



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. Pengertian Film dan Film Pendek

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, film dapat diartikan dalam dua pengertian. Yang pertama, film merupakan sebuah selaput tipis berbahan seluloid yang digunakan untuk menyimpan gambar negatif dari sebuah objek. Yang kedua, film diartikan sebagai lakon atau gambar hidup. Dalam konteks khusus, film diartikan sebagai lakon hidup atau gambar gerak yang biasanya juga disimpan dalam media seluloid tipis dalam bentuk gambar negatif.

Ada beberapa jenis film, salah satunya adalah film cerita pendek atau *short movie* (Prakosa, 1997, hal. 77). Film pendek merupakan film-film yang memiliki durasi dibawah 50 menit (Prakosa, 1997, hal. 78).

2.2. Produser

Menurut Wintle (2003, hal.9), Produser merupakan sosok yang sangat penting dalam sebuah film. Dari draf naskah pertama, hingga semua tahap produksi, sampai pengisian suara terakhir, keberhasilan atau kegagalan berada di tangan produser.

Honthaner (2010, hal.2) juga mengatakan bawah ada dua peranan produser secara umum dalam sebuah film.

1.) Sebagai creator

2.) Merencanakan dan mengelolah semua proses pembuatan untuk dijual dan didistribusikan dalam bentuk yang lain juga (DVD, CD, *Souvenir*, dan sebagainya)

Tiga tujuan utama produser yang harus dijalankan seimbang menurut Lee (2000, hal.223) adalah sebagai berikut :

1.) Creative

Mempunyai ide tentang apa yang akan disampaikan dalam film tersebut, mempunyai visi untuk filmnya.

2.) Audience

Mempunyai keinginan agar filmnya ditonton banyak orang. Mencari cara dan strategi agar filmnya terjual (laku).

3.) Profits

Meminjam uang dari penanam saham, mengenai naluri bisnis tentang *profit* yang akan didapatkan / mempunyai target.

Hal – hal yang dilakukan produser dalam pengelolahan film dikelompokkan dalam beberapa tahap.

1.) Tahap Development

Pada tahap ini produser mulai memilih ide cerita/script, membentuk crew, menentukan target audiencenya, membuat budgeting kasar dan business plan (financial plan), mengurus copyright dan lisence buat film yang akan dibuat (Cleve, 2006, hal. 9).

Pada tahap ini juga, menurut produser mulai mengidentifikasi / membedah *script* yang memiliki potensi untuk ditawarkan ke sponsor (Kuswandi, 2012).

2.) Tahap Pra Produksi

Pada tahap ini, produser mulai memilih dan merekrut Unit Production Manager (UPM), membuat dan mengelolah *budget* serta *schedule* ke depan (bisnis schedule), *pitching* (presentasi singkat secara lisan atau terkadang menggunakan visual) dan menjual *script* ke sponsor, memastikan *releases* filmnya tidak akan bermasalah (aman), membuat kontrak kerja dengan pemain, pemilihan lokasi dengan *director* dan *location manager*, serta menandatangani *final budget* (Cleve, 2006, hal. 12).

3.) Tahap Produksi

Syuting dimulai. Produser setiap hari harus bisa mengawasi produksi film atau tahu perkembangannya, bertanggung jawab menjaga produksi berjalan lancar, terus — menerus memantau anggaran dan jadwal syuting serta mengatur *wrap party* dan *gift* buat para *cast* dan *crew* (Cleve, 2006, hal.12).

4.) Tahap Pasca Produksi

Saat pasca produksi, produser harus terus memantau proses editingnya dan memastikan tidak ada masalah di dalamnya. Selain itu, produser mulai membuat kesepakatan dengan studio-studio film (bioskop) tentang penayangan film di bioskop mereka (Cleve, 2006, hal.19)

5.) Tahap Distribusi

Tahap distribusi adalah tahap dimana produser membawa filmnya ke distributor-distributor yang ada (Honthaner, 2010, hal. 181).

6.) Tahap Exhibition

Penayangan film di bioskop, CD, DVD, festival dan lain-lain (Honthaner, 2010, hal. 183).

2.3. Sponsor

Dalam pembuatan sebuah film, seorang produser membutuhkan sponsor. Menurut Lee, Sponsor adalah seseorang atau perusahaan maupun lembaga yang membantu *production house* dalam hal mendanai film tersebut (Lee, 2000, hal. 81).

Menurut Cleve (2006, hal. 12), ada beberapa jenis sponsor :

1.) Investor

Orang atau perusahaan yang menginvestasikan uang mereka dalam film kita dengan pembagian dari keuntungan film tersebut sesuai dengan perjanjian yang disepakati bersama.

2.) Sponsorship

Perusahaan/lembaga yang menyumbangkan dana tetapi meletakkan logo, produk mereka dalam film kita/ nama perusahaan atau brand mereka di *opening* film maupun *credit title* film. Biasanya bersifat *commercial*.

3.) Perorangan

Seseorang yang membantu mendanai film kita dari hasil permintaan langsung kita ke mereka tanpa mereka harus memusingkan keuntungan yang mereka dapat dari film kita (komersil) tetapi biasanya lebih ke kepuasan batin mereka karena cerita film kita yang hampir sama dengan kehidupan mereka atau

mewakili perasaan mereka pada saat itu. Terkadang juga hanya sebagai proses narsis mereka dalam film kita.

4.) CSR (Corporate Sosial Responsibility)

Sebuah perusahaan yang mempunyai anggaran buat tanggung jawab sosial seperti pendidikan, beasiswa dan sebagainya. Disini produser bisa meminta bantuan dana tetapi cerita kita harus sesuai dengan nilai-nilai atau pencitraan dari perusahaan itu sendiri (mempunyai keuntungan buat perusahaannya).

2.3.1. Faktor-faktor Umum Sponsor Ingin Mendanai Sebuah Film

Sherman mengatakan bahwa ada beberapa faktor umum sponsor ingin mendanai sebuah film, antara lain :

1.) Pelestarian/Penanaman Modal (Preservation of capital)

Pada *point* yang ini, sponsor merupakan seseorang/lembaga perusahaan yang memiliki uang yang banyak dan tidak memiliki tempat lagi untuk "menyimpannya" (investasi), untuk itu ia memilih menanamkan modal ke film tanpa adanya keinginan untuk meraih keuntungan karena tujuan utama dari sang sponsor adalah untuk menyimpan atau menanamkan modalnya saja (Sherman, 1999, hal. 53).

2.) Potensi Pertumbuhan Modal (Potential for growth of capital)

Sponsor melihat kemungkinan adanya keuntungan dan kelipatan modal (dana) yang dia berikan pada film itu. Karena tujuan utamanya menginvestasikan uang dalam film adalah untuk mendapat keuntungan dari modal awal yang diberikan (terjadi pertumbuhan modal) (Sherman, 1999,

hal. 54).

3.) Pendapatan (*Income*)

Dalam pembahasan ini, sponsor lebih fokus mendanai sebuah film untuk mendapatkan *income* secara bertahap sambil menunggu keuntungan dari film tersebut sesuai dengan target/ harapan mereka (Sherman, 1999, hal.55).

4.) Manfaat Pajak (Tax benefits)

Pemerintah di U.S pada tahun 1976 memberikan manfaat pajak sebagai investasi dalam film. Mereka menganggap *tax benefit* ini adalah cara yang baik untuk mempromosikan kota mereka dan hal-hal lainny di dalam film. Manfaat pajak tersebut dialokasikan ke media iklan dan promosi. Ada juga beberapa investor U.S mengalokasikan dananya tidak untuk produksi melainkan untuk memperbanyak atau mencetak film dan untuk iklan filmnya (Sherman, 1999, hal.56).

5.) Kebanggaan Kepemilikan (dan faktor emosional lainnya/ *Pride of ownership and the other emotional factors*).

