

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. IKLAN

Menurut Moriarty, Mitchell, & Wells (2015), iklan dapat didefinisikan sebagai sebuah cara untuk mengkomunikasikan informasi tentang jasa atau produk milik *brand* kepada khalayak luas. Walaupun demikian, iklan juga dapat berfungsi untuk membangun citra *brand*, menyampaikan pernyataan yang relevan dengan isu dan tren, dan lain-lain. Salah satu media promosi yang digunakan adalah video, yang dapat disiarkan di televisi maupun media digital. Kemudian, berdasarkan penjelasan von Logue Newth (2013), *brand* yang ingin membuat video iklan akan menyampaikan *brief* kepada berbagai rumah produksi, baik secara langsung maupun melalui agensi periklanan, mengenai semua hal yang berhubungan dengan tujuan pemasaran. Lalu, berbagai rumah produksi tersebut akan melakukan *pitching* agar *brand* dapat menentukan rumah produksi untuk diajak bekerja sama karena memiliki penawaran yang terbaik.

### 2.2. PITCHING

Menurut Coughter (2012), *pitching* merupakan sebuah kegiatan presentasi untuk menawarkan ide yang dapat menjadi solusi tepat untuk permasalahan klien. Untuk mendukung proses *pitching* pembuatan iklan, maka pihak yang melakukan presentasi umumnya juga membuat proposal. Ascher & Pincus (2013) menjelaskan bahwa proposal merupakan sebuah dokumen penjelasan dari sebuah proyek film/video untuk kebutuhan penawaran. Hal penting yang perlu diterapkan adalah penjelasan dalam proposal harus mudah dimengerti dan dibuat sejelas mungkin. Adapun beberapa elemen yang dapat dicantumkan dalam proposal seperti *logline*, *overview/summary*, sinopsis, target penonton, jadwal dan anggaran dana, profil kru inti, naskah/*trailer/sample*, dan *lookbook*. Selanjutnya, rumah produksi yang berhasil memenangkan *pitching* akan lanjut ke tahap *preproduction*.

### 2.3. PREPRODUCTION

Menurut teori yang dikemukakan oleh Ascher & Pincus (2013), *preproduction* merupakan sebuah tahap persiapan sebelum syuting yang meliputi beberapa *business arrangement* seperti:

1. Perekrutan kru. Mengajak kru untuk berpartisipasi dalam proyek film/video sesuai kebutuhan proyek dan mendiskusikan tugas-tugas yang mereka harus lakukan.
2. Perekrutan aktor/*talent*. Mencari *talent* yang cocok untuk memerankan karakter dalam film/video sesuai dengan anggaran dana produksi. Setelah menentukan beberapa calon *talent*, mereka dapat mengikuti *casting* dan *callback*. Lalu, *talent* yang terpilih akan mengikuti *rehearsal*. Saat *rehearsal*, para *talent* dapat mencoba untuk memerankan adegan sambil bergerak atau melakukan *table read*, yakni membaca naskah bersama-sama untuk mendiskusikan kesesuaian dialog dan arahan yang diberikan sutradara.
3. Penyewaan lokasi. Menyewa lokasi yang telah dicari atau tersimpan dalam *database*. Dalam menentukan lokasi yang ingin disewa, terdapat beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan seperti *art direction*, pencahayaan, kamera yang cocok untuk digunakan, suasana lingkungan, serta kesulitan teknis. Untuk mengamankan lokasi yang ingin digunakan, maka harus ada perjanjian yang sudah ditandatangani sebelum syuting.

### 2.4. SISTEM INFORMASI

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Laudon & Laudon (2020), sistem informasi adalah sebuah sistem yang berguna untuk menyimpan, mengolah, dan mendistribusikan informasi untuk membantu para pekerja dan manajer membuat keputusan, menganalisis masalah, dan aktivitas lainnya dalam organisasi atau perusahaan (hlm. 16). Sistem informasi merupakan gabungan dari aktivitas manusia dan teknologi informasi untuk mencapai objektif perusahaan. Informasi bermula dari data, yakni kumpulan fakta mentah terkait dengan peristiwa dan sumber daya perusahaan yang disusun ke dalam suatu format yang mudah

dipahami dan digunakan oleh orang-orang (hlm. 16). Kumpulan data yang telah diorganisir tersebut dikenal dengan istilah *database*.

#### **2.4.1. DATABASE**

Jenis *database* sangatlah beragam mulai dari yang sistem pengarsipan sederhana hingga yang menggunakan teknologi kompleks. Jenis *database* yang digunakan biasanya disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Pada umumnya di rumah produksi yang sederhana, jenis *database* yang digunakan termasuk dalam golongan *file-based system*. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Connolly & Begg (2015), *file-based system* adalah kumpulan program aplikasi yang digunakan untuk menunjang pekerjaan tertentu, dimana setiap program memiliki dan mengelola datanya sendiri (hlm. 55). Sistem ini berangkat dari konsep sistem pengarsipan manual dengan berkas fisik menjadi versi komputerisasi. Dengan demikian, ketika seseorang memerlukan sesuatu, orang tersebut dapat kembali mengunjungi sistem pengarsipan yang dibuat sebelumnya.

#### **2.4.2. PROSES MENGUBAH DATA MENJADI INFORMASI**

Sebuah data baru berubah menjadi informasi apabila seseorang menemukan fungsi yang dapat membantunya dalam suatu pekerjaan. Proses pengubahan data menjadi informasi meliputi tiga tahap, yaitu: *input*, *processing*, dan *output* (Laudon & Laudon, 2020, hlm. 17). *Input* adalah proses ketika seseorang mengambil data dari dalam atau luar perusahaan. *Processing* adalah ketika seseorang memberikan makna terhadap data yang diperoleh, sehingga data berubah menjadi informasi. Sedangkan *output* adalah pendistribusian informasi untuk pengambilan keputusan terkait langkah yang perlu dilakukan selanjutnya.

### **2.4.3. FUNGSI SISTEM INFORMASI DALAM PERUSAHAAN**

Menurut Laudon & Laudon (2020), sistem informasi dapat mendukung perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, sehingga cepat beradaptasi dengan keadaan apabila terdapat perubahan dalam praktik bisnis (hlm. 14). Selain itu, dengan data yang lengkap dan tersimpan rapi, para manajer dapat meninjaunya kembali dan memprosesnya menjadi informasi untuk membuat keputusan secara lebih tepat dan cepat (hlm. 14). Teori Laudon & Laudon juga didukung oleh McKnight (2013) yang menyatakan bahwa salah satu kunci untuk meraih kesuksesan adalah dengan penyimpanan data yang baik, menyeluruh, dan lengkap (hlm. 1). Hal ini disebabkan karena jika data tidak disimpan dengan baik, maka bisa saja terdapat informasi atau peluang yang terlewat.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA