

1. LATAR BELAKANG PENCIPTAAN

Film merupakan medium seni yang ditampilkan dalam bentuk gambar bergerak yang disajikan dengan suara untuk menyampaikan sebuah cerita berupa pesan ataupun informasi kepada media massa (Bordwell et al., 2024). Film menurut Sitepu et al (2024) adalah medium film yang mencakup segi visual yang digabungkan dengan suara, sehingga dapat memberikan pengalaman sekaligus informasi kepada penonton. Dalam upaya pembuatan sebuah film yang bagus, dibutuhkan usaha dan dana yang besar untuk mewujudkan film tersebut. Oleh karena itu, dalam produksi film diperlukan sebuah strategi yang tepat agar pendanaan dapat memberikan nilai keuntungan bukan hanya dalam bentuk finansial, melainkan dalam aspek lain yang dapat membantu kontribusi konsep film yang sudah dibuat dengan penuh pertimbangan.

Strategi adalah cara dan usaha yang dibuat sebagai pilihan yang digunakan untuk keluar dari situasi yang tidak diinginkan, dan merupakan salah satu cara untuk dapat bertahan atau melawan pertandingan dalam kompetisi antar rumah produksi (Angela, 2023). Produser memerlukan sebuah strategi dalam mencapai suatu tujuan, terutama dalam pencarian dana, mempunyai strategi yang baik dapat menentukan tingkat keberhasilan. Kesuksesan sebuah strategi ditentukan oleh kualitas perancangan dan implementasi yang dilihat dari berbagai sisi (Saria dan Anasrulloh, 2022).

Dalam produksi film ada berbagai cara untuk mencari dana salah satunya yaitu melalui *sponsorship*. *Sponsorship* merupakan dukungan dari seseorang ataupun perusahaan yang biasa berupa dukungan secara finansial (Cornwell, 2020). Dalam *sponsorship*, ada juga berbagai bantuan yang tidak memberikan uang, melainkan berupa barang ataupun jasa yang dapat digunakan dalam proyek film yang disebut *in-kind* (Ryan, 2017). Oleh Karena itu, dalam mencari *sponsorship* diperlukan sebuah strategi dalam pencarian dana sesuai dengan kebutuhan dari produksi.

Selaras dengan penelitian ini, penulis selaku produser dari *Karikor Production*, sedang membuat karya film pendek untuk tugas akhir berjudul *Ruang*

Keluarga (2025). Dalam penciptaan karya film pendek ini *Karikor Production* membutuhkan strategi dalam pencarian *sponsorship*, karena Sumber pendanaan memiliki berbagai variasi, namun akan difokuskan kepada *sponsorship* dengan jenis pendanaan secara finansial dan *in-kind*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan untuk produser mahasiswa/i agar mendapatkan pendanaan untuk proyek film yang akan dibuat.

1.1. RUMUSAN DAN FOKUS

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana strategi pencarian *sponsorship* oleh produser pada film *Ruang Keluarga* (2025)?

Penelitian ini difokuskan pada strategi produser dalam mencari *sponsorship* dalam bentuk *fresh money* dan *in-kind* untuk kebutuhan alat rental kamera dan suara, artistik, dan lokasi dalam film *Ruang Keluarga* (2025).

1.2. TUJUAN PENCIPTAAN

Tujuan dari penelitian ini untuk membuat strategi pencarian dana pada film *Ruang Keluarga* (2025). Kemudian penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi produser muda ataupun pelajar dalam mengetahui strategi pencarian dana dalam produksi film pendek, dikhususkan melalui *sponsorship* baik secara *fresh money* atau *in-kind*.

2. LANDASAN PENCIPTAAN

2.1 STRATEGI DAN PERAN PRODUSER

Produser merupakan orang yang menentukan kelanjutan proyek film, dengan melihat berbagai kemungkinan dari tahap *development*, dan mencari pendanaan yang berasal dari diri sendiri atau dari pihak luar (Finney, 2022). Ryan (2017) menambahkan bahwa produser adalah orang yang menggabungkan berbagai