Ini adalah alasan terbaik bagi para sponsor untuk mendanai sebuah film. Biasanya mereka tertarik untuk mendanai sebuah film karena latar belakang cerita/script film tersebut dan keinginan untuk eksistensi diri dalam sebuah film, dan mempunyai nilai kebanggaan sendiri untuk sponsornya. Biasanya dipengaruhi oleh faktor-faktor emosi pada diri sponsor tersebut. Seperti ingin namanya ada di dalam *credit title* film meskipun tidak mendapatkan keuntungan dari segi ekonomi (Sherman, 1999, hal.57).

2.3.2. Sumber Dana Sebuah Film

Sherman juga mengatakan bahwa biasanya seorang produser bisa menemukan sumber dana di beberapa tempat sebagai berikut :

1.) Major Motion Pictures Studio (devisi/bagian produksi)

Produser membawa *script* filmnya ke sebuah perusahaan. *Script* diserahkan ke bagian produksi, kemudian akan didiskusikan bersama tim lainnya. Jika mereka tertarik dengan *script*-nya, mereka akan membeli *script* dan bekerja sama dengan *movie maker* untuk membuat proyek tersebut atau perusahaan itu hanya sekedar mendanai filmnya saja (Sherman, 1999, hal.18).

2.) Major Motion Picture Studio (devisi/bagian distribusi)

Produser membawa proyek film ke bagian distribusi yang berfungsi sebagai penyalur film ke bioskop, festival dan *event* lainnya, yang bisa menjual film tersebut jika mereka tertarik akan film itu. Biasanya sang distributor memilih film untuk didistribusikan dari segi aktor yang dipakai di dalam film tersebut beserta penulis dan sutradara film yang dilihat mereka memiliki potensi karir yang bagus dan bisa terlibat dalam bisnis tersebut beserta *genre* dan *style* filmnya yang dibutuhkan distributor pada saat itu (Sherman, 1999, hal. 20).

3.) Producer Yang Mempunyai Dana Pribadi Sendiri

Movie maker bisa mencari sumber dana dari seorang produser film yang memiliki dana pribadi sendiri untuk pembuatan film, dengan memperkenalkan proyek film kita kepada produser tersebut. Sebelumnya, movie maker harus mencari tahu siapa saja produser mandiri yang

kemungkinan cocok dan suka terhadap proyek film tersebut (Sherman, 1999, hal. 22).

4.) Independent Distributors

Independent distributors merupakan sumber dana yang akan memberikan dana ke sebuah film dengan beberapa kesepakatan. Salah satunya bahwa distributor berhak mendapatkan proyek film seutuhnya atau setidaknya mempunyai hak eksklusif di dalam film tersebut. Selain itu, jika menurut distributor filmnya memiliki potensi komersil, dia akan menawarkan jaminan distribusi kepada movie makernya (Sherman, 1999, hal. 24).

5.) Bank

Produser bisa meminjam modal dari sebuah bank dengan persyaratanpersyaratan yang terdapat pada suatu bank.

Ada dua jenis peminjaman modal dari bank untuk sebuah film:

a.) A Secured Loan (Jaminan Pinjaman)

Produser bisa mendapatkan pinjaman dari bank, dengan menjaminkan *asset* yang dimiliki *production house* (Sherman,1999, hal. 25).

b.) A letter of Credit (Surat Kredit/LC)

Bank memberikan pinjaman dana yang kemudian bisa diganti dengan cicilan/kredit yang diperpanjang dari bank dengan jaminan *asset* deposit *production house* dengan bank (Sherman, 1999, hal. 26).

6.) Private Investors (Investor Swasta)

Investor swasta merupakan salah satu sumber dana yang bisa membantu proyek suatu film. Berikut ini adalah jenis-jenis investor swasta :

- a.) Limited Partnerships (Kemitraan)
- b.) Limited Liability Companies (Perseroan)
- c.) Corporate Entities (Perusahaan Entitas)
- d.) Private Placement (Penempatan)
- e.) Registered Public Offerings (Penawaran Umum Terdaftar) (Sherman, 1999, hal.30).

