

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. LATAR BELAKANG**

Film memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan kepada penonton melalui medium cerita, seperti yang dikemukakan oleh Wibowo (dalam Rizal, 2014: 1). Selain itu, film juga merupakan bentuk ekspresi seni yang digunakan oleh para seniman dan profesional di industri film untuk mengungkapkan gagasan-gagasan yang terkandung dalam konsep cerita. Dalam esensinya, film memiliki kekuatan yang signifikan dalam mempengaruhi komunikasi di masyarakat.

Produksi film, juga dikenal sebagai pembuatan film atau film making, melibatkan serangkaian langkah dalam menciptakan sebuah film. Langkah-langkah tersebut mencakup pengembangan cerita, ide, atau komisi awal, penulisan naskah, proses perekaman, penyuntingan, pengarahan, dan penayangan produk akhir kepada penonton. Keseluruhan proses ini berperan penting dalam menghasilkan program televisi yang dapat dinikmati oleh penonton. Produksi film dilakukan di seluruh dunia dengan berbagai konteks ekonomi, sosial, dan politik, serta menggunakan beragam teknologi dan teknik sinematografi. Biasanya, produksi film melibatkan banyak orang dan membutuhkan waktu yang bervariasi, mulai dari beberapa bulan hingga beberapa tahun, tergantung pada tingkat kompleksitasnya. Namun, terdapat juga kasus di mana produksi film bisa berlangsung lebih lama jika menghadapi masalah produksi yang rumit. Sebagai contoh, *The Thief and the Cobbler* merupakan produksi film terlama dalam sejarah yang memakan waktu 28 tahun untuk diselesaikan.

Dalam *Jurnal Profilm* (2017), Robin Morran menyatakan bahwa produksi film, yang juga dikenal sebagai pembuatan film, adalah proses yang melibatkan beberapa tahap. Tahapan tersebut meliputi cerita awal, gagasan, atau komisi, penulisan ulang, pemrosesan, pemotretan, perekaman suara, pengeditan, dan pemutaran produk jadi sebelum film dirilis dan dipamerkan kepada penonton. Produksi film berlangsung di berbagai tempat di seluruh dunia, dengan berbagai konteks ekonomi, sosial, dan

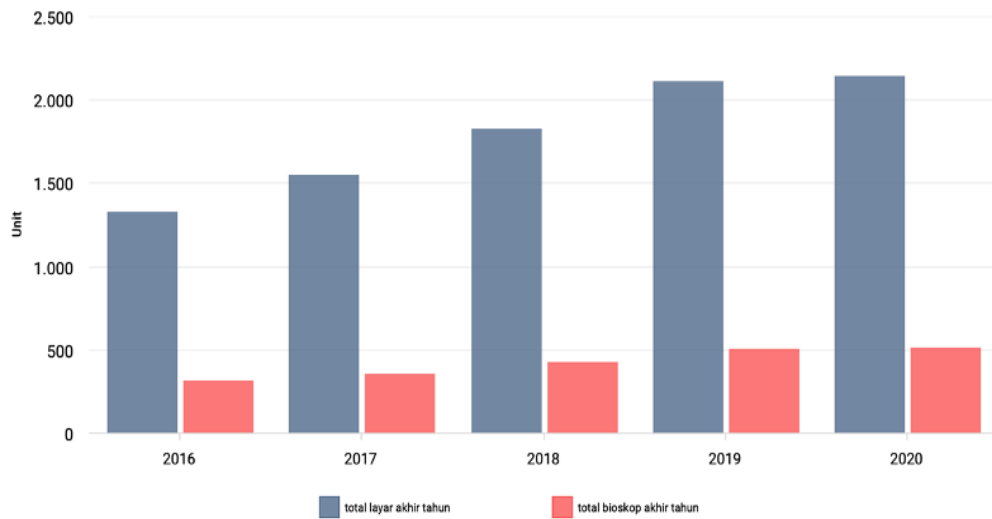
politik, serta menggunakan teknologi dan teknik sinematik yang beragam. Biasanya, produksi film melibatkan banyak orang dan membutuhkan waktu berbulan-bulan hingga bertahun-tahun untuk diselesaikan. Manajemen produksi film sangat penting untuk memastikan film dihasilkan dengan kualitas yang baik dan diterima oleh masyarakat. Menurut Indeed UK, manajemen produksi film melibatkan perencanaan setiap tahap produksi dengan tujuan mencapai keuntungan finansial maksimal dengan biaya minimal. Sebagai seorang manajer produksi film, disarankan untuk mengembangkan rencana produksi yang komprehensif sebelum mencari pendanaan resmi untuk pengembangan film tersebut. Manajemen produksi film memainkan peran penting dalam pemasaran film kepada penonton. Secara sederhana, manajemen produksi film melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan produksi secara efektif dan efisien. Manajemen produksi film juga memiliki pengaruh terhadap penonton film. Sekarang, mari kita bahas sedikit tentang penonton film di Indonesia.

Menurut artikel yang diambil dari website Kementerian Investasi/BKPM berjudul "Peningkatan Pasar Film Nasional dalam Mendukung Industri Film Indonesia", industri film Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dengan peningkatan produksi film dalam negeri dan jumlah penontonnya. Pada tahun 2018, film romansa remaja berjudul Dilan berhasil menarik perhatian sebanyak 6,3 juta penonton dan bertahan di bioskop selama lebih dari satu bulan. Pada tahun 2016, film Pengabdian Setan garapan Joko Anwar berhasil mencapai 4,2 juta penonton, sementara film Warkop DKI Reborn: Jangkrik Bos! Part 1, yang diproduksi pada tahun 2016, tetap menjadi film dengan jumlah penonton terbanyak dalam sejarah perfilman Indonesia, yaitu sebanyak 6,5 juta penonton. Pertumbuhan jumlah penonton film lokal ini merupakan kabar baik bagi industri film nasional, karena diharapkan dapat menarik minat lebih banyak investor. Meskipun demikian, perkembangan industri film nasional belum optimal dalam kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia. Pada tahun 2015, industri film hanya menyumbang sekitar 0,16% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, sedangkan rata-rata sektor industri kreatif mampu menyumbang 6,03% terhadap PDB. Untuk

mencapai pertumbuhan yang lebih baik, peningkatan pangsa pasar film nasional menjadi kunci. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menargetkan agar film nasional dapat menguasai 50% pangsa pasar perfilman dalam negeri. Pemerintah siap memberikan dukungan kepada pelaku industri film nasional untuk bekerjasama dengan pelaku industri film internasional guna menghasilkan film berkualitas yang dapat menarik minat penonton. Namun, dari perspektif pelaku industri film, Cinema 21 memproyeksikan bahwa pangsa pasar film nasional tahun ini akan lebih rendah dari target pemerintah, yaitu sebesar 37%. Proyeksi tersebut didasarkan pada data pangsa pasar film lokal pada tahun 2017, yang hanya mencapai 35% dengan jumlah penonton sebanyak 42,7 juta. Jumlah ini mengalami peningkatan dari tahun 2016, di mana jumlah penonton film Indonesia mencapai 37,2 juta.

Tahun 2019, sebelum pandemi COVID-19, Industri Perfilman Indonesia (selanjutnya disebut Perfilman) berkembang pesat. Mengutip dari KompasPedia (2022) bahwa pada saat itu, produksi film mencapai 138, dengan jumlah penonton 29,6 juta orang. Di Indonesia tahun 2018, terdapat 343 bioskop dan 1.756 layar. Persebaran bioskop di 32 provinsi, kecuali DI Aceh dan Kalimantan Utara. Walaupun demikian, sekitar 80% terkonsentrasi di ibukota provinsi dan 20% berada di kabupaten. Menurut data tersebut bahwa laju pertumbuhan layar dan bioskop pada 2020 melambat selama pandemi, jumlah layar dan bioskop hanya naik 1,7% dan 1,8% menjadi menjadi 2.145 layar dan 517 bioskop.

Namun, terjadinya pandemi COVID-19, yang mengharuskan pemerintah memberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), menyebabkan Perfilman mati suri selama 2 tahun. Masih ada produksi film oleh Rumah Produksi Film besar dan yang saat pemerintah memberlakukan PPKM, produksinya sudah berlangsung. Tetapi jumlah film yang diproduksi di tahun 2020 hanya 60 buah dan jumlah penonton merosot menjadi 12 jutaan, dan merosot lebih jauh di 2021, menjadi hanya 1,37 juta.



Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Layar dan Bioskop Indonesia Tersendat Pandemi, (Sumber: databoks)

Tahun 2022, Perfilman Indonesia mulai bangkit kembali. Jumlah penonton berangsur meningkat seiring dibukanya bioskop. Bahkan beberapa film seperti film “KKN di Desa Penari” meraih penonton sebesar 9,2 juta orang, Pengabdian Setan 2: Communion sebesar 6,39 juta penonton, dan “Miracle in Cell no 7” sebanyak 5,85 juta penonton. Dari sisi tenaga kerja, produksi film banyak menyerap tenaga kerja, yaitu produser, sutradara, penulis scenario, penata kamera, penata artistik, penata music, editor, penata suara, aktris dan lain-lainnya. Ada juga tenaga kerja tidak langsung seperti catering, kru film, supir kendaraan film, pekerja bioskop dan lain-lainnya.

Perfilman Indonesia menghadapi sejumlah tantangan. Ketersediaan pekerja film Professional yang minim, menurut data Asosiasi Perusahaan Film Indonesia (APFI) hanya mencapai 7 ribu orang. Sehingga kualitas film Indonesia kurang maksimal, apalagi dibandingkan dengan film asing. Hal ini juga mengakibatkan persaingan memperebutkan pasar penonton. Ditambah lagi perkembangan teknologi terkini mendorong bermunculan berbagai aplikasi penayangan film streaming berbayar (OTT) seperti Netflix, Disney Hotstar, dan lain-lainnya.

Dengan perkembangan industri perfilman di Indonesia yang semakin maju, banyak Rumah Produksi yang aktif menciptakan karya-karya baru. Rumah Produksi, juga dikenal dengan sebutan Production House, merupakan perusahaan yang khusus berfokus pada produksi konten audio visual seperti iklan, film layar lebar, serial, dan web series. Contoh-contoh Rumah Produksi yang terkenal di Indonesia antara lain Rapi Films, Starvision, Falcon Films, Pic[k]Lock Films, dan lain sebagainya. Sebagai penulis, pilihan saya untuk magang adalah di Rumah Produksi Pic[k]Lock Films.

Pic[k]Lock Films (selanjutnya disebut Pic[k]Lock) didirikan pada tahun 2008. Film-film layar lebar karya rumah produksi ini antara lain adalah Minggu Pagi di Victoria Park, Guru Bangsa Tjokroaminoto, Rayya Cahaya di atas Cahaya, dan beberapa film dokumenter seperti The Quest (series), dan lain-lainnya. Selama pandemi COVID-19, projek-projek Pic[k]Lock juga mengalami penjadwalan ulang, bahkan pembatalan. Momentum kebangkitan Perfilman akan dimanfaatkan juga oleh Pic[k]Lock untuk berkarya.

Di rumah produksi Pic[k]Lock Films, penulis diberi tugas menjadi asisten dibagian produksi dan marketing. Pada bagian produksi, penulis akan mengerjakan pekerjaan di bidang produksi film mulai dari *pre-development*, *development*, *shooting*, *post-development*, dan *distribution*. Lalu dibagian marketing penulis akan bekerja dilingkup cara mempromosikan dan memasarkan film atau serial yang telah diproduksi oleh Pic[k]Lock Films.

## **1.2. MAKSUD DAN TUJUAN KERJA MAGANG**

Penulis menjalani periode magang selama 800 jam atau selama 6 bulan sesuai dengan persyaratan akademis di Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan penulis dalam menjalani magang di sebuah perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mempersiapkan diri untuk memasuki dan menghadapi dunia kerja melalui dari praktik magang.
2. Untuk memahami proses manajemen film atau proses bisnis perfilman di Indonesia dan negara lain (hal seperti kontrak dengan perusahaan luar negeri)

3. Sebagai pemenuhan syarat kelulusan mahasiswa program studi S1 Management di Universitas Multimedia Nusantara.

### **1.3. MANFAAT DARI PRAKTIK KERJA MAGANG**

Manfaat yang bisa digunakan pada mahasiswa, universitas dan perusahaan, yaitu:

1. Mahasiswa:
  - a. Untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dan pendidikan di bidang perfilman dan manajemen
  - b. Untuk mendapatkan pengalaman kerja saat bekerja pada masa depan.
2. Universitas
  - a. Untuk mendapatkan keuntungan dari pengalaman menempatkan mahasiswanya untuk melakukan pekerjaan di praktik magang tersebut.
  - b. Untuk menjalin hubungan kerja sama antar universitas dan perusahaan Pic[k]Lock Film.
3. Perusahaan
  - a. Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan tenaga kerja dengan berwawasan dan pengetahuan akademi dari praktik magang.
  - b. Dapat berpartisipasi dalam pengembangan pendidikan di Indonesia.

### **1.4. WAKTU PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan mengikuti persyaratan program magang kampus yaitu 800 jam atau 6 bulan, dilakukan pada tanggal 20 Januari 2023 sampai 20 Juni 2023, sedangkan lokasi pelaksanaan kerja magang bisa dilakukan WFO dan WFH. Pelaksanaan kerja magang sebagai berikut:

1. Nama Perusahaan : Pic[k]Lock Films
2. Waktu Pelaksanaan : 20 Januari s.d. 20 Juni 2023

3. Waktu Operasional : Hari Senin sampai Jum'at. Pukul 10:00 WIB s/d 19:00 WIB (Sabtu/Minggu jika diperlukan)
4. Posisi Magang : Asisten Tim Marketing dan Asisten Tim Produksi.
5. Alamat: : Jalan Taman Cilandak I No E17A, RT.12/RW.4, Cilandak Bar., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 1243

## **1.5. PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

1.5.1 Prosedur pelaksanaan magang di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) mencakup langkah-langkah berikut

1. Tahap Pertama: Registrasi (MBKM 01)

Pada tahap ini, dilakukan pendaftaran untuk program kerja magang atau internship track 1 melalui website [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id). Setelah disetujui oleh ketua program studi, mahasiswa akan menerima surat MBKM 01 sebagai tanda persetujuan.

2. Tahap Kedua: Verifikasi Jobsdesc (MBKM 02)

Setelah pendaftaran berhasil, surat penerimaan magang dari perusahaan dikirimkan ke Penanggung Jawab Internship (PIC magang) untuk diverifikasi terkait deskripsi pekerjaan yang akan dilakukan selama magang. Setelah semua surat disetujui, mahasiswa akan menerima surat MBKM 02.

3. Tahap Ketiga: Pengisian Daily Task (MKKM 03)

Selama periode kerja magang, mahasiswa diwajibkan untuk mencatat pekerjaan yang dilakukan setiap harinya dan melakukan pengisian tugas harian. Kemudian, tugas harian tersebut akan disetujui oleh supervisor. Rangkuman dari tugas harian ini akan menjadi dokumen persyaratan MBKM 03.

#### 4. Tahap Keempat: Verifikasi Laporan Magang (MBKM 04)

Pada tahap terakhir, sebelum mengirimkan laporan magang, laporan tersebut akan diverifikasi oleh dua pihak, yaitu supervisor dari perusahaan dan dosen pembimbing dari universitas. Setelah laporan magang diverifikasi, dokumen ini akan menjadi syarat untuk MBKM 04.

1.5.2 Tata cara praktik kerja magang yang dilakukan oleh pihak perusahaan adalah:

1. Mahasiswa memberikan CV dan transkrip nilai kepada perusahaan
2. Mahasiswa melakukan tahap wawancara
3. Mahasiswa langsung diberi arah untuk melaksanakan praktik kerja magang yang harus dilakukan.
5. Melaksanakan praktik kerja magang selama 800 jam atau 6 bulan.

### **1.6. SISTEMATIKA PENULISAN**

Penulis akan menjelaskan penyusunan sistematis laporan magang dalam format yang dijelaskan di bagian “Panduan Kerja Magang MBKM” tahun 2021 sebagai berikut :

#### **BAB I: Pendahuluan**

Bab ini menguraikan latar belakang, tujuan, maksud, waktu, dan prosedur pelaksanaan kerja magang serta sistematika penulisan yang digunakan dalam pelaksanaan kerja magang.

#### **BAB II: Gambaran Umum**

Perusahaan Bab ini menjelaskan secara singkat sejarah perusahaan, logo perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan tinjauan pustaka terkait praktik kerja magang yang relevan.



### **BAB III: Pelaksanaan Kerja Magang**

Bab ini membahas secara rinci tentang pelaksanaan kerja magang, termasuk hubungan dan koordinasi antara penulis dan perusahaan, tugas yang dilakukan, serta penjelasan mengenai pelaksanaan kerja magang secara keseluruhan.

### **BAB IV: Kesimpulan dan Saran**

Bab terakhir ini berisi kesimpulan mengenai manfaat praktik kerja magang dan memberikan saran kepada pembaca sebagai sumber yang bermanfaat.