 3).

2.3.1. *Client Brief*

Menurut Agus (2005) informasi mengenai produk atau jasa yang akan diiklankan biasanya dijelaskan secara rinci dalam *Marketing Brief* atau *Client Brief* yang diberikan oleh klien tujuannya untuk menjelaskan kekuatan dan kelemahan produk sekaligus menginformasikan strategi pemasaran (hlm. 27). Ia juga menambahkan bahwa dalam *client brief* biasanya klien mencantumkan juga apa yang di sebut SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity, dan Threat*), tujuannya untuk menganalisis suatu produk dihadapkan dengan produk pesaing serta kondisi pasar (hlm 29).

Client brief ini termasuk tahap yang cukup penting untuk mendapatkan data dari perusahaan, *client brief* dapat di gunakan untuk penentuan konsep yang diinginkan oleh klien. Menurut Mackay (2005) perusahaan terkadang tidak tahu apa yang diinginkan, apa yang dituju secara poin-poin, mereka lebih cenderung menjabarkan dengan kalimat-kalimat untuk menjelskan (hlm. 65).

2.3.2. Lokasi

Menurut Suyanto (2005) lokasi syuting secara teknis dan logika dapat menjadi pengalaman yang mengerikan walaupun lokasi syuting dapat menambah suasana

lebih realistis. Lokasi syuting baik alami maupun rekayasa mempunyai keunggulan dan kelemahannya masing-masing. Untuk mengurangi anggaran produksi kita dapat menggunakan lokasi syuting tanpa membangun set. Jika kita membangun sebuah set maka akan berdampak pada budgeting, biaya produksi akan membengkak (hlm. 177).

Menurut bagas (2009) untuk lokasi syuting yang memerlukan perijinan, maka jauh-jauh hari kamu harus membuat surat permohonan untuk menggunakan tempat yang di maksud. Apabila ada perijinan dengan bayaran yang memberatkan, kita harus mencari alternative lokasi yang lain. Utamakan meminimalisir pengeluaran dalam mencari lokasi syuting agar budgeting tidak membengkak (hlm. 94).

Irving (2009) juga mengatakan bahwa produser bertugas mengamankan lokasi syuting. Ia harus berkomunikasi dan meyakinkan dengan pemilik atau pemberi izin lokasi bahwa tim tidak akan merusak atau merubah property lokasi saat meninggalkan lokasi. Menurutnya hal ini penting di lakukan untuk mengantisipasi jika kedepannya melakukan syuting ulang (hlm. 139).

Saroengallo (2008) mengatakan bahwa lokasi yang tepat adalah lokasi yang sesuai dengan keinginan sutradara dan sesuai dengan konsep dari isi naskah sendiri. Lokasi yang tepat juga bisa di lihat dari akses jalan menuju lokasi sulit atau mudah dan peralatan syuting bisa di turunkan langsung di lokasi atau dekat dengan lokasi agar lebih evisien (hlm. 120).

2.3.3. Penyusunan Jadwal

Menurut roem (2007) Agar proses pengambilan gambar berjalan dengan lancar lebih baik kita menyusun atau membuat jadwal syuting terlebih dahulu. Lihat kembali naskah yang sudah di buat lalu kelompokkan shot-shot yang di perkirakan bisa dilakukan pada waktu dan tempat yang sama. Jadwalkan kelompok shot-shot tersebut dalam waktu pengambilan yang berurutan.

Jadwal di buat setelah koordinasi sudah di lakukan sebelumnya, mengenai kepastian perizinan lokasi, ketersediaan waktu pemain dan *crew*, dan naskah sudah *lock*. Penjadwalan juga di susun sesuai lokasi agar tidak harus bolak balik ke tempat yang sama, agar waktu juga lebih efisien. (hlm. 45).

