

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Film sebagai Medium Komunikasi Massa

Sebuah kata dalam bahasa Inggris yang berarti "komunikasi yang menggunakan media massa", konsep "komunikasi massa" berasal dari akar kata ini. Radio, televisi, bioskop, dan surat kabar merupakan contoh media yang termasuk dalam kategori teknologi kontemporer. (Hadi, Wahjudianata, dan Indrayana, 2021).

Dalam konteks komunikasi massa, istilah "massa" memiliki arti yang berbeda dari penggunaan yang lebih umum. Para sosiolog menggunakan istilah "kerumunan" untuk menggambarkan kumpulan besar orang di satu tempat. Di sisi lain, "massa" dalam komunikasi massa adalah audiens dari komunikasi tersebut. Mereka didefinisikan sebagai sekelompok orang yang tidak perlu berada di lokasi fisik yang sama untuk menikmati media yang sama pada waktu yang sama atau sangat dekat dengannya. "Kerumunan" juga dapat berarti sekelompok orang yang menonton atau mendengarkan. Tergantung pada medianya, beberapa kata digunakan untuk mengkarakterisasi masyarakat umum: pemirsa atau penonton untuk televisi dan film, pembaca atau pendengar untuk media cetak, dan pendengar radio. (Hadi, dan Wahjudianata, 2021).

2.1.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Kualitas unik komunikasi massa terdapat sejumlah ciri. Berikut penjelasan mengenai ciri-ciri komunikasi massa:

1. Komunikator dalam komunikasi massa adalah lembaga yang terlembagakan, seperti media atau pers. Ini berbeda dengan jenis komunikasi lainnya karena melibatkan institusi sosial yang menghasilkan pesan media. Setiap individu yang terlibat dalam proses ini merupakan bagian dari lembaga yang memiliki peran yang telah diatur dan harus mengikuti sistem yang ada.

2. Banyak orang berkomunikasi dengan berbagai cara tanpa mengungkapkan identitasnya. Orang-orang yang menonton acara ini sering kali tidak mengenal satu sama lain, tinggal di belahan dunia yang berbeda, dan menunjukkan beragam karakteristik demografi, termasuk namun tidak terbatas pada: usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, profesi, dan agama. afiliasi.
3. Ada banyak jenis komunikasi yang berbeda, semuanya anonim. Orang-orang yang menonton acara ini sering kali tidak mengenal satu sama lain, tinggal di belahan dunia yang berbeda, dan menunjukkan beragam karakteristik demografi, termasuk namun tidak terbatas pada: usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, profesi, dan agama. afiliasi.
4. Komunikasi massa bersifat satu arah, di mana pesan dikirimkan dari media massa kepada audiens. Sebagian besar tanggapan khalayak terhadap media massa bersifat tertunda atau tidak langsung, dan khalayak tidak dapat membalasnya secara langsung.
5. Karena sifat komunikasi massa, baik media maupun masyarakat selalu berdialog satu sama lain. Audiens dapat menikmati produk media pada waktu yang hampir sama, meskipun berada di berbagai wilayah yang berbeda.
6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis yang canggih untuk mendukung kecepatan dan keserempakan dalam penyampaian pesan, seperti satelit untuk televisi dan pemancar untuk radio.
7. Komunikasi massa juga dikontrol oleh seorang gatekeeper, yang berperan penting dalam menyaring dan mengemas informasi sebelum disampaikan kepada audiens. Gatekeeper dapat mempengaruhi kualitas dan pengemasan pesan media massa, contohnya adalah reporter, manajer pemberitaan, dan kameramen. (Hadi, Wahjudianata, Indrani. 2021.)

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi Massa

Selain ciri-ciri komunikasi massa yang telah disebutkan, menurut Cangara, komunikasi dapat dianggap sebagai komunikasi jika terdiri dari unsur-unsur yang mendukungnya sebagai tubuh pengetahuan, yaitu: sumber informasi, isi pesan, saluran atau media penyampaian, penerima pesan, efek atau pengaruh yang dihasilkan, umpan balik, dan konteks lingkungan. (Hadi, Wahjudianata, Indrani. 2021.)

a. Komunikator

Anggota tim komunikator suatu organisasi media berkolaborasi untuk menghasilkan media yang mencerminkan misi dan nilai-nilai organisasi, sesuai dengan bidang komunikasi massa. Contoh individu dalam komunikasi massa termasuk reporter, editor, produser, dan lainnya. (Hadi, Wahjudianata, Indrani. 2021.)

b. Isi

Ada beberapa cara untuk mengklasifikasikan materi media, menurut penelitian (Ray Eldon Hiebert dan rekannya 1985) sebagai berikut:

- Berita dan Informasi: Media massa menyajikan informasi tentang peristiwa-peristiwa terbaru dari seluruh dunia kepada audiens setiap hari, seperti laporan tentang kenaikan harga bahan pangan pokok.
- Analisis dan Interpretasi: Selain memberikan berita, media juga melakukan analisis dan interpretasi untuk memudahkan pemahaman audiens, dengan tujuan memberikan laporan yang mendetail dan objektif.
- Pendidikan dan Sosialisasi: Melalui penyampaian berita dan analisis, media secara tidak langsung memberikan pendidikan kepada audiensnya. Contohnya, pengetahuan tentang kemajuan teknologi luar angkasa yang disosialisasikan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

- Hubungan Masyarakat dan Persuasi: Media berperan dalam menghubungkan masyarakat dengan memfasilitasi komunikasi, misalnya melalui surat pembaca yang dapat dibaca oleh banyak orang, memungkinkan individu untuk terhubung dengan orang atau organisasi yang dituju.
- Iklan dan Promosi: Salah satu pendukung keberlangsungan media adalah iklan, yang mampu mempengaruhi audiens untuk membeli atau mengikuti pesan yang disampaikan melalui media.
- Hiburan: Media juga memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat dengan menciptakan produk media yang menghibur audiens dari berbagai latar belakang.
- (Hadi, Wahjudianata, Indrani. 2021.)

c. Audiens

Lima ciri berikut ini diatribusikan pada khalayak komunikasi massa menurut Hiebert dan rekannya (seperti dikutip dalam Hadi, Wahjudianata, Indrani, 2021):

- Orang-orang yang terinspirasi oleh orang yang mereka kenal dan memiliki pengalaman serupa merupakan mayoritas penontonnya. Berdasarkan kesadaran diri mereka sendiri, mereka memilih item media.
- Audiens umumnya memiliki jumlah yang besar dan tersebar di berbagai wilayah yang menjadi target komunikasi massa.
- Audiens cenderung heterogen, berasal dari berbagai lapisan dan kategori sosial yang berbeda.
- Audiens bersifat anonim, yang berarti mereka tidak saling mengenal satu sama lain.
- Audiens secara fisik terpisah dari komunikator, baik dalam ruang maupun waktu.

d. Umpan Balik

Umpan balik yang terjadi dalam komunikasi massa seringkali bersifat tidak langsung dan memerlukan waktu yang cukup lama untuk terjadi. Oleh karena itu, khalayak tidak mampu melakukan komunikasi dua arah dengan media massa. Umpan balik tidak langsung dari penonton kepada media bisa bermacam-macam bentuknya, seperti surat yang dikirim oleh pembaca sebagai respons terhadap berita, popularitas sebuah film dan aktor-aktornya yang didorong oleh kesuksesan box office, jumlah iklan yang ditayangkan di televisi dipengaruhi oleh kesuksesan film tersebut, rating, dan masih banyak lagi contoh lainnya. Kutipan: Hadi, Wahjudianata, dan Indrani (2021).

e. Gangguan

Ada dua bentuk interferensi yang sering ditemui dalam transmisi sinyal dalam komunikasi massa, menurut Hadi dan rekannya:

1. Gangguan pada Saluran: Pengaruh internal dan eksternal dapat menyebabkan gangguan pada saluran yang digunakan untuk komunikasi massa. Beberapa contoh masalah teknis termasuk kesalahan pencetakan, foto kabur, gangguan radio, dan langganan majalah tidak berfungsi. Interupsi dari sumber luar mungkin mengganggu dalam banyak hal, seperti saat bayi menangis saat Anda membaca koran, saat ada terlalu banyak acara di TV sekaligus, atau saat Anda kesulitan menentukan media mana yang akan digunakan. Media dapat mengatasi gangguan ini dengan meningkatkan frekuensi penyampaian pesan atau meningkatkan kualitas saluran mereka melalui cara-cara seperti menjangkau lebih banyak orang, mempekerjakan spesialis untuk menjaga infrastruktur tetap berjalan, dan menyempurnakan gaya penyampaian mereka.
2. Gangguan Semantik: Gangguan semantik terkait dengan masalah bahasa dan kompleksitas pemahaman. Ini dapat terjadi karena

kesalahan dalam pemilihan kata atau kalimat yang ambigu. Untuk mengatasi gangguan semantik ini, media massa sebaiknya menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh semua audiens, serta mempertimbangkan minat dan nilai yang dimiliki oleh audiens.

f. Gatekeeper

Gatekeeper adalah seseorang atau organisasi yang mengatur penyebaran informasi melalui forum publik, seperti yang diungkapkan oleh John R. Bittner (1996). Kurt Lewin pertama kali menggunakan istilah ini dalam bukunya tahun 1947, *Human Relations*, untuk menggambarkan bidang komunikasi massa. Orang-orang di media yang mempunyai kekuasaan untuk memutuskan informasi apa yang dilihat publik dikenal sebagai penjaga gerbang. Ini termasuk jurnalis, reporter berita, editor film, dan lain-lain. Penelitian yang dilakukan oleh Hadi, Wahjudianata, dan Indrani pada tahun 2021).

2.1.3 Media Komunikasi Massa

Menurut Nurudin (2017) berpendapat bahwa komunikator memanfaatkan media sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada khalayak. Namun, media massa adalah jenis komunikasi yang dapat menjangkau banyak orang dengan cepat dan seketika, tanpa penundaan yang berarti.

Tidak terbatas pada media digital, media massa mencakup berbagai saluran yang menyebarkan pesan dalam komunikasi massa, mulai dari publikasi cetak seperti surat kabar dan majalah hingga media elektronik seperti radio dan televisi.

a. Media Cetak

Media yang dicetak antara lain buku, majalah, dan surat kabar. Literasi adalah kriteria utama untuk mendapatkan akses terhadap khalayak aktif media cetak. Alat bantu visual seperti grafik dan foto melengkapi konten tekstual yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan. Pembaca surat kabar dan majalah cenderung berpendidikan tinggi dan merupakan anggota masyarakat yang lebih tua.

b. Radio

Radio adalah salah satu jenis media yang diakses melalui pendengaran, dan pendengarnya cenderung bersifat pasif. Dalam siaran radio, musik sering digunakan sebagai latar belakang dan efek suara untuk menambah dramatisasi dalam pesan yang disampaikan. Pendengar dapat menikmati acara radio dengan suasana yang lebih santai dan rileks.

c. Televisi

Televisi merupakan salah satu media audiovisual yang paling diminati di antara berbagai jenis komunikasi massa lainnya. Dengan jumlah pemirsa yang besar, televisi menjadi pilihan utama bagi pengiklan dan menghasilkan pendapatan iklan yang besar. Televisi memiliki akses yang mudah dan menyajikan konten dalam format audio visual, sehingga sangat dekat dengan audiens.

d. Film

Dibandingkan dengan media massa lainnya, film memiliki ciri khas. Biasanya, untuk menonton film, orang perlu pergi ke bioskop dan membeli tiket. Produksi film tidak dilakukan secara teratur dan sering kali bersifat fiksi. Namun, pesan dalam film tidak hanya bertujuan untuk menghibur, tetapi juga dapat berfungsi sebagai alat sosial dalam konteks tertentu. Saat ini, film tidak hanya dapat dinikmati di bioskop, tetapi juga tersedia di televisi dan internet.

e. Media Online

Dengan munculnya Internet, komunikasi, informasi, dan teknologi digabungkan, menciptakan multimedia. Kelebihan utama media online tidak hanya terletak pada kecepatan penyampaian informasi, tetapi juga pada sifat interaktif dan multimedia-nya. Pengguna internet dapat memenuhi berbagai kebutuhan mereka melalui internet, seperti mengakses surat kabar digital, majalah digital, publikasi berkala, buku, mendengarkan musik, menonton televisi, mendengarkan radio, dan menonton film.

Di antara berbagai bentuk media sinema yang telah dibahas, film merupakan salah satu media yang mampu menyampaikan pesan dari satu pihak ke pihak lain. Film dapat menjangkau audiens yang dituju secara efisien karena medianya. Penggunaan bentuk audio visual, film memiliki kemampuan untuk menggambarkan banyak konsep atau cerita dalam waktu yang relatif singkat. Ketika menonton film, penonton dapat menerima dampak dari film yang ditonton.

Selain itu, film dapat dikatakan memiliki efektivitas dalam menjangkau khalayak sarannya karena karakter audio visualnya yang mampu menggambarkan banyak hal dalam waktu singkat. Saat menonton film, penonton merasa seolah-olah masuk ke dalam ruang dan waktu yang memungkinkan mereka merasakan dan terlibat dalam kisah kehidupan yang dipresentasikan, bahkan bisa mempengaruhi perasaan dan pandangan mereka. Menggabungkan teknologi kamera, warna, dan suara, film mampu mengirimkan pesan melalui gambar bergerak. Plot yang menjadi latar belakang dan menyampaikan pesan yang ingin disampaikan sutradara kepada penonton didukung oleh aspek-aspek tersebut (Susanto, 1982:60).

Film adalah salah satu bentuk komunikasi audio visual yang menggambarkan fenomena dan ide dari pembuatnya. Effendi, dalam bukunya "Dimensi Komunikasi," menyatakan bahwa film bukan hanya sekedar gambar bergerak, melainkan alat yang efektif dalam menyampaikan pesan dan dapat memiliki dampak yang signifikan. Penonton terlibat dalam suasana yang tercermin dari film tersebut (Effendy, 2004).

Film bisa dianggap sebagai cerminan dari realitas kehidupan sehari-hari yang sangat akrab bagi kita dalam konteks sosial. Cerita dalam film mungkin diangkat dari pengalaman orang lain atau pengalaman pribadi penulis. Pembuatan film juga memerlukan integrasi elemen-elemen seni agar film tersebut memiliki daya tarik dan dapat menyentuh penonton. Dalam konteks komunikasi massa, film biasanya dapat dinikmati dalam berbagai format, seperti di televisi, bioskop, atau tempat alternatif lainnya. Namun, dengan kemajuan teknologi saat ini, pilihan untuk menonton film semakin beragam.

2.2.3.1 Bentuk-Bentuk Film Dokumenter

Menurut (Liliweri, 2015) menyatakan bahwa film adalah salah satu media tertua di antara media lainnya, dan film telah berhasil menampilkan gambar bergerak yang seolah membawa realitas ke layar lebar. Film telah diciptakan sebagai salah satu media komunikasi massa yang paling populer, bahkan hingga saat ini. Selama lebih dari 70 tahun, film telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia dengan berbagai cara yang sangat luas dan beragam.

Menurut (Hermansyah, 2011) film merupakan bagian dari komunikasi yang praktis dalam penyampaian melalui audio visual, film juga memiliki cerita dari kehidupan seseorang baik kisah nyata maupun fiksi.

Menurut (Danesi, 2010), film mempunyai tiga jenis yaitu film fiksi, film feature dan dokumenter. Film fiksi karya audio visual yang strukturnya narasi. Film animasi film yang karya audio visual yang tekniknya menciptakan ilusi dari benda dua dimensi maupun tiga dimensi. Sedangkan film dokumenter karya audio visual yang merekam kehidupan nyata yang ada di masyarakat apa adanya tanpa adanya persiapan.

Menurut (Pratista, 2008) film memiliki tiga jenis yaitu film fiksi, film dokumenter, dan film eksperimental. Film fiksi yang mempunyai struktur naratif (cerita) yang jelas, film dokumenter dan

eksperimental tidak memiliki struktur naratif jelas. Film dokumenter mempunyai konsep nyata sedangkan film eksperimental memiliki konsep yang abstrak.

Saat ini, variasi jenis film semakin beragam, dengan munculnya film-film yang menampilkan karakter-karakter tertentu yang membawa dampak pada terbentuknya kelompok-kelompok tersendiri. Beberapa genre film yang ada antara lain:

a. Film Fiksi

Karya fiksi sinematik sering kali menampilkan aktor dan aktris yang memerankan alur cerita. Diproduksi untuk keuntungan finansial, film layar lebar sering kali memiliki harga tiket yang ditetapkan saat ditayangkan di bioskop. Penayangan film fiksi di televisi sering kali disubsidi oleh jaringan iklan tertentu.

b. Film Non-Fiksi

Tema film nonfiksi diambil dari kehidupan nyata. Ada dua jenis utama film non-fiksi:

- a. Istilah "film faktual" mengacu pada film yang hanya mendokumentasikan kejadian dalam kehidupan nyata. Fokus film faktual saat ini adalah pemberitaan kejadian dalam kehidupan nyata, dan film tersebut sering disebut dengan berita.
- b. Istilah "film dokumenter" mengacu pada film yang menangkap peristiwa sejarah penting atau fenomena budaya dengan tujuan mendidik dan mencerahkan penontonnya. Alur cerita dalam film dokumenter didasarkan pada fakta dan data yang dapat diverifikasi yang dikumpulkan dari peristiwa nyata.

Film dokumenter adalah jenis film non-fiksi yang menggambarkan kehidupan nyata dari setiap individu dengan perasaan dan pengalaman yang autentik, sering kali tanpa persiapan khusus dan tanpa skrip (Marsel, 2010). Film dokumenter tidak bergantung pada dramatisasi atau pengaturan cerita untuk dianggap sebagai kebenaran. Keberadaan film dokumenter diakui karena mereka memiliki tujuan tertentu setiap kali dibuat. Tujuan-tujuan ini termasuk penyebaran informasi, pendidikan, dan terkadang digunakan untuk propaganda oleh individu atau kelompok tertentu. (Effendy, 20014:2).

Film dokumenter dapat dikatakan sebagai sebuah usaha untuk merekam keadaan secara nyata yang diamati. Berikut adalah bentuk-bentuk film dokumenter:

A. *Expository Mode*

Film dokumenter dalam mode ekspositori sering menggunakan narasi suara (*voice over*) untuk berbagai maksud, seperti menyampaikan informasi atau menunjukkan sudut pandang tertentu kepada penonton.

B. *Observational Mode*

Dalam film dokumenter mode ini, fokus utamanya adalah pada proses pembuatan film yang didasarkan pada kehidupan sehari-hari secara langsung. Pembuat film berusaha untuk minim mempengaruhi kehidupan sehari-hari subjek mereka, dengan menunggu kejadian spontan di hadapan mereka. Kamera dalam film dokumenter mode observasional disusun agar tidak mencolok, untuk mempertahankan kesan keadaan alami subjek.

C. *Poetic Mode*

Film dokumenter dalam mode ini cenderung memberikan interpretasi subjektif terhadap subjeknya. Pendekatan ini biasanya mengabaikan format penceritaan tradisional yang menggunakan karakter tunggal dan peristiwa yang harus dikembangkan.

D. Participatory Mode

Film dokumenter ini menekankan interaksi antara pembuat film dan subjeknya, sering melalui wawancara atau keterlibatan langsung.

E. Performative Mode

Dalam bentuk film dokumenter ini, penekanan diberikan pada aspek subjektif dan ekspresif dari keterlibatan pembuat film dan subjeknya, dengan menekankan dampak emosional dan sosialnya bagi penonton.

F. Reflexive Mode

Dalam film dokumenter ini, penekanan diberikan pada proses pembuatan film sebagai representasi dari kenyataan, sehingga penonton menjadi lebih sadar akan unsur-unsur film dan proses pembuatannya.

2.2 Makna Pesan dalam Semiotika

Semiotika adalah sekumpulan teori yang membahas tentang tanda-tanda yang dapat mewakili objek, ide, kondisi, situasi, perasaan, dan keadaan. Sebagai salah satu kajian dalam teori komunikasi, semiotika berperan penting dalam memahami bagaimana makna dibangun. Menurut Littlejohn (2009) dalam bukunya *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication* edisi ke-9, semiotika bertujuan untuk mengidentifikasi makna yang terdapat dalam tanda-tanda dan menafsirkan

makna tersebut, sehingga dapat memahami bagaimana komunikator menyusun pesan.

Teori semiotika adalah studi tentang tanda-tanda dan sistem simbolik yang digunakan untuk menyampaikan makna. Dalam semiotika, tanda-tanda tidak hanya mencakup kata-kata, tetapi juga gambar, suara, gestur, atau objek yang memiliki makna tertentu dalam konteks budaya. Teori ini berasal dari dua tokoh utama, Ferdinand de Saussure dan Charles Sanders Peirce, yang mengembangkan konsep tanda dan hubungannya dengan makna. Saussure membagi tanda menjadi dua komponen: penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Penanda adalah bentuk fisik dari tanda, seperti kata atau gambar, sementara petanda adalah makna yang diwakili oleh penanda tersebut. Sebagai contoh, kata "pohon" adalah penanda, sedangkan konsep pohon yang ada di pikiran kita adalah petandanya. Saussure juga berargumen bahwa hubungan antara penanda dan petanda bersifat arbitrer, artinya tidak ada hubungan alamiah antara keduanya, sehingga makna tanda bergantung pada kesepakatan sosial.

Peirce memperluas teori ini dengan membagi tanda menjadi tiga kategori: **ikon**, **indeks**, dan **simbol**. Ikon adalah tanda yang memiliki kemiripan fisik dengan objek yang direpresentasikan, seperti foto yang menyerupai objek aslinya. Indeks memiliki hubungan kausal dengan objeknya, misalnya asap yang menunjukkan adanya api.

Sementara simbol adalah tanda yang maknanya bergantung pada konvensi atau kesepakatan sosial, seperti kata-kata dalam bahasa. Dalam konteks film atau media, semiotika digunakan untuk menganalisis bagaimana berbagai elemen visual dan audio dalam film bekerja sebagai tanda untuk menyampaikan pesan tertentu. Misalnya, warna merah dalam sebuah adegan film mungkin digunakan sebagai simbol untuk mengekspresikan bahaya atau gairah, bergantung pada konteksnya. Dengan menggunakan semiotika, kita bisa memahami lapisan makna yang tersirat dalam karya media atau budaya. Teori semiotika sangat penting dalam bidang komunikasi, sastra, dan media karena memungkinkan analisis yang lebih dalam terhadap cara-cara makna diciptakan dan dipahami oleh audiens.

2.3 Tahapan Pelaksanaan dalam Film Dokumenter

Produksi film dokumenter melibatkan serangkaian tahapan yang meliputi perencanaan, pengambilan gambar, pengeditan, dan distribusi. Berikut adalah tahapan umum dalam produksi film dokumenter:

1. Perencanaan dan Riset

Tahap ini melibatkan penelitian tentang topik yang akan dibahas dalam film. Produser dan sutradara akan melakukan riset mendalam untuk mengumpulkan informasi, mengidentifikasi narasumber potensial, dan merencanakan pendekatan naratif yang akan diambil dalam film.

2. Pengembangan Konsep

Setelah melakukan riset, tim produksi akan mengembangkan konsep film, termasuk narasi, tema, dan pesan yang ingin disampaikan kepada penonton. Ini dapat melibatkan penyusunan skrip atau kerangka dasar untuk film.

3. Pembuatan Proposal dan Pendanaan

Jika diperlukan, tim produksi akan membuat proposal proyek dan mencari pendanaan untuk produksi film. Ini bisa melibatkan penawaran kepada investor, perusahaan, atau organisasi sponsor, serta mencari dana dari lembaga pendukung atau platform crowdfunding.

4. Pra-produksi

Tahap pra-produksi melibatkan persiapan fisik dan logistik untuk pengambilan gambar. Ini termasuk perencanaan jadwal, pembelian atau penyewaan peralatan, perekrutan kru, perizinan lokasi, dan persiapan administratif lainnya.

