

5. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa *database* perusahaan rumah produksi dapat membantu berbagai kru, terutama pemimpin, dalam pembuatan berbagai keputusan yang memiliki efek berkesinambungan untuk mempermudah persiapan *pitching* dan *preproduction*. Dalam persiapan *pitching*, *database* kru *outsource* yang dimiliki Ganeshaidea mempermudah *executive producer inhouse* untuk mencari sutradara yang dapat mengembangkan *director's treatment* dan *storyline*. Lalu, *database pitch deck* berisi *talent* dan lokasi proyek-proyek iklan yang dikerjakan Ganeshaidea sebelumnya juga membantu mempermudah pencarian *talent* dan lokasi yang dianggap sesuai untuk iklan HUT RI ke-76 BTN. Hal ini disebabkan karena *executive producer* dapat meminta *production assistant inhouse* untuk menghubungi *casting director* dan *location manager outsource* dari *database* kru agar mereka dapat menanyakan ketersediaan waktu *talent* dan sewa lokasi yang telah dicari, serta merekomendasikan *talent* dan lokasi alternatif yang dapat digunakan. Dengan demikian, Ganeshaidea dapat mempresentasikan beragam *talent* dan lokasi yang memang aman untuk digunakan saat syuting kepada agensi dan klien.

Selanjutnya, pada *tahap preproduction*, Ganeshaidea juga menjadi aman untuk melanjutkan ke tahap *close casting*, *rehearsal*, dan *recce* dengan informasi sebelumnya yang diperoleh. Ganeshaidea cukup melanjutkan koordinasi dengan *casting director* yang telah dikontak untuk membantu dalam perihal *close casting* dan *rehearsal*, serta *location manager* untuk membantu dalam perihal *recce*. Selain itu, *database* kru *outsource* juga turut mempermudah *executive producer* untuk mencari produser yang dapat mengerjakan proyek iklan dan mengumpulkan kru lain dari berbagai departemen. Produser, sutradara, dan kru lainnya kemudian saling berkolaborasi dan bersinergi untuk mengerjakan proyek iklan dengan cepat. Dari berbagai jenis *database* yang dimiliki, *database* kru *outsource* yang dimiliki Ganeshaidea menjadi *database* yang paling mendukung dalam persiapan *pitching* dan *preproduction*. Dengan demikian, temuan ini berbeda dengan hipotesis awal.

Sebagai saran, Ganeshaidea dapat membuat *database talent* dan lokasi terpisah untuk mendata *talent* dan lokasi mana yang pernah digunakan untuk menghindari penggunaan *talent* dan lokasi yang sama dalam iklan lepasan sebuah *brand*, terutama *brand* kompetitor. Data-data tersebut dapat disimpan dalam sebuah *pitch deck* pada program Keynote atau *spreadsheet* Google Sheets yang memiliki fitur *collaborative editing*, sehingga dapat diperbaharui kapan pun oleh para karyawan *inhouse*. Selain itu, di masa mendatang, Ganeshaidea diharapkan dapat memiliki *database* sutradara, kru artistik, lokasi, studio, *talent*, dan lain-lain yang lebih lengkap dan terstruktur untuk mendukung berbagai elemen produksi. Hal ini bertujuan agar Ganeshaidea memiliki *database* perusahaan tersendiri yang kuat, sehingga tidak harus selalu bergantung pada data dari kru *outsource*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA