

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Executive producer

Berbeda dengan seorang produser, seorang *executive producer* memiliki jabatan tertinggi dalam sebuah produksi baik dalam sebuah *series*, film, atau iklan. Harahap (2018) mengungkapkan bahwa, untuk menjadi seorang *executive producer* tentu harus mempunyai jam terbang yang sudah matang kurang lebih selama 5 tahun menjadi produser lebih dulu (hlm. 5). Beliau menyatakan, seorang *executive producer* perlu memiliki kemampuan manajerial yang baik dikarenakan *executive producer* yang akan mengontrol seluruh kinerja serta mengevaluasi kinerja tim saat mengerjakan sebuah proyek. Kemampuan dasar mengenai manajerial yang perlu dimiliki oleh seorang *executive producer* yang pertama adalah keterampilan teknis seperti sebuah kemampuan untuk menggunakan berbagai macam teknik untuk digunakan dalam mencapai sebuah tujuan, contohnya seperti mengoprasikan beberapa *software* pendukung. Kedua adalah keterampilan konseptual seperti mampu berpikir dengan cepat untuk memecahkan masalah, mendiagnosis masalah, serta menemukan solusi kreatif. Ketiga adalah keterampilan sosial atau interpersonal seperti bekerja serta berinteraksi dengan orang secara efektif (Utami, 2019, hlm. 4).

2.2 Proaktif dalam 7 Habits

Seperti yang dikemukakan oleh Covey (1991) proaktif termasuk dalam kategori sifat manusia. Menurut beliau, sebagai manusia yang memiliki hak kebebasan untuk berpendapat sejak lahir, sifat ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk menjadi pribadi yang dapat memutuskan hal yang akan terjadi di kehidupan (hlm. 5). Proaktifitas berdiri atas adanya realita yang terjadi, namun bukan berarti dapat dijadikan tolak ukur untuk memegang kekuasaan dalam lingkungan sekitar. Dalam industri kreatif berbasis iklan yang memerulkan kinerja tim yang cukup banyak, disinilah seorang pekerja dapat mengkombinasikan antara sikap proaktif dengan kreatifitas. Covey beranggapan bahwa, memiliki sikap yang selalu inisiatif ketika melakukan pekerjaan, merupakan salah satu bentuk tanggapan positif yang muncul dari dalam diri terhadap sekelilingnya. Menurut beliau, penerapan sikap proaktif dapat juga

menjadi faktor pendorong suatu individu untuk berperan dalam meningkatkan kinerja tim untuk mencapai visi dan misi yang telah ditentukan (hlm. 5).

Menurut Ismail et al (2018) sebuah keuntungan yang didapat dengan bersikap proaktif tidak hanya untuk tim saja, namun dengan bersikap proaktif akan menjadikan diri sendiri memiliki etos kerja yang baik, karena dapat memberikan banyak ide baru, saling membantu, dan memberi respon yang cepat antar tim (hlm. 9). Seperti yang dikatakan oleh Fitwatursuliyah dan Sawitri (2018) seseorang yang memiliki kepribadian proaktif, secara tidak langsung akan memiliki sebuah perspektif yang berjangka panjang (hlm. 3). Menurut Fitwatursuliyah dan Sawitri, individu proaktif akan berani untuk mengambil langkah lebih jauh demi mencapai tujuan atau target yang telah diinginkan. Telah dijelaskan pula oleh Sawitri dan Fitwatursuliyah bahwa, individu proaktif memiliki tiga ciri-ciri penting yakni, fokus kepada masa depan, berorientasi kepada perubahan, serta memiliki inisiatif yang tinggi. Ketiga ciri-ciri tersebut telah tertanam dalam individu proaktif, dengan tujuan mengurangi sebuah ketidakpastian. Menurut beliau, individu ini cenderung mempunyai sebuah tujuan yang tinggi. Seorang yang memiliki sikap proaktif, akan menggunakan semua sumber daya yang tersedia untuk mencapai kesuksesan yang telah mereka rangkai (hlm. 3).

Windiarsih dan Etikarenia (2017) mengemukakan pandangannya tentang bagaimana menerapkan sikap proaktif dalam ranah pekerjaan. Seperti ketika seseorang mendapatkan sebuah peluang maka orang tersebut akan memanfaatkan peluang itu sebaik mungkin, dan tidak memiliki rasa terpaksa dalam dirinya untuk menjalankan peluang yang ada (hlm. 126). Peluang itu lah yang menjadi batu loncatan untuk menerapkan sikap proaktif yang ada dalam diri seseorang terhadap ranah kerja. Individu yang memiliki sikap proaktif, akan memiliki motivasi tinggi untuk mewujudkan ide-ide baru dalam lingkungan sekitarnya. Hal itu dapat dijadikan salah satu cara untuk menerapkan sikap proaktif ini terhadap sekitar, dan tentunya lingkungan sekitar pun akan mendukung, serta memandang seseorang tersebut sangat berpotensi dalam pekerjaannya. Menurut Windiarsih dan Etikarenia, sikap atau kepribadian proaktif adalah suatu hal penting karena dapat mewujudkan perilaku kerja yang tentunya sangat inovatif (hlm. 126).

Menurut pandangan Hamdan (2003) mengenai proaktif, tidak hanya sekedar menerapkan sikap inisiatif, namun seorang individu harus mampu bertanggung jawab terhadap apa yang telah diperbuat (hlm. 6). Hal itu dikarenakan, seorang individu proaktif bukan sekedar mampu memutuskan pilihan dalam hidup, melainkan harus mempertimbangkan resiko atas langkah apa yang telah dipilih. Berbeda dengan individu proaktif, ada pula individu yang memiliki sikap reaktif. Individu yang memiliki sikap reaktif, cenderung akan bersikap gegabah. Individu tersebut akan mengambil keputusan berdasar atas keinginan yang muncul dari perasaannya. Namun, keinginan tersebut tentu tidak dipikirkan secara matang-matang, karena keinginan tersebut hanya didasari atas dorongan orang-orang, serta kondisi sekitar yang mendesak pribadi tersebut (hlm. 6). Individu reaktif cenderung tidak memikirkan resiko yang terjadi atas perbuatan yang telah diperbuat.

2.3 Berkomunikasi dengan Berbahasa yang Efektif

Menurut Waridah (2016) sebagai makhluk sosial tentu saja sebuah komunikasi menjadi rutinitas sehari-hari dan tidak akan pernah terputus. Tidak hanya berkomunikasi dengan satu atau dua orang, namun bagaimana cara memposisikan diri pada hadapan publik dengan beraneka ragam lawan bicara termasuk hal yang penting (hlm. 3). Seperti dalam industri periklanan yang dimana akan bertemu dengan berbagai macam klien dengan karakter yang berbeda-beda, sebagai seorang yang bekerja dalam industri tersebut tentu harus mampu menanggapi dengan baik agar dapat menyatukan visi dan misi yang ingin dicapai. Waridah beranggapan bahwa, berkomunikasi yang baik merupakan sebuah proses yang akan dialami oleh seseorang atau kelompok seiring dengan banyaknya pengalaman. Dengan berkomunikasi dengan bahasa yang efektif, maka antara pihak klien dan pihak tim *production house* akan saling mengerti, dan akan lebih mudah untuk menyatukan ide-ide kreatif untuk dituangkan dalam sebuah iklan.

Waridah menjelaskan bahwa, sebuah komunikasi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu verbal, dan *nonverbal*. Komunikasi verbal adalah, sebuah komunikasi yang terjalin antara dua orang atau lebih, dan dapat dipahami oleh pihak yang bersangkutan. Sedangkan, komunikasi *nonverbal* adalah sebuah komunikasi yang

dilakukan dengan sebuah gerakan atau sebuah isyarat seperti, menggerakkan badan, atau bahkan menunjukkan sebuah ekspresi seperti tersenyum, mengedipkan mata, mengangkat bahu, dan sebagainya. Beliau beranggapan bahwa adanya proses dari sebuah komunikasi yakni untuk menghasilkan sebuah komunikasi yang efektif. Terjalannya sebuah komunikasi, maka akan membuat perasaan seseorang dapat lebih mudah untuk dipahami oleh pihak lain atau sekitar (hlm. 8).

Dalam tulisannya, Waridah beranggapan bahwa memiliki hubungan komunikasi yang efektif dalam dunia kerja merupakan hal yang cukup penting. Tentunya dalam industri kreatif yang kerap bertemu dengan banyak orang, maka sangat diperlukan menjalin sebuah komunikasi dengan menggunakan bahasa yang baik dan benar. Dengan menjalin komunikasi yang efektif, maka akan tercipta sebuah pekerjaan yang berjalan dengan efisien antara pekerja satu dengan yang lainnya. Seorang pemimpin seperti *executive producer* dalam dunia industri contohnya, tentu harus memberi contoh yang baik kepada tim kerjanya. Seperti berkomunikasi dengan efektif yang dapat dilakukan oleh seorang *executive producer* kepada siapa saja lawan bicaranya, maka akan menciptakan sebuah hasil pekerjaan yang optimal (hlm. 9).