

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *TV Commercial*

Dalam buku *Marketing* yang ditulis oleh Courtland L. Bovee / *Courtland* (1992), memberikan pengertian dari TVC atau iklan yaitu suatu komunikasi non-personal dan berbayar dan memiliki sifat persuasif dari suatu jasa, produk, atau ide dari sponsor yang dimuat melalui berbagai media.

Seperti yang kita ketahui iklan dibuat dengan tujuan membujuk serta mengajak khalayak ramai atau masyarakat untuk tertarik kepada sebuah produk atau jasa yang menarik masyarakat untuk memiliki rasa ketertarikan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan melalui iklan, selain itu melalui iklan kita dapat mempengaruhi orang lain yang merupakan target market untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan kepada mereka.

Selain sebagai sarana pengenalan iklan pun memiliki manfaat yang menguntungkan untuk kedua belah pihak dari sisi pembuat iklan maupun mereka yang menjadi target market dari iklan tersebut. Manfaat yang didapatkan oleh pembuat iklan adalah produk atau jasa yang mereka tawarkan dapat lebih diketahui oleh khalayak dan masyarakat secara luas, dari sini mereka bisa mendapatkan konsumen baru sehingga dapat meningkatkan permintaan dan angka penjualan produk maupun jasa yang mereka tawarkan, selain itu keuntungan yang didapatkan adalah meningkatkan *brand awareness* terhadap sebuah merek atau perusahaan atau produk yang mencerminkan produk atau jasa yang perusahaan tersebut

tawarkan sehingga masyarakat luas dapat dengan mudah mengidentifikasi atau mengetahui produk atau jasa apa yang harus dicari jika mereka membutuhkannya.

Berikut adalah beberapa jenis iklan yang ada dimasyarakat yaitu:

1. Iklan komersil
2. iklan niaga
3. Iklan pelayanan masyarakat
4. Iklan pengumuman
5. Iklan permintaan

Dalam sebuah Iklan harus memiliki karakteristik serta ciri yang signifikan sehingga masyarakat dapat mengetahui informasi serta pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat atau target pasar mereka. Ciri yang paling utama ialah informasi atau pesan yang diberikan akan dikemas atau dibuat secara komunikatif dan informatif sehingga masyarakat akan lebih mudah mengerti, selain itu kata-kata yang digunakan pada sebuah iklan akan lebih persuasif agar terasa lebih menarik bagi target marketnya, maksud dari persuasif adalah menggunakan Bahasa yang logi, tepat, sopan dan mudah dimengerti oleh masyarakat sehingga dapat dengan mudah menjelaskan tentang produk atau jasa apa yang akan dijual.

Pada dasarnya hal yang paling mendasar dan harus diperhatikan dalam iklan adalah apa pesan yang ingin disampaikan pada iklan tersebut, selain keunikan dan kekreatifan dalam pembuatannya iklan pun harus dapat dengan mudah

memberikan pesan yang harus disampaikan pada penonton atau target marketnya. Penyampaian pesan yang mudah adalah hal yang sangat penting dalam pembuatan iklan karena pesan yang informatif sangat diutamakan. Semakin pesan tersebut mudah diterima maka keuntungannya yang didapat oleh perusahaan atau *brand* akan dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat, hal ini berhubungan dengan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan atau *brand* tersebut. Penyampaian pesan ini pun berhubungan dengan *platform* apa yang akan digunakan untuk penyebaran iklan ini.

Menurut Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh benyamin molan (2007:244) menyebutkan bahwa iklan adalah presentasi non pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu dan harus dibayar. Menurut pengertian tersebut maka sebuah iklan pasti harus mendapatkan *value* maka dari itu pihak pembuat dan *client* harus memiliki perjanjian akan pembayaran dari hasil iklan tersebut.

Setiap iklan yang dibuat pasti menguntungkan kedua belah pihak, untuk *client* mereka mendapatkan hasil berupa *video*, *poster*, dan lain-lain, selain itu mereka dapat menggunakan aset mereka tersebut untuk disebarluaskan untuk memasarkan produk mereka. Dari hasil tersebut mereka akan mendapatkan perhatian dari target pasar mereka.

Hasil nyata dari periklanan adalah penambahan pendapatan mereka dari sebuah produk yang diiklankan, namun *platform* yang digunakan pun memiliki ketentuan atau kriteria tertentu, pada abad 20 ini masyarakat lebih banyak

menggunakan media sosial sebagai lahan mereka untuk memasarkan produk mereka karena target market mereka akan lebih mudah didapat dari media tersebut.

Menurut Kasali (2007:45) iklan mempunyai tujuan utama yaitu menjadi salah satu alat komunikasi dan koordinasi, hal ini berhubungan langsung antara *client* dan sebuah *production house* atau pihak pembuat iklan. Mereka harus memiliki satu tujuan dan konsep yang sama sebelum konsep tersebut dilanjutkan menjadi sebuah cerita yang pada akhirnya akan menjadi sebuah media atau sarana penjualan mereka.

Selain menjadi sarana komunikasi setiap iklan mempunyai kriteria dalam pengambilan keputusan, pengambilan keputusan ini berdasar dari pasar mana yang akan mereka pilih, selain itu target market mereka harus dapat sesuai dengan konten yang akan mereka buat tentang produk mereka, harus mengetahui konten apa yang akan mereka buat dan harus sesuai dengan tujuan apa iklan tersebut dibuat

Schenk dan long (2012) mengatakan bahwa ada dua jenis iklan yaitu dengan menggunakan *soft selling* atau *hard selling*, kedua jenis ini digunakan sesuai kebutuhan dari pemilik produk tersebut, dalam pembuatan video akan didasari dari tujuan apa yang ingin dicapai oleh pemilik produk, video yang akan digunakan hanya untuk keperluan pribadi atau untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas, sebuah video dibagi menjadi beberapa jenis kategori yaitu seperti video program pelatihan, video motivasi, video untuk program publik.

2.2. PRODUSER

Menurut Hontaner (2010) produser adalah seorang yang memulai, mengkoordinasi, mensupervisi, dan mengendalikan semua aspek kreatif, teknis, dan administratif dari sebuah film.

Honthaner (2010) juga berpendapat bahwa tugas-tugas yang dilakukan ketika tahap pra-produksi yaitu:

1. Memastikan skenario siap diproduksi.
2. Membuat jadwal dan *budget* produksi.
3. Mencari dan membuat kantor produksi.
4. Merekrut kru dan mencari *cast*.
5. Melakukan pertemuan dengan koordinator tiap departemen dan membicarakan anggaran serta memastikan film dapat diproduksi dengan *budget* yang telah ditetapkan.
6. Memastikan skenario sudah melewati tahap riset dan cocok untuk diproduksi.
7. Mengevaluasi lokasi, efek visual, efek khusus dan stunt yang dibutuhkan dalam film.
8. Mengurus masalah asuransi.
9. Membuat kontrak dengan kru yang terlibat.
10. Mencari, memilih lokasi dan menghubungi komisi film bila membutuhkan lokasi yang jauh.
11. Mengatur transportasi, akomodasi dan penginapan.
12. Mengurus paspor, visa kerja, dan hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan di luar negeri.

13. Memantau penata artistik dalam membuat dan mendekorasi set, pencarian kostum dan keperluan rias lain yang dibutuhkan dalam skenario.
14. Merencanakan *reading* dan *rehearsal* untuk aktor.
15. Merekam kegiatan pra-produksi.
16. Mencari tenaga pengajar untuk mengajari aktor adegan yang membutuhkan keterampilan bila dibutuhkan dalam film.
17. Bernegosiasi dengan pihak ketiga seperti peminjaman alat, kendaraan dan *catering*.
18. Mempersiapkan seluruh perjanjian, rilis, kontrak dan berkas produksi.
19. Membuat jadwal harian hingga jadwal pasca-produksi.
20. Memastikan hak cipta musik, video dan perangkat lain yang digunakan (hlm.95).

Produser adalah seorang yang bertanggung jawab penuh atas segala aspek yang terjadi saat proses pembuatan sebuah film, seorang produser bertanggung jawab memastikan segala proses pembuatan film dari awal hingga akhir. Seorang produser juga harus dapat membuat seluruh tim memiliki visi dan misi yang sama, serta memiliki kapabilitas untuk mengatur segala aspek termasuk keuangan yang arusnya akan selalu berdampingan dengan konsep yang dibuat oleh divisi kreatif. Walaupun produser merupakan pemegang tanggung jawab tertinggi

Kemudian Rea dan Irving juga memberikan panduan untuk produser selama tahap pra-produksi agar produksi lancar, yaitu:

1. Bersikap positif.
2. Waktu yang cukup untuk tahap pra-produksi.

3. Mempersiapkan *timeline* produksi.
4. Mengadakan rapat rutin.
5. Memberikan tanggung jawab.
6. Jangan pernah berasumsi apa-apa.
7. Boleh melanggar aturan.
8. Ingat bahwa semua hal dapat berubah.
9. Tetap dalam kondisi sehat.

Berada dalam sebuah produksi film bisa jadi hal yang mengasyikkan namun bisa juga membuat stres. Namun produser produksi harus menjaga kesehatan karena bila produser jatuh sakit akan memperlambat bahkan menunda *shooting* (hlm. 40-41).

Grove (2004) berpendapat bahwa produser adalah orang yang tidak ingin menjadi pusat perhatian walaupun sudah mengerjakan tugasnya dengan benar (hlm. 181). Ia menambahkan bahwa seorang produser harus memiliki 7 kualitas esensial, yaitu:

1. Pahami skenario yang dibuat.

Mencari skenario yang baik sangatlah sulit. Meskipun sulit, bila sudah menemukannya pergunakanlah waktu sebanyak mungkin untuk memahami skenario tersebut.

2. Peka tentang uang.

Produser harus mencari sumber dana untuk biaya produksi. Carilah dan pahami peluang yang ada.

3. Kembangkan komunikasi antar individu dengan baik.

Kemampuan membujuk produser sangat diperlukan. Bukan hanya dapat mengkomunikasikan ide cerita pada investor, tetapi juga kepada aktor, kru dan akhirnya kepada distributor.

4. Cerdik dalam bisnis.

Kemampuan ini tidak bisa diajarkan oleh siapapun dan kemampuan ini tidak bisa dibeli. Pengalamanlah yang menjadi guru untuk mendapatkan kecerdikan dalam berbisnis.

5. Terorganisir dan mampu melakukan banyak hal sekaligus.

Dapat melakukan banyak pekerjaan sekaligus adalah nilai tambah dari seorang produser. Pahami apa yang menjadi prioritas dan usahakan jangan salah dalam mengambil keputusan.

6. Energi yang banyak.

Persiapkan energi untuk proses produksi yang panjang. Jangan lupa, produser tidak hanya memperhatikan energi diri sendiri namun seluruh kru yang terlibat.

7. Miliki talenta.

Talenta memiliki arti luas, namun pada konteks ini talenta yang dimaksud adalah talenta untuk menghasilkan film; talenta untuk mendapatkan penulis yang baik; talenta untuk mengembangkan cerita; talenta untuk bekerja sama dengan casting director; talenta dalam mencari rekan kerja; talenta untuk mempromosikan film dan talenta lain yang mungkin tidak terbayangkan harus dimiliki oleh orang lain (hlm. 185-186).

Seorang produser harus memiliki kemampuan untuk mengatur segala aspek dalam pembuatan film, selain itu seorang produser harus dapat melihat peluang yang menguntungkan selama pembuatan film berlangsung. Seorang produser yang dapat melihat peluang dengan baik akan mempermudah pekerjaan mereka dan divisi lain dalam pembuatan film.

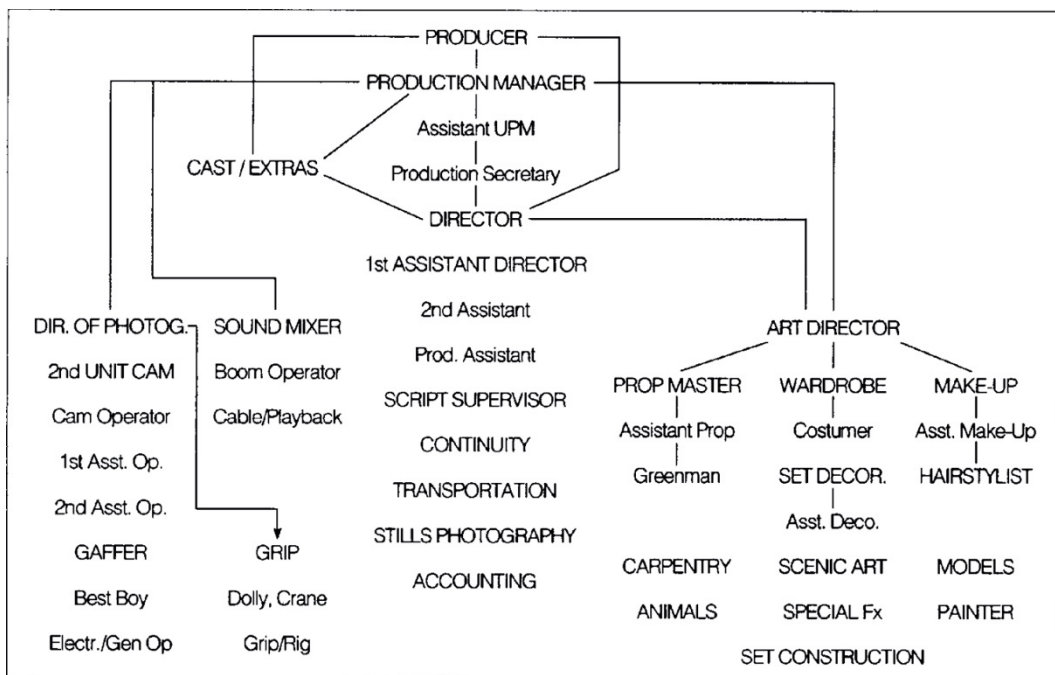
Menurut Rea dan Irving (2010) , produser memiliki tugas dan peranan yang harus dilaksanakan dan vital yaitu sebagai berikut:

1. Mengoordinasi, memfasilitasi dan mengawasi seluruh tahap pra-produksi
2. Mempersiapkan script breakdown dan membuat jadwal *shooting*
3. Membuat dan mengontrol *budget*
4. Membuat kesepakatan dengan kru
5. Mengatur peralatan untuk produksi
6. Mengawasi pengeluaran harian
7. Mengontrol lokasi yang akan digunakan
8. Mengontrol keputusan produksi
9. Mengatur perubahan jadwal
10. Mengatur masalah logistik
11. Mengatur masalah lokasi dan konsumsi
12. Mempersiapkan asuransi
13. Memastikan masalah perizinan
14. Memastikan rilis aman
15. Memastikan kegiatan produksi berjalan sesuai rencana
16. Menyelesaikan laporan produksi harian untuk menjadi pembanding antara

anggaran dengan pengeluaran produksi yang sudah dilakukan (hlm. 98).