7.) Exhibitors

Exhibitors adalah pemilik bioskop. Biasanya exhibitors memilih film yang akan ditampilkan di bioskopnya berdasarkan berapa besar film itu diinginkan oleh penonton (daya jual film tersebut) (Sherman, 1999, hal. 48).

2.4. Penulisan Proposal

Sebelum seorang produser mencari sponsor untuk mendanai filmnya, produser biasanya membuat sebuah proposal untuk sponsor-sponsornya.

Berikut ini adalah urutan isi proposal yang benar menurut Kuswandi (2012) dan Sasono (2012)

1.) Introduction

Pengenalan tentang proyek film yang akan dibuat, seperti latar belakang pembuatan film.

2.) Sinopsis Film

Mencantumkan sinopsis filmnya dengan singkat. Sinopsis film harus bisa mengundang ketertarikan pembaca dan rasa ingin tahu yang lebih mengenai film yang akan dibuat (Cooper, 2005).

3.) Alasan Mengapa Sebuah Film Penting Untuk Diproduksi

Isi pada bagian ini merupakan *statement* dari produser dan *director* tentang film dan *value* yang dimiliki film tersebut.

4.) Nama Cast Yang Bisa Menjual Film Ini

Nama-nama *cast* yang terkenal biasanya menjadi daya tarik bagi para sponsor.

5.) Nama- Nama Crew Inti

Biasanya *crew* inti yang dimasukkan dalam proposal adalah Produser, *Director* dan *Writer*. Dalam bagian ini terdapat profil dari ketiga *crew* tersebut.

6.) Rincian Budget

Berisi tentang rincian *budget* yang akan dikeluarkan dalam pembuatan sebuah film. Penulis mencantumkan rincian *budget* dari film *The Woods* yang terdapat pada halaman lampiran.

7.) Daya Jual

Hal-hal yang dalam film yang mempunyai nilai jual kepada sponsor atau penawaran yang produser berikan kepada sponsor.

8.) Jadwal Cash Flow (Arus kas)

Cash flow (arus kas) adalah dokumen penting yang berisi tentang keuangan film, dibuat untuk menganalisis biaya apa saja yang akan dikeluarkan, berapa besar biayanya dan kapan biaya tersebut akan dikeluarkan. Biasanya sang sponsor (investor) ingin melihat cash flow film sebelum dia mendanai film

tersebut. Hal ini mempermudah sponsor (investor) untuk mengetahui kapan dan berapa dana yang harus dia kasih dalam film tersebut.

Tabel 2.1 Cash Flow Schedule

		Budget			-2 Weeks	
43-00	PRODUCTION STAFF	56,200	500	2,700	8,450	11,000
44-02	Costume Designer	6,900		600	1,500	1,500
44-03	Ward. Supervisor/Set Cost	5,500			1,250	1,250
44-86	Box Rentals	100				
44-90	Wardrobe Purchase/Rental	5,750				5,750
44-95	Materials & Supplies	250				250
44-00	WARDROBE	18,500	0	600	2,750	8,750
45-02	Key Make Up Artist	2,750				250
45-10	Key Hair Stylist	2,750				250
45-86	Box Rentals	600				
45-95	Materials & Supplies	500			1	500
45-00	MAKE UP & HAIR	6,600	0	0	0	1,000
47-04	1st Assistant Camera	3,250				500
47-05	2nd Assistant Camera	3,900				650
47-09	Still Photographer	750			1	
47-85	Rentals	17,000				17,000
47-95	Materials & Supplies	750				750
47-00 43-11	CAMERA Asst. Accountant	25,650 0	0	0	0	18,900
43-14	Office PA	2,500			500	500
43-21	Set PA's	4.000				

(Sumber: Indie Film Budget and Schedule, 2011)

9.) Project Income / Financial Projection

Berisi tentang rencana usaha atau kinerja ekonomi dari sebuah film. Hal ini untuk memberikan gambaran kepada sponsor khususnya sang investor tentang bagaimana mereka bisa mendapatkan dana yang mereka investasikan ke film tersebut (Cones, 2011).

Tabel 2.2. Income Projections

		Notes	Low	Medium	High
	(\$ Millions)				
Dom	estic Theatrical Sales				
	Box Office Gross	1	\$0.0	\$0.0	\$0.
43%	Less Exhibitor/ Theater Share	2	\$0.0	\$0.0	\$0.
	Gross Film Rental		\$0.0	\$0.0	\$0.
35%	Less Distributor Fee	3	\$0.0	\$0.0	\$0.
	Less Prints and Advertising		\$0.0	\$0.0	\$0.
	Domestic Theatrical Net Profit		\$0.0	\$0.0	\$0
Dom	estic Ancillary Sales				
	Pay Cable		\$0.0	\$0.0	\$0
	Network TV Revenue		\$0.0	\$0.0	\$0
	TV Syndication		\$0.0	\$0.0	\$0
	Home Video Market		\$0.0	\$0.0	\$0
	Gross Ancillary Sales	4	\$0.0	\$0.0	\$0
35%	Less Distributor Fee		\$0.0	\$0.0	\$0
	Domestic Ancillary Net Profit	5	\$0.0	\$0.0	\$0
Fore	ign Theatrical Sales				
	Box Office Gross		\$0.0	\$0.0	\$0
50%	Less Exhibitor/ Theater Share	6	\$0.0	\$0.0	\$0
40%	Less Distribution Fee	7	\$0.0	\$0.0	\$0
	Less Prints and Advertising		\$0.0	\$0.0	\$0
	Foreign Theatrical Net Profit		\$0.0	\$0.0	\$0
Fore	ign Ancillary Sales				
	Pay Cable Revenue		\$0.0	\$0.0	\$0
	Television Revenue		\$0.0	\$0.0	\$0
	Home Video Market		\$0.0	\$0.0	\$0
	Gross Ancillary Sales		\$0.0	\$0.0	\$0
40%	Less Distribution Fee		\$0.0	\$0.0	\$0
	Foreign Ancillary Net Profit	8	\$0.0	\$0.0	\$0
Reve	enue and Profit				
	Total Worldwide Revenue	9	\$0.0	\$0.0	\$0
	Total Revenue after Fees	10	\$0.0	\$0.0	\$0
	Less Film Negative Costs	11	\$0.0	\$0.0	\$0
	Total Net Profit		\$0.0	\$0.0	\$0



	Enter Film #1	Enter Film #2	Enter Film #3
(\$ Millions)			
Domestic Theatrical Sales			
Box Office Gross	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Less Exhibitor/ Theater Share	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Gross Film Rental	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Less Distribution Fee	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Less Prints and Advertising	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Domestic Theatrical Net Profit	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Domestic Ancillary Sales			
Home Video Revenue	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Other Ancillary Sales	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Gross Ancillary Sales	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Less Distribution Fee	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Domestic Ancillary Net Profit	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Foreign Sales			
Foreign Box Office Gross	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Less Exhibitor/ Theater Share	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Total Foreign Revenue	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Less Distribution Fee	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Foreign Theatrical Net Profit	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Revenue and Profit			
Total Worldwide Net Profit	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Less Film Negative Costs	\$0.0	\$0.0	\$0.0
Total Net Profit	\$0.0	\$0.0	\$0.0
3 yr Return on Investment (ROI)			

(Sumber: Film Proposal.com, 2002)

10.) Sponsor Kategori

Sponsor kategori merupakan penggolongan sponsor menurut besarnya dana yang diberikan dalam film ini beserta *benefit* apa yang akan diberikan pada mereka (sponsor). Berikut ini adalah salah satu contoh sponsor kategori dari prestige (2011)

Prestige Film Festival Sponsorship Categories and Benefits

- 1.) Sponsor Package #1 = \$5,000 lebih
- a.) 8 Tiket ke The Prestige Film Festival
- b.) Satu poster dari film festival
- c.) Satu banner film festival

