

## 1.1 RUMUSAN DAN FOKUS MASALAH

Berdasarkan latar belakang penciptaan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi produser dalam merancang efisiensi biaya produksi pada iklan komersial Spectro? Adapun fokus masalah dalam penelitian ini terdapat pada strategi produser dalam merancang efisiensi biaya produksi.

## 1.2 TUJUAN PENCIPTAAN

Tujuan penciptaan dalam penelitian ini adalah untuk menerapkan strategi produser dalam merancang efisiensi biaya produksi pada iklan komersial Spectro.

## 2. LANDASAN PENCIPTAAN

### 2.1 Produser

Produser merupakan orang yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola seluruh proses produksi, mulai dari tahap perencanaan hingga akhir produksi. Produser berperan sebagai pengatur jalannya produksi dengan memastikan seluruh kegiatan produksi berjalan sesuai jadwal, anggaran dan konsep yang telah ditentukan. Produser memiliki kemampuan manajemen dan komunikasi yang baik karena harus bekerja sama dengan banyak pihak, seperti sutradara, penulis naskah, aktor, editor dan tim produksi lainnya.

Dalam industri produksi modern, peran produser juga dapat dilihat pada konteks agency producer dalam industri periklanan. Agency producer berperan sebagai penghubung antara tim kreatif dan tim produksi untuk memastikan konsep kreatif dapat direalisasikan secara teknis sesuai kebutuhan klien. Hal ini sesuai dengan pernyataan Rory O'Connell (2025) bahwa *Agency producers act as the bridge between creative teams and production teams*. Strategi yang dapat dilakukan oleh seorang produser, yaitu:

1. Memilih tim produksi yang terbaik Seorang produser menginginkan hasil sebuah karya yang terbaik, maka dari itu ia akan memilih tim yang dapat ia percayai untuk bergabung bersamanya menghasilkan sebuah karya.

2. Mencari dan mempersiapkan anggaran yang tepat Sebelum produksi berlangsung, seorang produser akan melakukan funding melalui sumber yang berasal dari investor, sponsorship, crowdfunding dan lainnya. Di tahap ini, produser harus memastikan bahwa anggaran yang terkumpul dapat sesuai dengan budget pembuatan sebuah karya. Tidak hanya itu, pada tahap produksi hingga pasca produksi, produser juga harus menjaga jalannya produksi untuk tetap sesuai budget yang tersedia.
3. Memastikan karya yang dibuat memiliki nilai jual di masyarakat Karya yang memiliki nilai jual adalah karya yang menarik di mata masyarakat untuk menonton. Mulai dari alur cerita, pesan yang ingin disampaikan, serta konsep visual dari seorang sutradara. Produser harus memastikan segala aspek tersebut menarik dari kacamata penonton, sehingga karya tersebut dapat menghasilkan revenue.
4. Memastikan segala perjanjian kerjasama, kontrak, dan hak cipta berjalan dengan baik dan benar Produser adalah orang yang bertanggung jawab dalam menandatangani segala perjanjian dan kontrak. Maka dari itu, ia harus memastikan bahwa perjanjian dan kontrak tersebut dapat berjalan sesuai dengan kesepakatan bersama.

## **2.2 Efisiensi Biaya Produksi**

Efisiensi biaya produksi merupakan kemampuan suatu proses produksi dalam menghasilkan karya dengan penggunaan waktu, biaya, tenaga kerja, dan sumber daya secara optimal tanpa mengurangi kualitas hasil produksi. Dalam industri perfilman, efisiensi menjadi faktor penting karena proses produksi melibatkan berbagai tahapan, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi yang membutuhkan koordinasi dan pengelolaan yang baik. Produksi yang efisien dapat membantu tim produksi menyelesaikan proyek sesuai jadwal dan anggaran yang telah ditentukan. Efisiensi produksi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti perencanaan produksi, pengelolaan anggaran, kemampuan sumber daya manusia, penggunaan teknologi, serta komunikasi antar anggota tim produksi. Perencanaan yang matang dapat mengurangi risiko keterlambatan dan pemborosan biaya

selama proses produksi berlangsung. Selain itu, penggunaan teknologi modern dalam proses produksi juga dapat meningkatkan efektivitas kerja sehingga proses produksi menjadi lebih cepat dan terorganisasi.

Menurut Rahmawati (2023), efisiensi pengendalian biaya produksi dapat dicapai melalui perencanaan anggaran biaya produksi yang tepat. Anggaran produksi berfungsi sebagai pedoman dalam mengendalikan pengeluaran sehingga biaya yang dikeluarkan dapat sesuai dengan kebutuhan produksi dan menghindari pemborosan biaya. Diperlukan sistem produksi yang lebih efektif melalui penggunaan metode produksi berkelanjutan atau continuous production untuk meningkatkan efisiensi kerja. Dalam proses produksi, manajemen produksi yang baik, berbagai kendala yang muncul selama proses produksi dapat diminimalkan sehingga kegiatan produksi berjalan secara efektif dan efisien. Efisiensi produksi juga dapat dilihat dari kemampuan tim produksi dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk mencapai hasil maksimal. Produksi yang efisien tidak hanya berfokus pada penghematan biaya, tetapi juga pada kualitas hasil akhir yang dihasilkan.

#### 1. Menyusun perencanaan anggaran produksi

Produser perlu membuat rincian anggaran produksi sebelum proses produksi dimulai, seperti biaya peralatan, transportasi, konsumsi, talent, lokasi, dan kebutuhan teknis lainnya. Perencanaan anggaran yang matang dapat membantu mengurangi pengeluaran yang tidak diperlukan selama proses produksi berlangsung.

#### 2. Mengatur jadwal produksi secara efektif dan terstruktur

Penyusunan jadwal produksi yang baik dapat meminimalkan keterlambatan dan menghindari pemborosan waktu produksi. Dengan adanya timeline yang jelas, proses shooting dan pasca produksi dapat berjalan lebih efisien sehingga penggunaan biaya operasional dapat ditekan.

#### 3. Memanfaatkan sumber daya produksi secara optimal

Produser harus mampu memaksimalkan penggunaan peralatan, lokasi, dan tenaga kerja yang tersedia agar tidak terjadi pemborosan biaya. Contohnya dengan

menggunakan satu lokasi untuk beberapa pengambilan scene atau memanfaatkan peralatan produksi yang sudah tersedia.

### **3. METODE PENCIPTAAN**

#### **3.1. DESKRIPSI KARYA**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif. Menurut Setiyani., *et al* (2026) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan suatu fenomena secara mendalam berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Penelitian ini berfokus pada data berupa kata-kata, perilaku, pengalaman, dan makna, bukan data angka atau statistik. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui tahapan strategi produser dalam menjalankan produksi iklan komersial spectro. Penulis juga menggunakan studi literatur berupa buku dan jurnal sebagai data pendukung.

#### **3.2. OBJEK PENCIPTAAN**

- Pada proyek tugas akhir ini, penulis membuat iklan komersial Spectro berupa video yang memiliki tiga versi dengan durasi masing - masing 50-60 detik untuk ditayangkan di media sosial.
- Pada produksi iklan komersial ini penulis menggunakan teori efisiensi biaya produksi dari Rahmawati. Penulis bisa mencantumkan acuan karya (minimal 3) yang telah diproduksi sebelumnya sebagai referensi. Beberapa karya iklan komersial, yaitu:
  1. Teh botol, konsep produksi yang sederhana, pengambilan gambar yang efektif, penggunaan properti yang minimal, serta proses editing digital yang sederhana.