2.2.1. Tugas, Pembagian, Pelaksanaan Produser

Menurut buku *The Director of America (DGA)*, seorang produser memiliki urutan dalam produksi dan memiliki tugas yang berbeda-beda, pembagian tersebut terbagi agar setiap organisasi memiliki tugas dan pengawas yang sesuai dan memiliki satu kepala yang memberikan keputusan akhir, sehingga tidak ada kesalah pahaman dan perbedaan pendapat dalam proses *shooting*.



Gambar 2. 1 Tugas Dan Kerja Produser (Sumber: *The Director of America*)

Setiap produksi pada sebuah film atau *shooting* pasti terdapat kru yang ikut serta dalam proses *shooting* atau pembuatan film, menurut Bastian Clave (2006) para kru telah dipilih sesuai dengan kemampuan masing-masing individu, setiap divisi memiliki tugas dan kewajiban masing-masing dalam proses pembuatan film. Setiap divisi harus memiliki kerja sama yang baik dengan divisi lain, sehingga

proses pembuatan film akan lebih mudah dan sesuai dengan konsep dan kontrak awal.

Menurut Elliot Grove (2004) mengacu pada elemen anggaran yang akan digunakan untuk proses *shooting*, orang-orang dibidang kreatif akan banyak sekali turut andil dalam keterlibatan proyek ini. Namun seorang produser tetap bekerja dibelakang layar untuk memasitikan semuanya berjalan dengan lancar, dan produser akan mengerjakannya dengan baik. Seorang produser akan dibantu oleh beberapa orang yang akan membantu menyelesaikan tugasnya.

Dalam mengerjakan tugasnya (hal 182) seorang produser akan dibantu oleh beberapa orang yang bertanggung jawab dibawahnya langsung yaitu:

1. *Assistant producer.*

Seorang *assistant producer* memiliki tugas untuk berhubungan langsung dengan aktor atau aktris secara pribadi, seorang *assistant producer* tidak mempunyai hak untuk mengatur keuangan atau hal yang lainnya.

2. *Excutive producer.*

Seorang *excutive producer* memiliki tugas untuk mengatur keuangan yang akan digunakan untuk produksi, selain itu seorang *excutive producer* memiliki akses langsung dengan pihak klien.

3. *Line producer.*

Seorang *line producer* adalah yang mengatur jadwal dan ketepatan waktu selama proses *shooting* berlangsung.

Menurut Eve Light (2010) setiap orang harus dapat menentukan diri mereka sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki, karena hal itu akan menunjang pekerjaan masing-masing untuk meningkatkan kinerja mereka, tim yang ideal adalah mereka akan bekerja dengan baik bersama dan setiap anggota saling memahami dan mendukung satu sama lain dengan tujuan yang sama. Agar terjalin hubungan yang baik dalam setiap proses pembuatan film tersebut.

Dengan kata lain, sebaiknya kita menemukan rekan kerja yang tepat dalam hal ini kita menemukan seorang produser dan sutradara atau anggota lain dari tim walaupun kita tidak menemukan langsung kesamaan satu dengan yang lain namun setidaknya kita akan lebih mudah bergaul atau bekerja dengan mereka. Hal ini disarankan karena kita akan lebih mudah berkompromi dan menghormati satu dengan yang lain serta saling menginspirasi dan memberi masukan tanpa ada beban yang terlalu berat karena rasa tidak enak. Lingkungan yang baik akan mempengaruhi hasil yang dikerjakan oleh tim tersebut.

Tanggung jawab pekerjaan seorang produser dalam proses pembuatan film sangatlah berpengaruh besar dan kesulitan dalam pembuatan film sangatlah bervariasi termasuk tugas yang akan dikerjakan oleh seorang produser sangatlah banyak, sehingga seorang produser membutuhkan bantuan atau pembagian untuk mengerjakan tugasnya masing-masing seperti mengatur anggaran, membuat jadwal, mencari lokasi, mencari *talent* atau *cast* yang sesuai dengan naskah.

Berikut ini adalah tugas dan kewajiban dari mereka yang berkecimpung langsung di bidang manajerial sebagai berikut:

1. *Executive producer*

Seorang *executive producer* adalah mereka yang mengawasi satu atau lebih produser yang bekerja dibawahnya, seorang *executive producer* adalah mereka yang memiliki atau mengumpulkan dana dalam sebuah produksi. Biasanya *executive producer* adalah mereka yang bersinggungan dengan client atau mereka yang memiliki dana untuk pembuatan film tersebut. Mereka memiliki hak untuk mengatur *cash flow* yang terjadi dalam produksi, selain itu mereka bertugas untuk mengatur struktur hukum dalam produksi.

2. *Producer*

Seorang *producer* adalah mereka yang mengatur, berkoordinasi, mengawasi, serta mengedalikan aspek keuangan dan kreatif. Mereka ada merinci administrasi, keuangan, teknis serta menjadi penghubung antara kru dan *executive producer*. Seorang *producer* harus mahir bernegosiasi dan membuat keputusan yang benar dan baik bagi semua pihak. Seorang *producer* memiliki tugas untuk mencari kru, bernegosiasi, mencari talent, membantu membangun cerita, dan masih banyak lagi.

3. *Co-Producer*

Seorang *co-producer* bertugas menjadi *assistant producer* secara langsung, mereka akan bertugas membuat jadwal, berkomunikasi dengan talent, dan memiliki tugas yang mirip dengan *producer*.

4. *Line Producer*

Seorang *line producer* bertugas untuk menjadi tangan kanan *producer* untuk mengatur keuangan dalam proses pembuatan film dan membuat jadwal yang akan digunakan selama proses pembuatan film berlangsung.

5. *Unit Production Manager* (UPM)

Seorang UPM memiliki tugas yang mirip, mereka memiliki tugas untuk mengatur dan mengawasi proses pembuatan film secara langsung, mereka harus dapat menjadi penengah dalam pemecahan masalah, mereka harus dapat bernegosiasi dengan tim produksi, vendor, dan lain-lain. Seorang UPM adalah mereka yang bertanggung jawab secara langsung pada saat proses *shooting* pada hari H.

Honthaner (2010) mengatakan bahwa pengalaman dari seorang produser atau manajer produksi maupun orang yang bertanggung jawab untuk membuat *budget* akan berpengaruh besar saat pembuatannya. *Budget* dapat dibuat oleh siapa saja namun orang-orang yang sudah biasa pasti akan lebih peka dan teliti fungsi dan tujuan dari *budget* yang telah dialokasikan tersebut, selain itu orang tersebut akan memiliki alokasi lain untuk hal-hal yang bisa saja terjadi saat masa produksi. Ryan (2010) memperkuat pernyataan Honthaner dan mengatakan bahwa seorang produser harus membutuhkan kemampuan untuk membuat *budgeting*. Tahapan utama untuk membuat *budget* adalah membuat rincian penggunaan *budget* tersebut serta membuat estimasi pengeluaran atau penggunaan *budget* tersebut.

Saroengallo (2008) mengatakan bahwa terdapat enam elemen yang dibutuhkan untuk membuat suatu estimasi *budget* yaitu:

1. Bahan baku
2. Jumlah hari *shooting*
3. Jumlah lokasi *shooting*
4. Lokasi yang berada didalam atau luar kota
5. Asuransi

6. Biaya tak terduga

Rea dan Irving (2015) menyebutkan bahwa *budget* adalah uraian yang terperinci serta lengkap mengenai biaya yang dibutuhkan untuk membiayai sebuah produksi dari proses pra-produksi, produksi, hingga *post*-produksi. *Budget* yang ada ini menjadi patokan utama atau pedoman bagi semua divisi apakah semua keperluan mereka dapat dipenuhi atau tidak. *Budget* yang ada dapat dialokasikan dengan baik sehingga proses produksi dapat lebih efektif, dalam hal ini Tomaric (2008) menuliskan dalam bukunya cara mengurangi atau membuat produksi menjadi efektif yaitu dengan cara:

1. Meminimalisir jumlah lokasi

Karena menggunakan lokasi yang sedikit maka akan berpengaruh kepada waktu serta transport yang digunakan, selain itu kita tidak usah memindahkan alat serta hal lainnya.

2. Meminimalisir pengaturan kamera

Persiapan yang matang serta konsep yang baik akan membuat flow pemindahan kamera lebih efektif, penggunaan alat yang sesuai dengan fungsinya pun akan membuat proses *shooting* menjadi lebih efektif.

3. Bekerja dengan crew professional

Jika kita memilih crew yang professional dan mempunyai banyak pengalaman mereka akan paham apa yang harus dilakukan dan apa yang dibutuhkan sesudahnya sehingga proses *shooting* semakin efektif.

4. Meminimalisir jumlah cast

Penggunaan cast yang tidak terlalu banyak juga akan membuat proses *shooting* menjadi lebih cepat, selain itu penggunaan cast yang sudah memiliki banyak pengalaman akan membuat mereka lebih mudah untuk diatur.

5. Melakukan *shooting* adegan didalam ruangan

Karena didalam ruangan maka kita tidak perlu berurusan dengan masalah cuaca dan arah matahari sehingga proses *shooting* akan lebih mudah.

6. Hindari efek khusus dan elemen yang rumit seperti fasilitas publik, binatang, anak kecil, keramaian, dan lain-lain (hlm. 67-68).

Menurut Worthlington (2009, hlm.3) produser memiliki tanggung jawab dari awal produksi hingga akhir produksi, tugas produser adalah untuk membuat *budgeting*, *timeline*, serta mempersiapkan segala sesuatu untuk kebutuhan produksi, seorang produser mencari kru, mencari lokasi, membuat alur kerja selain itu produser juga bertanggung jawab atas segala surat-surat perjanjian dengan seluruh orang yang ikut serta dalam produksi.

2.3. Lokasi

Menurut Worthington (2009, hlm 114) menyebutkan pemilihan lokasi *shooting* dapat sangat mempengaruhi *budget* serta jadwal produksi, saat memilih lokasi yang akan digunakan seorang produser juga harus memperhatikan keamanan serta keselamatan kerja sehingga proses produksi dapat berjalan dengan aman dan sesuai dengan waktu yang telah dibuat.

Menurut Rea dan Irving (2010) seorang produser harus dapat menjaga kepercayaan dari pemilik lokasi tersebut serta harus berkomunikasi dengan pemilik

lokasi apa yang boleh dilakukan dan tidak dilokasi tersebut. Produser juga harus dapat mengatur crew produksi untuk tetap menjaga dan menaati aturan yang ada di lokasi tersebut. Sebanyak apapun tim produksi yang ikut serta dalam pembuatan film setiap individu harus bertanggung jawab akan segala sesuatu yang terjadi dilokasi. Setiap tim produksi harus dapat menjaga nama baik komunitas film agar setelah produksi berakhir, tim produksi lainnya dapat tetap menggunakan lokasi tersebut.

Rea dan Irving (2010 hal 139) menambahkan cara tim produksi dapat mencari lokasi yang tepat untuk menjadi tempat produksi antara lain:

1. Mengetahui penanggung jawab lokasi yang dipakai.
2. Mengetahui lokasi yang tepat guna sesuai dengan kebutuhan produksi.
3. Mencari lokasi yang sesuai dengan kebutuhan

Bastian clave (2006) menyebutkan bahwa tim produksi harus berbicara secara jujur kepada pemilik lokasi mengenai penggunaan lokasi yang akan mereka pakai atau sewa, hal ini dibutuhkan untuk mempersiapkan segala sesuatu yang akan terjadi dan meminimalisir hal yang tidak diinginkan selama proses produksi. Informasi yang harus diberikan kepada pemilik lokasi yaitu:

1. Jenis produksi (komersial, TV, Film fiksi, *music video*, atau video perusahaan).
2. Jumlah hari produksi.
3. Waktu *shooting*.
4. Jadwal pengambilan secara detail. (jumlah hari serta jam produksi)
5. Pergantian jadwal *shooting* (jika berubah).
6. Jenis aktivitas yang dilakukan dilokasi.

7. Jumlah orang serta kendaraan yang terlibat produksi.
8. Penggunaan stunt atau efek secara langsung.

2.4. Protokol COVID-19

Dunia pada tahun 2020 dilanda pandemi COVID-19 termasuk negara kita yaitu Indonesia, pada tanggal 2 Maret 2020 kasus pertama tercatat oleh pemerintah dan bertambah setiap harinya, sehingga pemerintah membuat keputusan untuk menerapkan PSBB yaitu Pembatasan Sosial Bersekala Besar, maka pemerintah memberlakukan aturan-aturan terbaru untuk mencegah penyebaran virus COVID-19. Pemerintah membuat pedoman hidup baru yang harus ditaati oleh masyarakat yaitu menjaga jarak, memakai masker dan mencuci tangan.

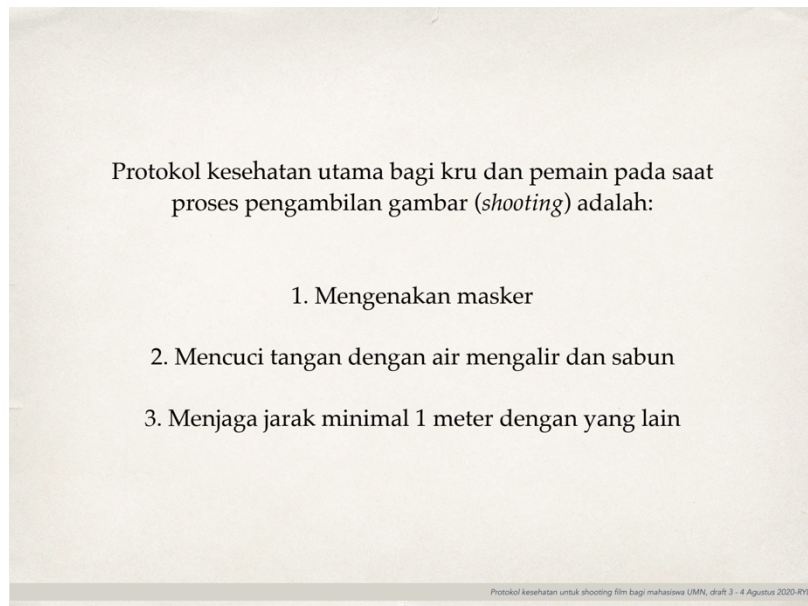
Kementrian Kesehatan Republik Indonesia mengeluarkan keputusan menteri HK.01.07 yang berisi tentang protokol kesehatan bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum dalam rangka pencegahan serta pengendalian COVID-19. Surat ini berisi tentang aturan yang mengatur masyarakat untuk ikut serta mendukung program pemerintah untuk menangani virus ini agar masyarakat dapat tetap produktif dan terhindar dari paparan virus tersebut. Dunia perfilman Indonesia mendapatkan perubahan pola kerja yang sangat drastis bukan hanya di Indonesia namun di dunia, pemerintah menetapkan pola hidup baru (*new normal*) agar dunia kreatif dapat tetap berjalan. Jasa ekonomi kreatif meliputi sector film, animasi, dan video harus mengikuti aturan yang ada saat produksi yaitu memakai masker, mencuci tangan dan menjaga jarak. Selain itu kapasitas dalam satu ruangan tidak boleh lebih dari 50% dari seharusnya (hlm. 6-56).

