



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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya zaman di era digital saat ini sangatlah pesat. Perkembangan teknologi informasi sangat pesat membuat *Internet* menjadikan teknologi yang dibutuhkan oleh manusia sekarang. Dampaknya *Internet* membuat berbagai perusahaan bersaing-saing untuk mempromosikan produk-produk atau jasa yang ditawarkannya. Melalui media *daring* salah satunya adalah film.

Menurut Mahon (2010), Film adalah jaringan atau media untuk berkomunikasi satu arah yang berbentuk audio dan visual. Film mempunyai kemampuan menarik perhatian orang karena kemampuan untuk mengantarkan pesan yang unik. Salah satu jenis pengantar pesan yang unik yaitu TVC atau Televisi Komersial. Pada awal mula TVC adalah media yang berbentuk iklan dan berbentuk film. Iklan merupakan informasi yang dibuat untuk ditujukan kepada masyarakat mengenai suatu produk. Iklan biasanya berdurasi pendek dan untuk mencapai tujuannya mempengaruhi masyarakat. Sekarang ini banyak *brand* yang sudah menggunakan iklan sebagai media promosi.

Salah satu perusahaan yang menginginkan promosi produk atau jasa melalui iklan adalah Alfa Group. Alfa Group adalah toko swalayan yang menyediakan dan menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, bahkan lebih dari 200 produk kebutuhan tersedia dengan harga terjangkau dan memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan memiliki cabang di seluruh Indonesia.

Dalam penulisan ini penulis ingin membahas tentang peranan sebagai produser dalam mengatur pelaksanaan produksi secara *daring* dengan efektif dalam pembuatan video iklan Alfa Group. Menurut Latief dan Utud (2017), Produser adalah seseorang yang mengatur sebuah proyek film dan terlibat dalam seluruh proses produksi film dari pengembangan cerita, pendanaan, penjadwalan, praproduksi, produksi, pascaproduksi, hingga film tersebut dapat didistribusikan. Menurut Dennis (2010), seorang produser harus memiliki kemampuan untuk berkoordinasi dan berkomunikasi dengan baik sehingga seorang produser dapat mengkoordinasikan kepada seluruh pihak produksi, mulai dari aktor, sutradara, sponsor, dan pihak pemasaran film.

Seorang produser diminta untuk memiliki kemampuan berkomunikasi dan negosiasi yang baik. Pada iklan ini, penulis bertemu dengan sponsor atau klien Alfa Group untuk bernegosiasi dan membahas rancangan yang diinginkan oleh klien, setelah bernegosiasi klien ingin memperkenalkan nilai-nilai yang ditawarkan oleh Alfa Group seperti, “We are Everywhere, Learn, Reward, dan Fun time” sehingga pesan yang ditanamkan oleh Alfa Group diketahui banyak orang dan produser mendiskusikan *client brief* bersama dengan tim produksi untuk pembuatan ide cerita dan rancangan produksi.

Namun pada bulan April 2020, Jakarta memutuskan untuk menerapkan Pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dikarenakan wabah virus corona yang sedang melanda dan membuat larangan untuk *shooting*. Sebagai produser, penulis harus mencari solusi yang terbaik antara pihak produksi dan pihak klien. Produser berdiskusi bersama dengan tim kreatif dan akhirnya memutuskan untuk membuat

produksi gabungan animasi. Produser melakukan negosiasi dengan klien mengenai keputusan gabungan animasi, pada akhirnya pihak klien setuju untuk menggunakan animasi pada video iklan Alfa Group. Setelah sepakat, produser memulai dengan mencari animator yang mampu membuat empat video animasi.

Pada penulisan ini, produser akan membahas mengenai pengaturan pelaksanaan produksi dalam hal bernegosiasi dan penjadwalan secara *daring* dengan efektif dalam pembuatan video iklan Alfa Group.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana peranan produser dalam mengatur pelaksanaan produksi secara *daring* dengan efektif dalam pembuatan video iklan Alfa Group?

1.3 Batasan Masalah

Penulis berfokus kepada pelaksanaan produksi antara *client*, animator, dan tim produksi dalam hal bernegosiasi dan penjadwalan secara *daring* dengan efektif.

1.4 Tujuan Skripsi

Menjelaskan peran produser dalam mengatur pelaksanaan produksi secara *daring* dengan efektif dalam pembuatan video iklan.

1.5 Manfaat Skripsi

1. Manfaat untuk penulis :

Untuk penulis dapat menambahkan informasi dan menambahkan pengalaman mengenai peranan produser secara *daring* sehingga menjadi lebih baik dan mengatur pelaksanaan produksi dari tahap pra produksi hingga post produksi.

2. Manfaat untuk pembaca :

Menjadikan informasi untuk para pembaca dan bisa menjadikan referensi tentang peranan produser dalam mengatur pelaksanaan produksi secara *daring* dalam pembuatan video iklan.

3. Manfaat untuk Universitas :

Menjadikan data untuk mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara sehingga dapat memahami peranan produser dalam pengaturan pelaksanaan produksi secara *daring* dalam pembuatan video iklan.