

### **1.1.RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang akan penulis teliti adalah Bagaimana penerapan strategi manajemen risiko dalam pembuatan musik video *See U Never?*

### **1.2.BATASAN MASALAH**

Batasan topik penelitian dibatasi dengan proses pembuatan musik video *See U Never* oleh Moneva dalam tahap pra produksi hingga produksi.

### **1.3.TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari pembahasan topik ini adalah mencari tahu bagaimana penerapan strategi manajemen risiko dapat meminimalisir kerugian dan kesalahan dalam pembuatan musik video *See U Never*.

## **2. STUDI LITERATUR**

### **2.1.RISIKO**

Risiko adalah hasil yang tidak diinginkan atau diinginkan dari peristiwa yang tidak pasti di masa depan (Griffin, 2002). Djojosoedarso (2003) mencatat pengertian dari risiko yang disampaikan para penulis di dalam buku Prinsip Manajemen Risiko Asuransi sebagai berikut; risiko adalah adanya hasil bervariasi yang terjadi selama periode tertentu, (Arthur Williams dan Richard MH), menurut Seokarno, risiko adalah ketika suatu peristiwa terjadi adanya ketidakpastian terhadap peristiwa tersebut, Isto mengatakan bahwa risiko merupakan bahaya yang bisa saja terjadi karena proses yang sedang berlangsung atau suatu kejadian di masa depan yang akan datang.

Menurut Drs. H. Abbas Salim (2010) risiko dibagi menjadi dua jenis, yaitu; *speculative risk* adalah sifat dari risiko ini adalah spekulatif. Risiko ini bisa mendatangkan laba atau rugi. Contohnya pedagang, dalam usahanya pedagang bisa untung atau rugi. Kemudian *pure risk* adalah risiko ini selalu mendatangkan

kerugian. Perusahaan yang beroperasi dalam *pure risk* ini adalah perusahaan asuransi.

Menurut Irham Fahmi (2013), risiko dapat dikelola dengan beberapa cara, pertama memperkecil resiko dengan membatasi risiko dan meminimalisir agar tidak bertambah besar diluar kontrol. Kedua, mengalihkan risiko dengan memberikan kepada perusahaan asuransi. Ketiga, mengontrol risiko dengan membuat kebijakan antisipasi risiko sebelum risiko tersebut terjadi, seperti memasang alat pengaman dan menambah pihak keamanan di daerah yang dibutuhkan. Keempat, menyiapkan pendanaan risiko dengan cara menyediakan dana untuk antisipasi terjadinya risiko. Contohnya menyimpan dolar atau emas jika terjadi perubahan nilai tukar mata uang.

## **2.2.MANAJEMEN RISIKO**

Manajemen risiko adalah ilmu yang membahas bagaimana cara pengelompokan masalah dengan menggunakan pendekatan manajemen secara luas dan sistematis. Manfaat manajemen risiko (Irham Fahmi, 2013) yaitu; perusahaan yang memiliki kekuatan untuk memutuskan suatu keputusan, mampu memberi arahan untuk melihat pengaruh yang akan mempengaruhi perusahaan baik jangka pendek maupun panjang, mendorong agar pengambilan keputusan dapat menghindari risiko terjadinya kerugian, perusahaan dapat meminimasi kerugian, dan adanya manajemen risiko yang dibuat secara detail maka perusahaan sudah membangun mekanisme yang berkelanjutan.

Manajemen risiko memiliki tahap-tahap untuk dilaksanakan (Irham Fahmi, 2013), yaitu identifikasi risiko, mengidentifikasi bentuk risiko, membagi ukuran-ukuran risiko, menaruh alternatif, menganalisis alternatif, memutuskan salah satu alternatif, melaksanakan alternatif yang sudah menjadi pilihan, mengontrol alternatif yang sudah dipilih, dan mengevaluasi alternatif yang sudah dipilih.

Identifikasi risiko adalah ketika manajemen perusahaan pada tahap ini akan mengidentifikasi bentuk risiko apa saja yang bisa dialami perusahaan. Caranya dengan melihat potensi risiko yang sudah pernah terlihat atau akan terlihat.

Mengidentifikasi bentuk risiko adalah manajemen perusahaan telah menemukan bentuk risiko. sehingga bentuk risiko ini bisa dijelaskan secara detail, contohnya ciri-ciri risiko dan faktor apa saja yang membuat munculnya risiko tersebut.

Kemudian membagi ukuran-ukuran risiko, manajemen perusahaan sudah membagi ukuran yang akan dipakai, juga termasuk model metodologi penelitian. Data yang diterima akan dilakukan berdasarkan metodologi yang digunakan. Ketika sudah mengetahui bentuk risiko maka perusahaan menaruh alternatif, manajemen perusahaan melakukan pengolahan data dan hasilkan akan dijabarkan berdasarkan sebab dan akibat, serta pengaruh yang timbul dalam keputusan yang diambil.

Alternatif yang sudah ada kemudian dianalisis. Analisis alternatif dilihat dari beberapa sudut pandang dan efek apa saja yang bisa timbul. Dampak yang dilihat secara jangka panjang atau pendek. Alternatif yang sudah dianalisis harus diputuskan mana yang akan digunakan. Alternatif yang ada dipaparkan dan dijelaskan dalam bentuk tulisan maupun lisan, sehingga manajemen perusahaan sudah memiliki pemahaman khusus. Pemilihan ini akan mengambil satu alternatif terbaik dari banyaknya alternatif yang ada.

Ketika sudah dipilih maka alternatif sudah bisa dilaksanakan. Pelaksanaan alternatif tersebut juga harus dikontrol sehingga perusahaan bisa melihat apakah alternatif itu berjalan dengan baik atau tidak. Kemudian setelah dilaksanakan maka akan ada evaluasi alternatif, yaitu memeriksa apakah alternatif tersebut efektif atau tidak.

### **2.3. MENGUKUR RISIKO**

Tabel 1 dibawah ini merupakan ukuran kualitatif konsekuensi menurut standar AS/NZS 4360 (2004):

Tabel 1 AS/NZS 4360:2004 *Risk Management Standard*

tingkat	penjelasan	definisi
1	<i>Insignificant</i>	tidak terjadi cedera, kerugian finansial kecil
2	<i>minor</i>	cedera ringan, kerugian finansial sedang
3	<i>moderate</i>	cedera sedang, perlu penanganan medis, kerugian finansial besar
4	<i>major</i>	cedera berat lebih dari satu orang, kerugian besar, gangguan produksi
5	<i>catastrophic</i>	fatal lebih dari satu orang, kerugian sangat besar dan dampak luas yang berdampak panjang, terhentinya seluruh kegiatan

(Sumber: Indarwati (2020))

Tabel 2 dibawah ini merupakan ukuran kualitatif dari 'likelihood' menurut standar AS/NZS 4360 (2004):

Tabel 2 AS/NZS 4360:2004 *Risk Management Standard*

tingkat	penjelasan	definisi
A	<i>Almost Certain (hampir pasti)</i>	Terjadi hampir di semua keadaan
B	<i>Likely (sangat mungkin)</i>	Sangat mungkin terjadi di semua keadaan
C	<i>Possible (mungkin)</i>	Dapat terjadi sewaktu-waktu
D	<i>Unlikely (kurang mungkin)</i>	Mungkin terjadi sewaktu-waktu
E	<i>Rare (jarang)</i>	Hanya terjadi pada keadaan tertentu

(Sumber: Indarwati (2020))

Tabel 3 dibawah ini berikut adalah matrik penilaian risiko menurut standar AS/NZS 4360 (2004):

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Tabel 3 Matrix risiko menurut standar AS/NZS 4360:2004

		Severity				
		Negligible (1)	Minor (2)	Moderate (3)	Major (4)	Extreme (5)
likelihood	Almost Certain (A)	M	H	H	E	E
	Likely (B)	M	M	H	H	E
	Possible (C)	L	M	M	H	H
	Unlikely (D)	L	M	M	M	H
	Rare (E)	L	L	L	M	M

(Sumber: Prabaswari et al (2020))

Keterangan

E : *Extreme Risk* (Berisiko sangat besar sehingga butuh tindakan cepat)

H : *High Risk* (Risiko besar dan membutuhkan perhatian dari pusat manajemen)

M : *Moderate Risk* (Risiko sedang, tindakan dibutuhkan agar dapat mengurangi risiko)

L : *Low Risk* (Risiko rendah dan bisa ditoleransi)

Matrix risiko menurut Wiyasa, Putera, dan Nadiasa (2015), matrik risiko digambarkan dengan tingkat *likelihood* dan tingkat keparahan risiko. Risiko dikelompokan dalam bentuk risiko rendah, sedang, dan tinggi.

## 2.4.MUSIK VIDEO

Musik video menjadi sarana promosi sebuah lagu atau album. Musik video menjadi penting bagi para produser untuk memperkenalkan artisnya. Musik video atau video klip merupakan gabungan antara lagu dan visual. Musik video masuk ke dalam jenis film yaitu film jenis lain. Musik video menjadi sarana produser musik untuk mempromosikan atau memasarkan melalui sebuah video. Bisa dipromosikan lewat televisi maupun sosial media. Musik video berjalan seiringnya waktu menjadi industri baru dalam perfilman, Heru Effendy (2009: 3-9).

Vernalis (2004) mengatakan bahwa musik video dan iklan mulai mempengaruhi gaya film layar lebar dengan cepat pada tahun 1980an dan tahun 1990an penyuntingan semakin mudah sehingga memfasilitasi tren menjadi lebih cepat.

Pada tahun 1990an musik video semakin menjamur karena soundtrack pop, dan munculnya musik video dengan memasukan adegan-adegan film yang akan datang.

### 3. METODE PENCIPTAAN

#### Deskripsi Karya

Musik video yang penulis buat berjudul “*See U Never*”. Lagu *See U Never* merupakan salah satu *single* terbaru dari Monica Eva Sancti penyanyi asal Indonesia. Musik video ini berdurasi tiga menit empat puluh empat detik. Musik video ini memiliki resolusi 4K. Musik video ini akan di distribusikan di platform *youtube*.

Menggambarkan bagaimana Monica yang sudah merasa bosan dan jenuh dengan kegiatan sehari-hari di zona nyamannya. Zona nyaman ini digambarkan dengan kamar Monica, tempat ia bekerja dan beristirahat.

Namun tidak bisa melakukan apapun meski berada di zona nyamannya, sehingga merasa dirinya menjadi dampak negatif. Dengan bantuan teman-temannya yang digambarkan sebagai dampak positif bagi dirinya, ia berhasil bangkit dan mengubah suasana hatinya. Sehingga Monica bisa tetap berada dalam zona nyamannya namun dengan suasana hati yang baru dan lebih positif.

#### Konsep Karya

Konsep Penciptaan : Musik video ini menceritakan bagaimana kehidupan sesungguhnya dari Monica Eva Sancti. Menceritakan bagaimana keseharian Monica yang tidak sedang berada diatas panggung.

Konsep Bentuk : *live action*

Konsep Penyajian Karya : Musik video ini akan menggunakan *storytelling* untuk menceritakan apa yang dirasakan oleh Monica. Mengusung kehidupan asli dari Monica. Dengan konsep yang awal dengan suasana yang cenderung