Aturan yang diberlakukan selama proses *shooting* dimasa pandemik COVID-19 untuk seluruh penggerak bidang ekonomi kreatif yaitu antara lain:

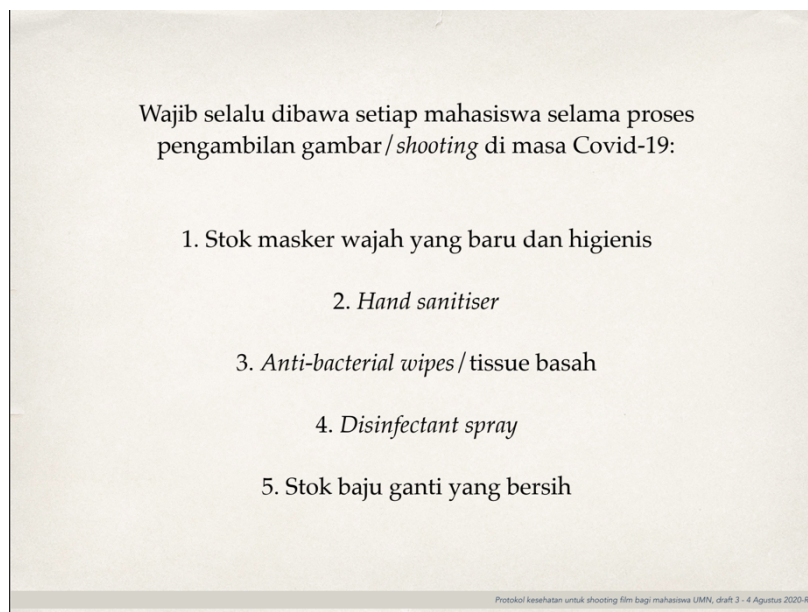
1. Selalu menjaga kesehatan serta kondisi yang baik sebelum melaksanakan proses kerja, jika memiliki gejala-gejala yang menyerupai gejala COVID-19 maka diharuskan untuk memeriksa kondisi dahulu sebelum berangkat kerja.
2. Saat perjalanan dan selama bekerja selalu menggunakan masker, menjaga jarak serta menghindari menyentuh daerah wajah. Jika terpaksa maka pastikan tangan bersih dan mencuci tangan menggunakan sabun atau menggunakan *handsanitaizer*.
3. Melakukan pembersihan serta disinfeksi area kerja sebelum dan sesudah bekerja (termasuk peralatan lainnya yang digunakan).
4. Melakukan berbagai upaya untuk meminimalkan kontak fisik dengan orang lain pada saat aktifitas kerja.
5. Saat tiba di rumah segera mandi dan berganti pakaian sebelum kontak dengan keluarga di rumah, serta membersihkan peralatan yang dipakai selama diluar rumah atau alat kerja.
6. Meningkatkan daya tahan tubuh, makan makanan yang bergizi serta tidur yang cukup.

Lionsgate membuat aturan baru dalam mengatur protokol kesehatan dimasa Pandemi COVID-19 untuk mengatur serta membantu pekerja dibidang kreatif dapat melaksanakan pekerjaan dan dengan tetap mengikuti protokol kesehatan yang berlaku

Selain dari kementrian, Universitas Multimedia Nusantara juga memberikan aturan- aturan yang berisikan tentang protokol kesehatan yang harus diberlakukan oleh mahasiswa pada saat melaksanakan proses *shooting* baik didalam kampus maupun diluar kampus, selain itu barang- barang serta peralatan yang harus selalu disediakan dan dipersiapkan selama proses *shooting* juga diwajibkan untuk selalu diutamakan.



Gambar 2. 2 Protokol kesehatan (Sumber: Universitas Multimedia Nusantara)



Gambar 2. 3 Perlatan wajib *shooting* selama pandemik (Sumber: Universitas Multimedia Nusantara)

2.4.1. Standar Operasional Produksi

Standar operasional prosedur menurut Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia (2012) mengatur tentang dua jenis SOP yang berlaku di Indonesia yaitu mengatur tentang teknis yang terperinci secara mendetil dan dilakukan oleh seseorang yang menduduki suatu jabatan, selain itu mereka juga menjelaskan tentang SOP yang berlaku yang berisi tentang sistem administratif yang tidak terlalu terperinci dan dapat dilakukan oleh lebih dari satu orang dan mencakup tentang orang banyak. SOP yang diatur oleh kementerian (hal 3-4) sendiri memiliki manfaat yaitu:

1. Menjadi pedoman untuk menyelesaikan pekerjaan
2. Mengurangi kekurangan serta kesalahan dalam pelaksanaan pekerjaan.
3. Mengingat efisiensi serta efisiensi pekerjaan.
4. Membuat setiap pekerja lebih mandiri dan tidak bergantung pada pimpinan pekerjaan.
5. Meningkatkan tanggung jawab pekerja.
6. Acuan untuk menjadi standarisasi kerja agar lebih baik.
7. Memastikan tugas dapat terlaksana dengan baik dalam segala situasi.
8. Menjaga konsistensi pelayanan.
9. Menjadi acuan bagi pekerja untuk mengetahui kualifikasi kompetensi yang mereka miliki.

Sulistiani (2016) juga menjelaskan bahwa SOP merupakan sebuah pedoman yang menginstruksikan secara tertulis dan berfungsi untuk menjadi parameter untuk

setiap pekerja dalam melaksanakan pekerjaannya. Santoso (Gabriele, 2015) menyebutkan ada beberapa hal pokok yang diatur dalam SOP, yaitu:

1. Efisiensi.
2. Konsistensi.
3. Minimalisir kesalahan.
4. Penyelesaian masalah.
5. Perlindungan tenaga kerja.
6. Peta kerja.
7. Batas pertahanan.

Rikasari & Nurizzati (2017) ikut serta menjelaskan tahapan untuk okummenyusun SOP (hal 289) berisi:

1. Memperoleh informasi mengenai proses kerja dengan pihak yang akan dibuatkan SOP.
2. Mencatat segala biaya, waktu, serta hal yang berpotensi digunakan dalam sistem.
3. Berdiskusi untuk memperoleh pendapat serta saran dari pihak-pihak yang terlibat.
4. Menggunakan Bahasa yang mudah dimengerti.
5. Membuat draft yang akan didiskusikan.
6. Membuat uji coba draft awal.
7. Membuat draft final.
8. Lampiran den yang mendukung SOP.
9. Mencantumkan tanggal pembuatan dan pelaksanaan SOP.

Menurut Rea dan Irving (2010) kredibilitas sebuah proyek terdapat Kredibilitas proyek terletak pada casting yang tepat. Namun kita tidak bisa cukup menekankan betapa pentingnya menemukan aktor yang tepat untuk karakter dalam cerita. Karena pada dasarnya sang aktor hanya mengimplementasikan apa yang ada pada sebuah script, namun seorang aktor atau aktris juga harus dapat membuat diri mereka menjadi satu dengan tokoh yang mereka perankan.

Internasional Labour Organization (2013) menyebutkan serta menjelaskan kriteria dan beberapa ketentuan yang diatur dan baik untuk *green area*. Sebuah *green area* adalah suatu ruangan atau tempat yang harus nyaman untuk tempat *cast* dan *crew* beristirahat, penempatan *green area* sebisa mungkin berada cukup jauh dari lingkungan kerja sehingga tidak mengganggu arus kerja produksi. Sebuah *green area* disiapkan seproporsional mungkin yaitu memiliki tempat yang nyaman untuk istirahat, tempat cuci tangan, tempat untuk menyimpan segala barang untuk *cast* dan *crew* sehingga *green area* harus aman. Selain nyaman dan aman *green area* biasanya memiliki tempat penyimpanan makanan dan minuman untuk para *cast* dan *crew* sehingga tempat tersebut harus bersih.

Rea dan Irving (2010) menambahkan bahwa *green area* adalah lokasi dimana seluruh tim mempersiapkan keperluan dan menyimpan barang yang digunakan untuk proses produksi. Mereka juga mengatakan bahwa *green area* adalah lokasi yang sangat krusial seperti proses *make-up*, ruang ganti, tempat untuk menyimpan segala keperluan produksi. Selain itu tempat ini akan sangat mempengaruhi konsentrasi dari *cast* dan *crew* yang bekerja dilapangan (hlm. 140-141).

Honthaner (2013) menyebutkan bahwa ada beberapa hal yang harus dipersiapkan untuk penunjang keselamatan antara lain kotak P3K dan alat pemadam kebakaran untuk mengatasi hal yang darurat. Selain itu jalur pintu keluar darurat harus dipersiapkan dengan baik demi keamanan *crew* dan *cast*.