

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Produksi iklan Indonesia dapat dikatakan berkembang pesat, hal ini dilihat dari teknologi yang bertumbuh dan peluang tersebut digunakan perusahaan untuk media promosi melalui media sosial, televisi, *website* dan lain-lain (Tren dan Prospek Industri Periklanan Digital di Era Millennial, 2018). Salah satu faktor perkembangan sebuah iklan bukan hanya dari kreatifitas sebuah konsep, tetapi bagaimana masing-masing pekerja film memerankan tanggung jawab dengan baik. Menurut Saroengallo (2008) salah satu pekerja film yang terlibat adalah produser di mana tugas utamanya adalah membantu sutradara dalam mempersiapkan segala sesuatu dari awal sampai akhir pembuatan film (hlm. 7). Biasanya produser dikenal sebagai seseorang yang melakukan negosiasi dan produser juga sebagai orang yang mengatur masalah keuangan yaitu *budgeting* di dalam sebuah produksi film atau iklan. Kemudian tanggung jawab yang dianggap penting lainnya adalah *scheduling*, pemasaran film, promosi, pencarian lokasi, pemilihan *talent*, perencanaan, persiapan, pengorganisasian, komunikasi, pengumpulan informasi, *checking*, *double checking* (hlm. 8).

*Scheduling* dapat dikatakan proses penjadwalan segala aktifitas dalam proses pembuatan film. Pembuatan *scheduling* berkaitan dengan penyusunan anggaran biaya

pembuatan film (Schenk & Long, 2012). Sedangkan *budgeting* merupakan segala biaya yang digunakan khususnya dalam proses pembuatan film yang di mana perlu di perhitungkan secara terperinci sesuai dengan kebutuhan. Biasanya *budgeting* dilakukan ketika *pre-production*, *production*, dan *post production*. Kedua hal ini sangat berkaitan maka ketelitian produser perlu diperhatikan dalam kelancaran produksi dari awal sampai akhir (hlm. 77)

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis melihat pentingnya peranan seorang produser dalam sebuah produksi. Oleh karenanya dalam pembuatan *project* ini penulis memilih menjadi seorang produser. *Project* yang dibuat dalam Skripsi ini adalah iklan atau video promosi untuk “Ayu Bakery & Cake”. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis akan membahas tentang negosiasi. Secara spesifik penulis melakukan banyak negosiasi dengan *client* terutama untuk pembuatan *budgeting* dan *scheduling*.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana peran produser dalam bernegosiasi dengan *client* pada pembuatan video promosi “Ayu Bakery & Cake”?

## **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan pembahasan di atas, penulis membatasi beberapa hal, yaitu:

1. Pembahasan peran produser dalam bernegosiasi untuk mengatur *budgeting* dari tahapan *pre-production*, *production*, *post-production*.
2. Pembahasan peran produser dalam bernegosiasi untuk mengatur *scheduling* hanya dari tahapan *pre-production* dan *production*.

#### **1.4. Tujuan Skripsi**

Tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah untuk menganalisis peran produser dalam bernegosiasi dengan *client* pada pembuatan video promosi “Ayu Bakery & Cake”.

#### **1.5. Manfaat Skripsi**

Dalam penulisan ini, terdapat beberapa manfaat:

1. Bagi penulis

Penulis dapat menambah dan memperdalam wawasan mengenai dunia perfilman khususnya dalam peran produser dan bernegosiasi dengan *client*. Penulis dapat menambah koneksi dalam pembuatan iklan serta menambah pengalaman di portofolio.

2. Bagi pembaca

Dapat membantu pembaca dalam menemukan apa yang dibutuhkan dari segi teori, pengalaman, dan lain-lain mengenai peran produser terutama dalam bidang negosiasi.

### 3. Bagi universitas

Penulis berharap bahwa Skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi sumber referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan tugas akhir berkaitan dengan peran seorang produser khususnya dalam segi negosiasi.