- d.) Nama perusahaan di main banner
- e.) Nama perusahaan di setiap poster
- f.) Iklan perusahaan di setiap program festival
- g.) Iklan perusahaan di web festival selama 3 bulan
- k.) Iklan di radio, televisi dan koran
- l.) Mendapatkan hak akses festival
- m.) Nama perusahaan dimasukkan dalam kategori sponsor festival

2.) Sponsor Package #2 = \$1,000

- a.) 4 tiket ke The Prestige Film Festival
- b.) Satu poster film festival
- c.) Nama perusahaan di main banner
- d.) Iklan perusahaan di setiap program festival
- e.) Iklan di radio, televise dan koran
- f.) Mendapatkan hak akses festival

3.) Sponsor Package #3 = \$500

- a.) 2 tiket ke The Prestige Film Festival
- b.) Satu poster film festival
- c.) Iklan perusahaan di setiap program festival
- d.) Iklan di Koran
- e.) Mendapatkan hak akses festival

11.) Strategi Distribusi

Memaparkan tentang jalur distribusi yang akan produser lakukan setelah filmnya jadi. Hal ini untuk memberikan informasi kepada *investor* tentang jalur distribusi dan target pasar untuk filmnya.

12.) Timeline

Rencana kegiatan atau aktivitas film dari tahap *development* sampai *releases*.

Biasanya dibikin dalam bentuk *table*.

RENCANA KERJA TIMELINE 2012.planner - Planner Feb 2012 Mar 2012 Apr 2012 Work Veek 5 Week 9 Week 10 Week 11 Week 12 Week 13 Week 14 Week 15 Week 16 ▼ PRA PRODUKSI (SASANDO) 67d Design 20d 20d Concept Art Storyboard 8d 2D Animatic 3d Blocking/Layout 7d 1d ▼ PRODUKSI (SASANDO) 110d 7h 22d Modeling Texturing 22d 14d 7h Rigging Stagging/Layout 10d Key Animasi 10d Animasi Karakter 20d Sound Design Rendering GL PASKA PRODUKSI (SASANDO) 6d Sound FX 1d Visual FX 1d Rendering Scene Compositing 1d Rendering Final 1d 1d Finishing

Tabel 2.3 Timeline Film Pendek "SASANDO"

(Sumber: Sasando, 2012)

2.5. Pitching

Setelah membuat proposal untuk sponsor, seorang produser biasanya mempersiapkan diri untuk *pitching* cerita di depan sponsor.

Menurut Fred Rodgers (2011, hal. 34), ada beberapa tips agar lebih produktif dan tidak terlalu stres saat *pitching* cerita di depan sponsor.

- 1.) Membuat garis besar dari apa yang akan kita pitching
- 2.) Melakukan sedikit riset atau penelitian
- 3.) Berusaha atau berjuang untuk menghafal apa yang akan kita pitching
- 4.) Awali *pitching* dengan *establishing genre* (bentuk, kategori atau klasifikasi tertemtu dari beberapa film yang memiliki kesamaan bentuk, latar, tema, suasana dan lainnya), dan pastikan mengatur *scene* (tindakan dalam satu lokasi dan bersifat *continuous*) secara akurat
- 5.) Memberitahukan atau merumuskan *log line* (ringkasan singkat dari sebuah film). Beberapa *summary* dari proyek kita seperti *protagonist, need and want*-nya, *problem* dan *ending*
- 6.) Membagi garis besar cerita dalam tiga tahap (awal, tengah dan akhir)
- 7.) Waktunya untuk *age-old question* "Haruskah saya memaparkan akhirnya?"
- 8.) Biasakan untuk mempercepat pitching.

Rodger (2011, hal.35) juga menambahkan bahwa biasanya setelah melakukan *pitching*, produser menunggu jawaban dari sponsor. Jika sponsor tertarik dengan *pitching* produser, mereka akan melakukan *call back* dan bernegosiasi dengan produser.

