



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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pekerjaan dalam dunia komersial dilakukan dengan adanya suatu agensi iklan dan klien yang mempengaruhi suatu produksi. Klien dan agensi bekerja sama untuk mencapai suatu keputusan yang didasari dengan target penonton yang ditujukan dan produk atau jasa apa yang dapat dijual serta bagaimana produk atau jasa tersebut dapat dijual. Namun, jika terjadinya kesalahpahaman diantara klien dengan agensi, produksi iklan tidaklah dapat berjalan. Untuk dapat melakukan kerja sama yang diinginkan antar klien dan agensi lebih baik lagi untuk kedua pihak mengerti masing-masing tugasnya sehingga dapat bekerja sama secara baik. Dalam dunia komersial, klien diharapkan dapat mengerti dan menghargai ide konsep yang disediakan agensi dan sebaliknya untuk agensi mengerti kemauan ide cerita yang ditawarkan oleh klien. Dan produksi komersial pun tidak hanya berdasarkan keputusan berkala namun melalui beberapa langkah dari tahap pra produksi sampai paska produksi (Curry, 2013, hlm. 1-2).

Tujuan pembuatan video komersial ini adalah untuk mewujudkan keinginan dan kebutuhan klien dengan strategi *Produser* yang mengefisienkan dana secara efektif mungkin. Strategi untuk produksi ini digunakan agar dana yang dikeluarkan oleh agensi tidak berlebihan. Namun, walaupun secara efisien tetaplah diusahakan untuk melakukannya dengan hasil yang efektif saat produksi. Maka dari itu, *Produser* membutuhkan perencanaan strategi untuk mengeluarkan

dana tanpa mengeluarkannya secara berlebihan. Strategi yang dibutuhkan dalam produksi ini bertujuan untuk menghasilkan pengeluaran seminim mungkin dari mulainya pra-produksi sampai produksi kedepannya.

Video komersil yang akan saya produksi adalah untuk produk suatu perusahaan bernama *Fiolight*. Perusahaan ini merupakan *start-up business* yang didirikan oleh Kent Nathaniel, seorang mahasiswa alumni Universitas Prasetya Mulya angkatan 2013 dan perusahaan ini sudah berdiri pada pertengahan tahun 2017. Produk yang akan ditunjukkan adalah sebuah lampu akrilik yang dapat dipersonalisasi sehingga konsumen dapat memiliki lampu sesuai dengan keinginan sendiri. *Target market* *Fiolight* merupakan keluarga muda berumur sekitar 25-29 tahun, boleh yang sudah memiliki anak dan memiliki rumah baru untuk di dekorasi. Maka dari itu, saya sebagai *Produser* berperan untuk mencari kebutuhan yang dibutuhkan bagi klien dengan strategi mengefisienkan dana secara efektif dalam produksi ini.

1.1. Rumusan masalah

Bagaimana strategi *Produser* dalam mengefisienkan dana pada produksi video komersil *fiolight*?

1.2. Batasan masalah

Untuk membatasi teori-teori yang akan dibahas dalam skripsi ini diperlukan adanya batasan-batasan, diantaranya:

1. Dibatasi dengan pencarian lokasi yang tidak berada di luar jangkauan kelompok.

2. Dibatasi dengan pencarian *talent* yang sesuai dengan kriteria dan dekat dengan jangkauan lokasi.
3. Dibatasi dengan *shooting schedule* yang akan dibuat untuk produksi.
4. Dibatasi dengan *client brief* yang dibuat bersama dengan klien.
5. Dibatasi dengan *budget* yang dimiliki oleh kelompok.

1.3. Tujuan skripsi

Tujuan dari pembuatan tugas akhir ini :

1. Sebagai syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Film dan Televisi (S.Sn.), Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara (UMN).
2. Menjadikan skripsi ini sebagai materi bantuan untuk *Produser* lainnya yang ingin mengoptimalkan dana produksi video komersialnya.

1.4. Manfaat skripsi

Manfaat dari hasil tugas akhir ini dapat membuat untuk beberapa pihak :

1. Bagi peneliti : Untuk menyelesaikan Tugas Akhir dan mendapatkan Gelar Strata Satu, Sarjana Seni (S.Sn.), dan menambah ilmu di bidang komersial untuk menjadi *Produser* dalam suatu agensi.
2. Bagi Universitas Multimedia Nusantara: Untuk memberikan tambahan informasi di dalam perpustakaan sehingga dapat bermanfaat juga bagi adik kelas yang memiliki judul yang sama.

3. Bagi Masyarakat: Untuk menjadi panduan bagi masyarakat atau para agensi secara umumnya yaitu mengetahui cara mengefisiensikan dana pada produksi video komersil untuk klien.