2.3.4. Budget

Menurut Munandar (2000) *budget* (anggaran) ialah suatu rencana yang disusun secara sistematis, yang meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yang dinyatakan dalam unit (kesatuan) moneter dan berlaku untuk jangka waktu (periode) tertentu yang akan datang". Dari pengertian tersebut nampaklah bahwa suatu anggaran memiliki empat unsur, yaitu :

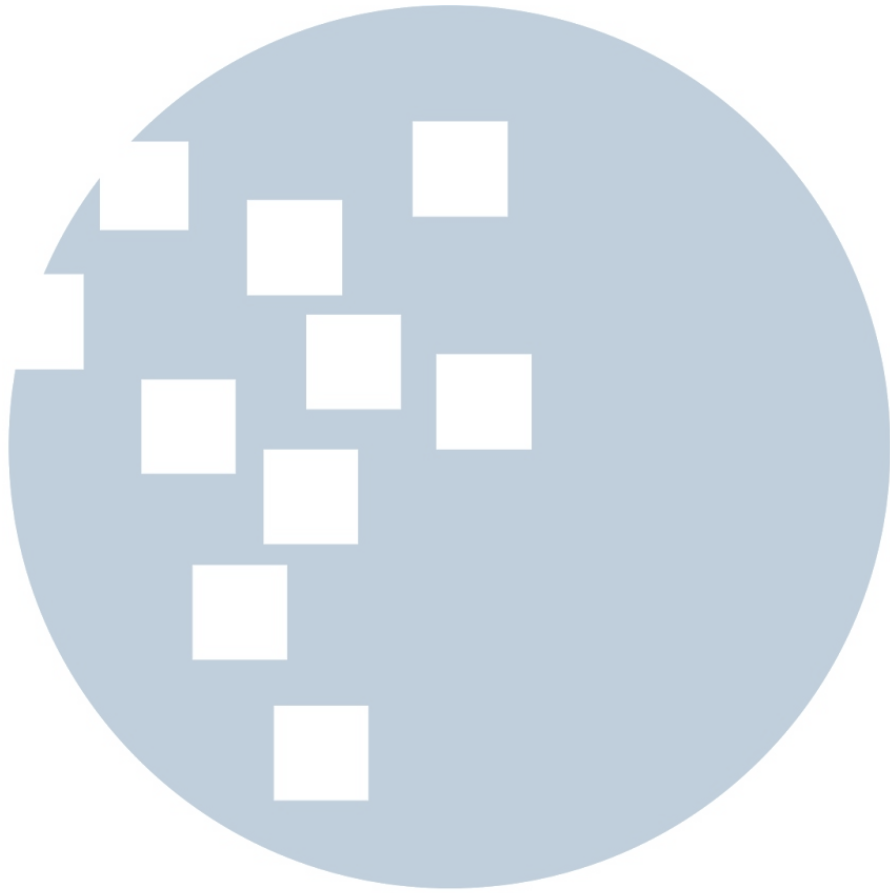
1. Rencana, ialah suatu penentuan terlebih dahulu tentang aktivitas atau kegiatan yang akan dilakukan di waktu yang akan datang. Anggaran juga merupakan suatu rencana, karena anggaran merupakan penentuan terlebih dahulu tentang kegiatan-kegiatan perusahaan dimasa yang akan datang.
2. Meliputi seluruh kegiatan perusahaan, yaitu mencakup semua kegiatan yang akan dilakukan oleh semua bagian-bagian yang ada dalam perusahaan.

Mengingat bahwa anggaran adalah suatu rencana yang nantinya akan dijadikan sebagai pedoman kerja, sebagai alat pengkoordinasian kerja, dan alat pengawasan kerja, maka sudah semestinyalah bahwa anggaran harus mencakup seluruh kegiatan perusahaan.

3. Jangka waktu tertentu yang akan datang, ini berarti bahwa apa yang dimuat di dalam anggaran adalah taksiran-taksiran (forecast) tentang apa yang akan terjadi serta apa yang akan dilakukan di waktu yang akan datang (hlm. 1).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA