

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam sebuah *marketing plan* yang disusun oleh seorang kepala divisi marketing untuk perusahaannya, cenderung dibutuhkan jumlah konten marketing yang berjumlah lebih dari satu, baik berwujud desain ataupun video. Dalam menangani keperluan marketing tersebut, sebuah perusahaan dapat menggunakan sebuah ahensi untuk mengerjakan keperluan marketing tersebut. Penulis memiliki pengalaman bekerja pada beberapa ahensi yang berbeda, dimana penulis menemukan bahwa ahensi cenderung memiliki lebih dari satu proyek yang dikerjakan dari hasil *client brief*. Dalam mengatur proyek-proyek yang sedang dikerjakan untuk menjadi tertata, dibutuhkan kerangka manajemen proyek yang baik dalam sebuah ahensi ataupun rumah produksi.

Dalam pembuatan *corporate video* untuk Rejuve, penulis berperan sebagai produser. Rejuve merupakan anak perusahaan dari Gunung Sewu Group yang berfokus pada *food & beverages* dengan model bisnis berupa jus dalam kemasan dengan menggunakan metode *cold-pressed*. Sampai akhir tahun 2019, Rejuve sudah memiliki 71 gerai yang tersebar di wilayah Jakarta, Tangerang, Bogor, Bekasi, Surabaya, dan Bali. Berbagai macam varian Rejuve memberikan banyak pilihan untuk kebutuhan pelanggannya yang berbeda-beda. Produser berperan dalam memenuhi kebutuhan konten marketing dari Rejuve sekaligus menerapkan kerangka manajemen proyek dalam tahapan pengerjaannya.

Manajemen proyek adalah salah satu pendekatan untuk mencapai kesuksesan proyek dengan memastikan setiap langkah dilakukan secara rapih dan terstruktur. Berdasarkan pengamatan penulis selama mengerjakan proyek pembuatan film, baik untuk komersil ataupun tidak, pendekatan manajemen proyek jarang digunakan. Dalam implementasinya, manajemen proyek sering diaplikasikan pada pekerjaan-pekerjaan marketing, teknologi, hingga manajemen bisnis. Selain bertujuan untuk memastikan kesuksesan proyek, manajemen proyek sendiri memiliki berbagai manfaat untuk individu dan perusahaan. Melihat suksesnya implementasi manajemen proyek dalam industri lain dan tren manajemen proyek pada ahensi yang bernaung di luar negeri menjadikan peluang implementasi manajemen proyek pada produksi *corporate video* terbuka lebar. Penulis rasa, ada banyak hal yang dapat dieksplorasi apabila manajemen proyek diimplementasikan pada proyek pengerjaan pembuatan film, karena tidak ada catatan bahwa hal ini pernah dilakukan sebelumnya. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti lebih dalam tentang implementasi manajemen proyek dalam pembuatan *corporate video* untuk Rejuve.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana manajemen proyek diimplementasikan dalam proses kerja produser pada pembuatan *corporate video* Rejuve?

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah yang ingin diteliti pada:

1. Implementasi pada sub-tahapan persiapan proyek & definisi proyek, karena penulis ingin menitikberatkan pada proses awal.
2. Penggunaan layanan Google sebagai *software* manajemen proyek
3. Proses kerja produser hanya mencakup pekerjaan *Production Manager*

1.4. Tujuan Skripsi

Tujuan penulis dalam skripsi penciptaan ini adalah untuk mengetahui implementasi manajemen proyek dengan menggunakan *software* manajemen proyek dalam proses kerja produser pada pembuatan *corporate video*.

1.5. Manfaat Skripsi

Manfaat bagi penulis adalah untuk merefleksikan kembali tentang peranan produser yang baik untuk menghasilkan karya yang baik, terutama dalam manajemen proyek.

Manfaat bagi orang lain adalah untuk menjadi panduan serta landasan terkait implementasi manajemen proyek pada pembuatan *corporate video* maupun pada bidang terkait.

Manfaat bagi Universitas adalah untuk menjadi cerminan kepada proyek-proyek video mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang akan datang khususnya dalam peranan produser, sehingga pengalaman dan temuan penulis dapat diimplementasikan oleh generasi penerus yang akan datang.