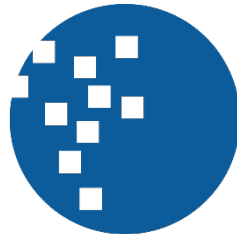


ANALISIS PROSES PRODUKSI IKLAN SHOPEE BRS (2025)

PADA SAMA CREATIVE & PRODUCTION HOUSE



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI PENGKAJIAN

Felicia Margaretha

00000054617

PROGRAM STUDI FILM

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

ANALISIS PROSES PRODUKSI IKLAN SHOPEE BRS (2025)

PADA SAMA CREATIVE & PRODUCTION HOUSE



SKRIPSI PENGKAJIAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Seni (S.Sn.)

Felicia Margaretha

00000054617

PROGRAM STUDI FILM

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Felicia Margaretha
Nomor Induk Mahasiswa : 00000054617
Program studi : Film
Skripsi dengan judul : Analisis Proses Produksi Iklan Shopee BRS (2025)
pada SAMA Creative & Production House.

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 5 Juni 2025



(Felicia Margaretha)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi pengkajian dengan judul
Analisis Proses Produksi Iklan Shopee BRS (2025) pada SAMA Creative &
Production House

Oleh

Nama : Felicia Margaretha
NIM : 00000054617
Program Studi : Film
Fakultas : Seni dan desain

Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025
Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Paulus Heru Wibowo Kurniawan,
S.S., M.Sn.
3242752654200033

Penguji


Natalia Depita, M.Sn.
9558769670230263

Pembimbing

Jason Obadiah, S.Sn., M.Des.Sc.
9448763664137002

Ketua Program Studi Film

Kus Sudarsono, S.E., M.Sn
1260753654130113

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

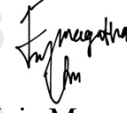
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felicia Margaretha
NIM : 00000054617
Program Studi : Film
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah : Analisis Proses Produksi Iklan Shopee
BRS (2025) pada SAMA Creative
& Production House

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia :

- ☐ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☒ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 5 Juni 2025


(Felicia Margaretha)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan skripsi pengkajian dengan judul “Analisis Proses Produksi Iklan Shopee BRS (2025) pada SAMA Creative & Production House” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni jurusan Film pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds, selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Kus Sudarsono, S.E., M.Sn, selaku Ketua Program Studi Film Universitas Multimedia Nusantara.
4. Jason Obadiah, S.Sn., M.Des.Sc., sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Lola Lestania selaku Produser Eksekutif & *Chief Executive Officer* SAMA Creative & Production House yang telah meluangkan waktu memberikan informasi terkait strategi manajemen SAMA Creative & Production House.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Zakia Alvaro Dirga S.E M.M, sebagai teman yang membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.

Semoga laporan magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 5 Juni 2025



(Felicia Margaretha)

ANALISIS PROSES PRODUKSI IKLAN SHOPEE BRS (2025)

PADA SAMA CREATIVE & PRODUCTION HOUSE

Felicia Margaretha

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen tim dalam menjaga ketepatan waktu dan kualitas produksi. Latar belakang penelitian ini didasari atas kebutuhan pemahaman manajemen tim yang efektif dalam menghadapi tenggat waktu yang ketat, terutama saat menangani beberapa proyek secara bersamaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi di lapangan langsung dan wawancara mendalam dengan produser eksekutif. Penelitian ini mengacu pada teori manajemen strategis dari David (2017), evaluasi strategi dari Maulida (2021), serta teori peran tim Belbin untuk menganalisis distribusi tugas dan efektivitas kerja tim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SAMA Creative & Production House menerapkan perencanaan yang matang, pembagian tugas berdasarkan potensi peran tim, pengawasan langsung, serta evaluasi internal. Strategi manajemen tim yang diterapkan terbukti mampu menjaga kualitas dan ketepatan waktu produksi, meskipun menghadapi tekanan dari klien dan beban proyek yang berdekatan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah keberhasilan manajemen tim di SAMA Creative & Production House ditentukan oleh kombinasi antara perencanaan strategis, alokasi peran yang tepat, serta komitmen profesional dalam menjaga kepercayaan klien.

Kata kunci: Manajemen Tim, Produksi Iklan, Rumah Produksi

***ANALYSIS OF THE SHOPEE BRS (2025) ADVERTISEMENT
PRODUCTION PROCESS AT SAMA CREATIVE &
PRODUCTION HOUSE***

Felicia Margaretha

ABSTRACT

This research aims to analyze team management strategies in maintaining production timeliness and quality. The background of this study is based on the need to understand effective team management in meeting tight deadlines, particularly when handling multiple projects simultaneously. The research employs a descriptive qualitative method, using data collection techniques such as field observation and in-depth interviews with the executive producer. This study refers to the strategic management theory by David (2017), strategy evaluation by Maulida (2021), and Belbin's team roles theory to analyze task distribution and team performance. The results indicate that SAMA Creative & Production House implements thorough planning, role-based task allocation, direct supervision, and internal evaluations. The applied team management strategies have proven effective in maintaining both quality and punctuality in production, despite pressure from clients and overlapping project demands. The study concludes that the success of team management at SAMA Creative & Production House is driven by a combination of strategic planning, appropriate role allocation, and professional commitment to maintaining client trust.

Keywords: Team Management, Advertisement Production, Production House

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. RUMUSAN MASALAH	2
1.2. TUJUAN PENELITIAN	2
2. TINJAUAN PUSTAKA	3
2.1. PRODUSER EKSEKUTIF	3
2.2. PRODUSER	3
2.3. IKLAN	4
2.3.1 TAHAPAN PRODUKSI IKLAN	5
2.4. MANAJEMEN TIM DI KOMERSIL	5
2.4.1 TAHAPAN MANAJEMEN STRATEGI	6
2.4.2 STRATEGI MANAJEMEN	6
3. METODE PENELITIAN	10
3.1. TAHAP OBSERVASI	10
3.2. HASIL OBSERVASI	10
3.3. ANALISIS HASIL OBSERVASI	10
4. TEMUAN	11
4.1. TAHAP OBSERVASI	11
4.1.1 OBSERVASI KUALITATIF PENGUMPULAN DATA PRIMER	11
4.1.2 OBSERVASI PARTISIPASI AKTIF	11

4.2. HASIL OBSERVASI	16
4.2.1 HASIL OBSERVASI BERDASARKAN TEKNIK WAWANCARA.....	16
4.2.1.1 TANGGUNG JAWAB PRODUSER EKSEKUTIF	16
4.2.1.2 MANAJEMEN TIM	17
4.2.2 HASIL BERDASARKAN METODE OBSERVASI PARTISIPASI AKTIF	18
4.2.2.1 PEMANFAATAN PLATFORM KOLABORATIF	18
4.2.2.2 METODE <i>DOUBLE CHECK-CROSS CHECK</i>	18
4.2.2.3 TAHAPAN PRODUKSI IKLAN	19
4.3. ANALISIS HASIL OBSERVASI	19
4.3.1 TANGGUNG JAWAB PRODUSER EKSEKUTIF	19
4.3.2 MANAJEMEN TIM	21
4.3.2.1 PEMANFAATAN PLATFORM KOLABORATIF	22
4.3.2.2 METODE <i>DOUBLE CHECK-CROSS CHECK</i>	22
4.3.2.3 TAHAPAN PRODUKSI IKLAN	23
5. KESIMPULAN	25
6. DAFTAR PUSTAKA.....	27



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tugas dan tanggung jawab produser eksekutif dan Produser (2025) 12



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Iklan TVC Shopee BRS (2025)	11
Gambar 4.2 <i>Home page Trello</i> SAMA Creative & Production House	12
Gambar 4.3 <i>Project on going Trello</i> SAMA Creative & Production House	13
Gambar 4.4 <i>Master Timeline</i> SAMA Creative & Production House	13
Gambar 4.5 Timeline Yoyic (2025)	13
Gambar 4.6 Pelatihan gerakan Shopee BRS (2025)	14
Gambar 4.7 Uji coba kostum Shopee BRS (2025).	14
Gambar 4.8 Survei lokasi Shopee BRS (2025)	15
Gambar 4.9 Syuting proyek TVC Shopee BRS (2025)	15
Gambar 4.10 Online editing Shopee BRS (2025)	15
Gambar 4.11 Alur kerja tim produksi SAMA Creative & Production House	20



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Hasil persentase <i>similarity</i> & AI turnitin (20%)	29
LAMPIRAN B Form bimbingan (<i>generate & download</i> dari <i>academic</i>)	32



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA