



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

Semenjak bulan Maret tahun 2020 wabah virus COVID-19 sudah memasuki wilayah Indonesia dan hingga kini wabah tersebut sudah menjangkit hampir seluruh wilayah di Indonesia. Berbagai kebijakan pun sudah diterapkan dan diberlakukan pemerintah untuk menekan jumlah penderita. Kebijakan-kebijakan tersebut terdiri dari himbauan untuk tetap di rumah, *social distancing*, *physical distancing* dan yang terbaru adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebijakan-kebijakan tersebut berdampak pada seluruh aspek industri di masyarakat, termasuk industri kreatif. Salah satu bagian industri kreatif yang terkena dampak yaitu industri pembuatan iklan/ *corporate video*.

Corporate video merupakan salah satu media audio-visual yang dibuat sebagai alat komunikasi untuk keperluan suatu perusahaan baik secara internal atau eksternal yang dapat dilihat oleh banyak orang. *Corporate video* dibuat atas permintaan dari *client* dan dikerjakan oleh sebuah agensi iklan atau rumah produksi. *Corporate video* sendiri mempunyai banyak jenis tergantung dari fungsinya masing-masing. Beberapa contoh *corporate video* antara lain seperti video profil perusahaan, video promosi atau penggunaan produk/ jasa, video pelatihan karyawan/instruksi keselamatan kerja, video testimoni, dan video tentang program/kampanye.

Beberapa jenis *corporate video* yang telah disebutkan sering diproduksi dalam jangka waktu yang singkat terlebih bila memiliki tujuan untuk pemasaran. Salah satunya yang seringkali diproduksi ialah video promosi atau penggunaan produk/jasa. Sebuah *corporate video* bisa digunakan untuk menginformasikan mengenai produk/ jasa sebuah perusahaan dan bagaimana produk/jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Blundell, 2015). Video ini menyampaikan informasi suatu produk/ jasa (dalam satu atau beberapa jenis) yang akan dipasarkan kepada masyarakat dan juga cara penggunaannya. Tujuannya adalah agar masyarakat tertarik dengan produk/ jasa tersebut dan memiliki pengetahuan mengenai cara penggunaan produk/ jasa tersebut.

Proses pembuatan sebuah *corporate video* tidak jauh berbeda dengan proses pembuatan video pada umumnya. Ada aspek-aspek yang harus ditentukan terkait dengan pelaksanaan produksi, salah satunya penentuan lokasi. Dikarenakan situasi sekarang ini tengah dilanda wabah pandemi COVID-19, maka penentuan lokasi shooting dan bagaimana cara mengaturnya menjadi hal yang sangat penting. Hal ini berkaitan dengan unsur keamanan dan kesehatan seluruh anggota kru dan pemain. Perlu adanya perencanaan khusus untuk menunjang kedua unsur tersebut dan itu merupakan tanggung jawab dari seorang produser. Strategi kontingensi pun dipilih karena mampu memberikan analisis mengenai dampak apa saja yang akan mungkin terjadi sehingga seorang produser dapat membuat perencanaan khusus terkait dengan pencegahan penularan COVID-19. Penerapan *shooting safety* juga menjadi salah satu langkah yang dijalankan sebagai bentuk pengamanan kesehatan seluruh orang yang terlibat dalam produksi.

Alasan penelitian ini dilakukan adalah sebagai bentuk upaya dalam melaksanakan proses shooting di tengah wabah pandemi COVID-19. Tidak hanya untuk pelaksanaan shooting, namun penelitian ini juga dapat sebagai bahan pembelajaran baru mengenai penerapan keselamatan dan keamanan proses shooting terutama di tengah wabah pandemi COVID-19. Maka dari itu penulis merumuskan judul penerapan strategi kontingensi dalam *location management* produksi video tutorial PT Demix untuk melaksanakan *production safety* di tengah wabah pandemi COVID-19 sebagai bahan penelitian dari tulisan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalahnya adalah:

“Bagaimana penerapan strategi kontingensi dalam *location management* produksi video tutorial PT. Demix mampu untuk mendukung pelaksanaan *production safety* di tengah wabah pandemi COVID-19?”

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka batasan-batasan masalah akan meliputi:

1. Peran produser dalam menjaga keamanan serta keselamatan seluruh kegiatan produksi.
2. Strategi kontingensi menggunakan strategi kontingensi bisnis badan/organisasi: *Incident Response Plan* dan *Disaster Recovery Plan* menurut Whitman & Mattord (2010).

3. Strategi kontingensi memuat perencanaan yang dibuat berdasarkan prosedur protokol kesehatan dari pemerintah (Kementerian Kesehatan & Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif)
4. *Location management* memperhatikan tingkat resiko dan bahaya dari lokasi yang akan dipilih (terkait dengan wabah pandemi COVID-19) serta cara mengaturnya agar menjadi lokasi yang aman untuk digunakan.
5. *Production safety* membahas tingkat keamanan dan keselamatan kru dan pemain di lokasi yang berbahaya.

1.4. Tujuan Skripsi

Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi kontingensi dalam *location management* produksi video tutorial PT. Demix di tengah wabah pandemi COVID-19.

1.5. Manfaat Skripsi

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas.

1. Manfaat bagi penulis skripsi ini penulis dapat mengetahui penerapan strategi kontingensi yang dapat digunakan pada tiap produksi *corporate video* maupun yang lainnya serta mengetahui dampak-dampak yang harus dipikirkan sebagai seorang produser terutama berkaitan dengan *location management* dan *production safety*.

2. Manfaat bagi orang lain skripsi sebagai sumber informasi atau acuan dalam mengerjakan produksi atau penelitian yang terkait dengan topik ini.
3. Manfaat bagi universitas skripsi ini sebagai rujukan akademis dalam perancangan sejenis.