5. Pengambilan Gambar (Produksi)

Ini adalah tahap di mana pengambilan gambar utama berlangsung. Tim produksi akan melakukan wawancara, merekam adegan, dan mengumpulkan materi b-roll (rekaman tambahan) yang diperlukan untuk film.

6. Pascaproduksi

Setelah pengambilan gambar selesai, film akan masuk ke tahap pascaproduksi. Ini melibatkan pengeditan materi yang telah direkam, pemilihan klip terbaik, penyusunan struktur naratif, pengaturan musik, dan pembuatan efek khusus atau animasi jika diperlukan.

7. Penyelesaian dan Pasca-pascaproduksi

Setelah pengeditan selesai, film akan melalui tahap revisi, perekaman suara, dan penyesuaian akhir lainnya. Ini juga meliputi pembuatan judul, kredit, dan desain grafis, serta produksi versi akhir film dalam format yang sesuai untuk distribusi.

8. Distribusi

Tahap terakhir adalah distribusi film kepada penonton. Ini bisa melibatkan penayangan di bioskop, penyiaran di televisi atau platform streaming, peluncuran DVD atau Blu-ray, atau distribusi online melalui situs web atau layanan streaming.

Setiap tahap dalam produksi film dokumenter membutuhkan waktu, sumber daya, dan keterampilan yang unik. Kerja sama antara berbagai anggota tim produksi, termasuk produser, sutradara, sinematografi, editor, dan desainer suara, penting untuk menciptakan film dokumenter yang sukses.

2.4 Macam-Macam Tugas Pokok Produser

Menurut Rahmawati (2011), seorang produser mempunyai tanggung jawab untuk mengawasi seluruh proses produksi dari awal sampai akhir, mulai dari tahap pengembangan, pra produksi, produksi, pasca produksi, hingga tahap distribusi. Seorang produser juga bertanggung jawab untuk menentukan lokasi yang sesuai dengan visi sutradara yang digambarkan dalam naskah, sehingga dapat mencapai visual yang diinginkan dalam produksi video klip tersebut.

Saroenggalo (2011) menjelaskan bahwa proses produksi film dimulai dengan keterlibatan tiga pihak utama, yaitu penulis naskah, sutradara, dan produser. Dari ketiganya, produser adalah orang yang mampu mengorganisir, memotivasi, dan memiliki pengetahuan luas tentang semua aspek produksi (Worthington, 2009). Dalam produksi dengan anggaran rendah atau tanpa anggaran, produser sering kali bertanggung jawab langsung atas aspek kreatif dan administratif dalam seluruh proses produksi.

(Effendy, 2002) menyatakan bahwa produser bertanggung jawab membimbing timnya mencapai tujuan kreatif dan manajemen produksi yang telah ditentukan sesuai anggaran yang disepakati oleh produser eksekutif.

2.4.1 Tugas Produser

Mereka bertugas mengawasi setiap langkah pembuatan sebuah film atau video klip, mulai dari penulisan naskah hingga editing. Produser juga terlibat dalam aspek promosi dan pemasaran film tersebut. Tugas produser dalam pembuatan film dalam artikel "Pedoman Profesi Produser" (2012) bahwa tugas dari seorang produser sebagai berikut:

- Mengembangkan konsep cerita untuk produksi film.
- Menyusun proposal produksi film berdasarkan konsep cerita yang dikembangkan.
- Merancang secara detail jadwal produksi.
- Menyusun anggaran biaya produksi.
- Mengawasi dan memastikan kelancaran seluruh kegiatan produksi.
- Mengelola semua kontrak kerja yang sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku.

Selain itu, berikut merupakan tanggung jawab utama produser:

a. Persiapan produksi dimulai dengan kesadaran akan pentingnya waktu. Oleh karena itu, penyusunan jadwal perlu dilakukan sesegera mungkin karena ini menjadi langkah awal untuk menjawab pertanyaan krusial dalam pembuatan film. Pengertian penyusunan jadwal berkaitan dengan menentukan durasi keseluruhan proses produksi film, waktu yang diperlukan untuk praproduksi, selama produksi, dan pascaproduksi; waktu yang dibutuhkan untuk memasarkan gambar tersebut; dan waktu yang diperlukan agar semua departemen siap mengambil gambar.

b. Proses pembuatan jadwal dimulai dengan kesepakatan bersama terkait draf skenario yang akan menjadi pedoman selama proses syuting. Langkah awalnya adalah analisis mendalam terhadap skenario, pembuatan papan produksi, dan akhirnya penyusunan jadwal. Dalam konteks penyusunan jadwal, analisis mendalam skenario yang dilakukan oleh manajer produksi berfokus pada sudut pandang manajerial, sedangkan sutradara melihatnya dari perspektif pengembangan kreatif.

c. Setelah jadwal produksi disusun, estimasi anggaran akan dapat diperkirakan berdasarkan durasi syuting dan elemen-elemen yang tercantum dalam analisis skenario. Proses ini melibatkan penyusunan perkiraan anggaran yang langsung dipengaruhi oleh isi skenario. Oleh karena itu, skenario yang dijadikan acuan dalam penyusunan anggaran harus tetap menjadi patokan, bahkan ketika perubahan skenario diperlukan.

d. Setelah jadwal produksi disusun, kita mendapatkan gambaran mengenai skala produksi berdasarkan jumlah hari syuting dan elemen-elemen yang tercantum dalam analisis skenario. Langkah selanjutnya adalah menyusun perkiraan anggaran. Perubahan pada skenario akan berdampak langsung pada anggaran produksi. Oleh karena itu, skenario yang dijadikan acuan saat menyusun anggaran harus tetap menjadi acuan utama, bahkan ketika terjadi perubahan skenario yang tidak terduga.

Menurut Effendy (2014) adapun tugas produser dalam mengakomodasi aktivitas dalam proses penciptaan karya film:

1. Pra produksi. Pra produksi merupakan fase awal dalam proses pembuatan film, di mana ide-ide dikembangkan, informasi dan data dikumpulkan untuk mendukung fakta dan subjek yang dipilih. Tahap ini sangat krusial karena menjadi fondasi sebelum proses produksi dan pascaproduksi dilaksanakan secara detail. Menurut Effendy (2014), dalam tahap pra produksi, produser akan mengatur beberapa aktivitas seperti:

A. Script Breakdown adalah proses di mana setiap adegan dalam naskah film dijelaskan secara rinci untuk menjadi panduan dalam proses produksi. Selama kegiatan ini, sutradara dan produser berkolaborasi untuk mengevaluasi perkiraan biaya dan menentukan jadwal syuting yang tepat.

B. Penjadwalan syuting, yang dipimpin oleh produser, melibatkan pembuatan jadwal syuting oleh asisten

sutradara utama. Jadwal ini berfungsi sebagai panduan bagi seluruh kru yang terlibat dalam proses produksi film. Asisten sutradara utama membuat jadwal syuting berdasarkan rincian dari script breakdown, dengan persetujuan dari produser dan sutradara.

C. Rancangan anggaran, produser perlu memahami semua komponen yang terlibat dalam perencanaan sebuah film. Dengan pemahaman tersebut, produser dapat membuat perencanaan biaya yang tepat untuk produksi film. Saat menyusun anggaran, produser melakukan diskusi dengan berbagai anggota kru yang terlibat, khususnya dengan penata kamera dan penata artistik. Tujuannya adalah untuk mencapai kesepakatan jika ada kebutuhan yang tidak dapat terpenuhi.

D. Proposal dalam produksi film sangat penting untuk mendapatkan pendanaan yang diperlukan untuk mewujudkan sebuah karya. Biasanya, proposal ini secara detail menjawab tujuh pertanyaan kunci: alasan mengapa film ini diproduksi, gambaran tentang isi dan bentuk film yang akan dibuat, proses produksi yang akan dilakukan, siapa saja yang terlibat dalam produksi, rencana distribusi film, perkiraan biaya produksi, dan perhitungan potensial laba dan rugi. Dengan proposal ini, investor dapat mempertimbangkan untuk berpartisipasi dalam pembuatan film tersebut.

2. Produksi. Tahap produksi adalah saat di mana semua persiapan dari tahap pra-produksi dieksekusi. Ini merupakan tahap yang mengharuskan seorang pembuat film memiliki stamina yang kuat. Kerja sama tim sangat diutamakan dalam proses ini karena film adalah hasil dari kolaborasi. Setiap anggota kru film harus saling

memahami dan mengendalikan ego mereka untuk mencapai hasil akhir yang optimal (Javandalasta, 2021).

3. Pasca produksi. Sebuah film disempurnakan dan diselesaikan pada masa pasca produksi sehingga dapat menceritakan sebuah narasi atau memberikan dampak bagi penontonnya. Semua foto yang diambil selama pembuatan film dan diedit oleh editor digabungkan dalam langkah ini. Fase pasca produksi juga mencakup kegiatan seperti pemutaran film dan percakapan (Javandalasta, 2021).

2.4.2 Peran-Peran Produser

Seorang produser merupakan sosok penting dalam sebuah produksi film. Produser merupakan seseorang yang mengepalai jalannya produksi, memiliki tanggung jawab dari perancangan hingga mencapai tujuan sebuah produksi film. Produser seringkali tidak berjalan sendiri. Menurut Heru Effendy (2002: 40–42), ada banyak peran yang berkontribusi terhadap efisiensi seorang produser film:

1. Kepala Produksi, Orang atau individu yang bertanggung jawab memulai produksi film biasanya mempunyai sebutan ini. Penulisan proposal dan pengumpulan dana produksi berada dalam lingkup mereka. Produksi film dapat memperoleh pendanaan dari beberapa sumber; biasanya, setiap sumber menunjuk seorang perwakilan untuk bertindak sebagai pengisi suara mereka.

2. Produser Sebagai Associate Producer adalah seseorang atau beberapa orang yang mempunyai wewenang untuk menanyakan atau mengamati proses produksi. Tapi mereka tidak bisa memveto keputusan yang dibuat selama pembuatan film karena mereka tidak punya wewenang untuk melakukannya. Kehormatan ini diberikan kepada mereka yang merupakan bagian integral dari kru produksi inti film tersebut dan yang telah memberikan kontribusi besar dalam pembuatan gambar tersebut.

3. Sebagai supervisor, produser lini membantu semua departemen menangani masalah manajemen sesuai anggaran yang ditetapkan dan menawarkan saran untuk pendekatan lain. Tidak ada pilihan kreatif yang dibuat oleh produser lini. Produser video musik sering kali mempekerjakan tim manajer menengah untuk mengurus tugas administratif sehari-hari;

1. Manajer produksi film adalah penanggung jawab departemen yang bekerja langsung dengan aktor dan kru. Dalam peran ini, Anda akan bertanggung jawab untuk berkoordinasi dengan personel, peralatan, dan lokasi, serta mengembangkan jadwal produksi, mengotorisasi pengeluaran, dan menetapkan anggaran. Mereka yang bertanggung jawab atas produksi memiliki manajer produksi yang bertanggung jawab. Manajer unit dan manajer unit produksi adalah nama lain untuk individu ini.

2. Asisten Sutradara: Tugas seorang asisten produksi melibatkan pengelolaan set fisik. Tanggung jawabnya mencakup mengawasi kelancaran proses pengambilan gambar. Ini dilakukan dengan memproses informasi dan mengkoordinasikan para pemeran dan kru untuk memastikan mereka siap saat proses pengambilan gambar dilakukan sesuai jadwal. Pada produksi yang lebih besar, bisa ada asisten produksi tingkat dua dan tiga yang menangani tugas administratif untuk asisten produksi tingkat satu.

3. Manajer Lokasi: Tanggung jawab manajer lokasi mencakup menemukan lokasi yang sesuai untuk pengambilan gambar serta mengurus semua aspek terkait biaya dan izin yang diperlukan. Mereka berurusan dengan pihak ketiga, seperti pemilik gedung dan polisi, saat syuting. Anda dapat mendatangi pengelola lokasi saat Anda membutuhkannya, meskipun manajer tersebut tidak

sepenuhnya diperlukan selama durasi produksi. Satu atau lebih asisten mungkin tersedia bagi manajer lokasi pada proyek yang lebih besar untuk membantu pekerjaan mereka.

4. Akuntan Produksi: Mencatat semua uang yang masuk dan keluar dari proyek produksi adalah tugas seorang akuntan produksi, yang kadang-kadang disebut auditor keuangan produksi. Penggajian, gaji, dan pembuatan laporan keuangan semuanya termasuk dalam kategori ini. Asisten dengan penggajian dan biaya lainnya adalah hal biasa dalam proyek-proyek besar.

5. Tugas administrasi umum, termasuk distribusi dokumen, perencanaan pertemuan, manajemen asuransi, reservasi perjalanan, dan pembelian peralatan dan perlengkapan kantor, pada dasarnya merupakan tanggung jawab manajer kantor, yang juga dikenal sebagai koordinator kantor produksi. Selain itu, merupakan tanggung jawabnya untuk menutup semua departemen yang berkaitan dengan administrasi ketika produksi hampir selesai.

6. Production Assistant: Bertanggung jawab mengatur berbagai tugas untuk memastikan kelancaran produksi, seperti mengatur jadwal, menangani kehadiran penonton, dan tugas-tugas administratif lainnya. Manajer produksi, sutradara, dan asisten dapat ditemani oleh satu atau lebih asisten pribadi untuk membantu dalam pelaksanaan tugas-tugas tersebut.

2.5 Manajemen

Berasal dari kata Latin "manus", yang berarti "tangan", istilah Italia "maneggiare" (1561) berarti "mengendalikan", paling sering mengacu pada tindakan memimpin kuda. Orang Prancis akhirnya meminjam istilah tersebut dari

bahasa Inggris dan mengubahnya menjadi “*ménagement*,” yang berarti “seni mencapai dan mengatur” (Rezha Pratama, 2020).

Steve Robbins dan Mary Coulter menyatakan (2010) Manajemen, apa itu? Pekerja yang melapor kepada atasan disebut manajemen. Tujuan manajemen adalah untuk memastikan bahwa tugas dilaksanakan secara efisien dan efektif dengan mengoordinasikan dan memantau upaya orang lain. Namun, manajemen memerlukan lebih dari itu.

Manajemen didefinisikan oleh Assauri (2017) sebagai proses mencapai tujuan melalui pengarahan dan pengendalian usaha orang lain.

Menurut Siswanto (2017), manajemen merupakan seni dan ilmu dalam mengatur individu dan prosedur kerja untuk mencapai suatu tujuan. Dari berbagai sudut pandang ahli yang telah dibahas, dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah tindakan mengarahkan sumber daya suatu organisasi sedemikian rupa sehingga mencapai tujuannya dengan cara yang seefisien dan seefektif mungkin.

2.5.1 Tujuan Manajemen

Manajemen adalah kombinasi seni dan ilmu yang melibatkan prosedur seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Ini mempengaruhi cara kerja dan individu dalam upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan tujuan memberikan manfaat kepada individu terkait. Menurut Siswanto (2017), tujuan dari manajemen adalah sebagai berikut:

1. Mewujudkan dan mengatur lingkup tertentu serta mendorong usaha seorang manajer.
2. Mencapai hasil terbaik.
3. Mengembangkan aspek-aspek produksi secara efektif.
4. Memenuhi tujuan.

2.5.2 Fungsi Manajemen P.O.A.C

Sebagai aspek penting dari setiap strategi manajemen, fungsi manajemen adalah tulang punggung setiap sistem manajemen yang efektif. Ini berfungsi sebagai peta jalan untuk mencapai tujuan. Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pemantauan adalah empat tugas utama yang membentuk proses manajemen, yang berkelanjutan dan sistematis. Jika ingin mendapatkan hasil terbaik, manajer harus ahli dalam setiap aspek manajemen.

1. Perencanaan (Planning)

Menurut Hasibuan (2017), perencanaan adalah suatu rancangan ketentuan yang digunakan sebagai panduan untuk mencapai tujuan tertentu. Aktivitas ini melibatkan kemampuan dasar dalam menghadapi lingkungan dengan mempertimbangkan berbagai pilihan yang tersedia (Siswanto, 2017). Proses perencanaan memiliki tahapan-tahapan yang dijelaskan oleh Hasibuan (2017), termasuk:

- a. Menjelaskan dan menguraikan masalah, upaya, serta tujuan yang direncanakan terlebih dahulu.
- b. Mengumpulkan informasi, data, dan fakta yang diperlukan sesuai kebutuhan.
- c. Menguraikan dan mengklasifikasikan fakta, informasi, dan data serta hubungannya.
- d. Menentukan rencana dan mengidentifikasi hambatan serta faktor-faktor pendukungnya.
- e. Menyusun beberapa opsi alternatif.
- f. Memilih rencana terbaik dari opsi alternatif yang tersedia.

g. Menetapkan urutan dan menetapkan jadwal rinci untuk rangkaian yang diusulkan.

h. Melakukan evaluasi terkait kemajuan dari rangkaian yang diusulkan.

Jadi, perencanaan merupakan tahap awal dalam proses manajemen yang memiliki dampak signifikan pada tahapan manajemen selanjutnya. Jika manajer mampu menjalankan perencanaan dengan benar dari awal, Langkah selanjutnya dapat berjalan lancar dan perusahaan dapat mencapai tujuannya. Sebaliknya, jika perencanaan pada tahap awal tidak tepat, maka tujuan organisasi tidak akan tercapai karena kesalahan tersebut dapat mempengaruhi proses yang berikutnya.

2. *Pengorganisasian (Organizing)*

Setelah perencanaan berjalan dengan baik, tahap selanjutnya dalam proses organisasi adalah pengorganisasian (*organizing*). Menurut Hasibuan (2017), *organizing* adalah proses manajemen yang melibatkan penentuan, pengelompokan, dan pengaturan semua kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Hal ini meliputi penempatan individu-individu dalam setiap kegiatan, penyediaan perlengkapan yang dibutuhkan, dan pembuatan aturan yang jelas agar individu terkait dapat menjalankan kegiatan tersebut.

Sementara menurut Siswanto (2017), *organizing* melibatkan pengelompokan bagian dari rencana kerja yang telah diselesaikan oleh anggota tim, menetapkan hubungan antara pekerjaan yang harus dilakukan, menyediakan fasilitas, dan menciptakan lingkungan kerja yang efisien. Tujuan dari *organizing* adalah agar

serangkaian tugas yang direncanakan dapat dilaksanakan dengan cara yang memenuhi hasil yang diinginkan.

Teori ahli yang telah dibahas sebelumnya menjelaskan bahwa pengorganisasian adalah suatu proses manajemen yang memerlukan identifikasi, kategorisasi, dan pengaturan semua tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Hal ini dilakukan dengan menempatkan individu-individu pada setiap kegiatan, menyediakan peralatan yang diperlukan, dan menerapkan aturan yang jelas agar individu terkait dapat menjalankan kegiatan tersebut. Proses ini juga bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik dan efisien.

3. Pengarahan (Actuating)

Manajemen mengandalkan pengarahan (actuating) untuk memastikan bahwa perusahaan dapat mencapai tujuan dan sasarannya. Pimpinan bertanggung jawab untuk memotivasi bawahan dalam struktur organisasi yang sudah ditetapkan. Tujuan dari pengarahan ini adalah untuk menggerakkan sistem dan menjaga agar operasional organisasi atau perusahaan tetap berjalan dengan baik.

Menurut Siswanto (2017), actuating merupakan proses untuk memberikan arahan, bimbingan, dan panduan kepada bawahan agar mereka dapat bertindak untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sejalan dengan strategi yang telah ditentukan.

- a. Memastikan kelangsungan dari suatu rencana.
- b. Menetapkan sistem yang umum.
- c. Mengatasi keberadaan yang tidak bermakna.
- d. Mendorong pengembangan disiplin kerja.

e. Meningkatkan tekad yang telah ditentukan.

Menurut Hasibuan (2017), *actuating* mengacu pada gambaran tentang bagaimana seluruh anggota tim dapat didorong untuk bekerja sama dan menyelesaikan tanggung jawab sejalan dengan pedoman saat ini, memungkinkan organisasi mencapai tujuannya.

4. Pengendalian (Controlling)

Dalam aktivitas manajemen, *controlling* memiliki kontribusi yang sangat mendasar. Fungsi dari proses *controlling* adalah untuk mengevaluasi pencapaian tujuan yang telah dilaksanakan, dan jika terjadi ketidaklancaran dalam pencapaian tujuan, maka akan dilakukan proses identifikasi faktor pemicu yang menyebabkannya dan mengambil tindakan perbaikan. Tujuan dari proses ini adalah untuk menilai dan meningkatkan rencana yang telah diterapkan oleh bawahan, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan efektif (Hasibuan, 2017).

Ini adalah proses untuk memastikan perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk mencapai tujuannya, menurut pandangan alternatif pengendalian (Ismail, 2017).

Dari apa yang dikatakan para ahli ini, kita dapat menyimpulkan bahwa pengendalian adalah tentang memastikan perusahaan memiliki kapasitas yang cukup dan menilai serta menyempurnakan bagaimana rencana dilaksanakan. Menurut Hasibuan (2017), ada banyak proses yang terlibat dalam proses

pengendalian seperti menetapkan kriteria yang digunakan sebagai dasar pengawasan, mengevaluasi hasil yang telah dicapai, membandingkan hasil atau pelaksanaan dengan standar yang telah ditetapkan, dan mengidentifikasi ketidaksesuaian yang mungkin terjadi, mengambil tindakan perbaikan jika diperlukan untuk menjamin tercapainya tujuan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

2.6 Manajemen Produksi

Tugas-tugas seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengaturan berada di bawah lingkup manajemen produksi, yang merupakan cabang manajemen yang bertanggung jawab untuk mengoordinasikan dan mengambil keputusan di bidang-bidang tersebut. Tujuan utamanya adalah untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh bisnis atau kelompok. Sedangkan dibawah ini adalah sumber-sumber pengelolaan yang dicantumkan oleh Hasibuan: (Hasibuan, 2017)

1. Manusia (Men)

Perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengelolaan adalah beberapa alat utama yang dimiliki manajer untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Hal ini juga diungkapkan oleh manajemen personalia dan keuangan.

2. Uang (Money)

Diperlukan untuk melakukan berbagai kegiatan seperti pembelian perlengkapan, biaya perawatan, pembayaran gaji, dan lain-lain. Kegagalan manajemen bisa terjadi karena kurang teliti dalam menghitung penggunaan uang.

3. Bahan-bahan (Material)

Dalam proses aktualisasi aktivitas individu, penggunaan material sangat penting karena hal itu dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut.

4. Mesin (Machines)

Akibat kemajuan teknologi modern, pekerjaan tradisional masyarakat sebagai pembantu rumah tangga mulai ditinggalkan. Sebaliknya, mesin kini menjadi alat yang berguna bagi manusia.

5. Metode (Methods)

Cara atau metode yang dipilih individu untuk melaksanakan pekerjaan harus dilakukan secara efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

6. Pasar (Market)

Jika metode pengelolaan efektif dalam mencapai tujuannya, maka alat dasar pengelolaan telah mencapai tujuannya.

2.7 Review Karya



Gambar 2.1 World Cosplayers Summit

Sumber: YouTube

Film World Cosplayer Summit diproduksi oleh WCS Inc. dan JFN Asia. Film ini menghadirkan kompetisi tahunan yang menampilkan cosplayer dari China dan Indonesia yang datang ke Jepang untuk mewakili negara mereka dalam ajang Cosplay. Cuplikan film ini secara detail merekam setiap momen, mulai dari babak

penyisihan di negara asal hingga perjalanan mereka ke World Cosplay Summit di Nagoya, Jepang. Dalam durasi film selama 70 menit, film ini berhasil menghadirkan berbagai emosi dari para penonton, mulai dari kegembiraan hingga haru, melalui beragam pengalaman yang tersaji dalam film tersebut.

