

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manajemen produksi merupakan strategi yang dipakai untuk mencapai sebuah kunci kesuksesan, seperti dalam pembuatan atau memproduksi sebuah pesan dalam bentuk produk komunikasi seperti video maupun iklan. Manajemen produksi ini digunakan untuk mencapai sebuah tujuan dalam komunikasi sehingga pendengar atau penonton dapat menikmati dan menerima sebuah pesan yang akan disampaikan. Dalam hal ini, saat memproduksi sebuah pesan yang akan disampaikan harus jelas kepada siapa pesan tersebut ditujukan dan apa maksud dari pesan tersebut sehingga pendengar atau penonton tidak bingung dalam melihat pesan tersebut.

Manajemen produksi memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas dalam hal promosi, *branding* dan *position* sehingga banyak orang yang tertarik dengan pesan tersebut. Selain itu manajemen produksi juga dipakai untuk menjawab berbagai pertanyaan yang ada seperti 5W + 1H. Manajemen produksi pada umumnya merupakan hal yang tidak biasa yang dipadukan dengan imajinasi serta pemahaman secara ilmiah dalam menciptakan atau melahirkan ide yang baru sehingga menciptakan hasil yang berbeda dari yang biasanya. Seperti yang kita ketahui bahwa kreatif akan menciptakan ide yang unik, memiliki efek yang luar biasa serta mengejutkan bagi orang-orang.

Dalam Jurnal Prologia Vol. 2, No. 2, Desember 2018, Hal 495-502 dengan judul “Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten *YouTube* (Studi Kasus Konten *prank* Yudist Ardhana)” yang ditulis oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tarumanegara (Shera Aske Cecariyani, Gregorious Genep Sukendro) menjelaskan bahwa penelitian yang diteliti yaitu konten video *YouTube* yang merupakan perwujudan dari komunikasi massa yang didefinisikan sebagai proses penggunaan *medium massa* untuk mengirimkan pesan kepada audiens yang luas dengan tujuan untuk memberikan informasi, menghibur, atau membujuk. Selain itu konten *prank Youtube* Yudish Ardhana memenuhi fungsi komunikasi massa untuk memberikan hiburan kepada *viewers*-nya sehingga mereka merasa terhibur dengan sajian video-video yang diberikan oleh Yudish Ardhana.

Selain untuk menghibur dan juga untuk bersaing dengan *Youtuber* lainnya, strategi yang dilakukan oleh Yudist Ardhana juga merupakan suatu kegiatan untuk meraih targetnya. Target yang ingin ia raih secara tidak langsung terlihat bahwa ia ingin mendapatkan jumlah *subscriber* yang banyak, ia juga ingin konten video yang ia buat dapat dilihat oleh banyak orang. Target lainnya yang terlihat secara tidak langsung adalah dengan membuat konten video *prank* ia mendapatkan tawaran kerjasama untuk beriklan melalui konten *prank* pada *channel Youtube* miliknya.

Selain itu, dalam Jurnal Koneksi Vol. 4, No. 1, Maret 2020, Hal 172-177 dengan judul “Budaya Populer Dalam Pembuatan Video Klip (Studi Kasus Pada Video Klip ‘Merakit’ Oleh Yura Yunita)” yang ditulis oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara (Jenny Ratna Sari, Roswita Oktavianti) menjelaskan bahwa Menurut hasil wawancara, untuk menarik pendengar maka lagu Merakit pertama kali dikenalkan di akun Instagram Yura Yunita karena menurut tim kreatif, khalayak akan mencari tahu apa yang terbaru dari Yura dan sudah tayang atau dapat dinikmati di media apa saja. Lagu Merakit memiliki spesifikasi terhadap lirik karena dapat menyampaikan makna sesuai dengan judul. Video klip sebagai perantara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Miliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



untuk menyampaikan maksud dan tujuan Merakit ini sebagai kelengkapan penjelasan dan lagu tersebut.

Lagu Merakit memiliki keunggulan yaitu pembelajaran terutama bagi penyandang disabilitas, menunjukkan bahwa mereka masih dapat menggali potensi dalam diri dan mendapatkan kehidupan yang lebih baik lagi. Lagu ini tercipta atas bentuk rasa syukur Yura terhadap Tuhan dan teman disabilitas yang berhasil menggerakkan hatinya untuk bangkit kembali dan terus berkarya.

Budaya populer yang terdapat dalam video klip “Merakit” adalah yang digunakan sebagai model adalah penyandang disabilitas. Sedangkan pada umumnya untuk menjadi model harus berkriteria fisik yang prima dan kecantikan yang digunakan untuk menarik konsumen. Dengan menggunakan penyandang disabilitas, Yura dapat mencapai target pasar baru. Video klip versi kedua dengan bahasa isyarat yang dibuat Yura dapat menjadi target pasar baru dan dengan atau tanpa disadari dapat memberikan keuntungan karena Yura memiliki penikmat dari teman tuli yang selama ini hanya bisa melihat tanpa mendengar.

Dalam penelitian ini, penulis mengangkat manajemen produksi yang digunakan dalam pembuatan video klip Rizky Febian sebagai bagian dari *project* Trilogi Cinta atau Garis Cinta. Trilogi Garis Cinta merupakan *project* yang dibentuk atau dirancang oleh seorang penyanyi yaitu Rizky Febian. *Project* ini berkolaborasi dengan selebgram yaitu Anya Geraldine dan *production house* AVCD Films. Di dalam *project* garis cinta ini, terdapat tiga *part* video klip yang dibentuk seperti *series* dengan judul lagu berbeda-beda mulai dari Mantra Cinta, Cuek, dan terakhir adalah Makna Cinta. Lagu “Mantra Cinta” ini sudah ditonton oleh masyarakat Indonesia sebanyak 25,317,682 juta penonton dilanjutkan dengan lagu “Cuek” sebanyak 55,263,320 juta dan terakhir “Makna Cinta” sebanyak 29,911,090 juta. *Part* 1 dari *project* ini menjelaskan lagu dengan judul mantra cinta. Lagu ini mengingatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



perjuangan Rizky Febian dalam mencari pasangan. Inilah salah satu mengapa Rizky Febian memilih lagu ini untuk masuk di dalam sebuah *project* “Garis Cinta”.

Selanjutnya *part 2* dari *project* ini menjelaskan lagu dengan judul *cuek*. Lagu “*Cuek*” ini adalah lagu cinta ala Rizky Febian yang selalu membuat cerita yang serupa dengan kejadian yang sering dirasakan banyak pasangan pada umumnya, dimana banyak orang yang selalu berpikiran *overthinking* terhadap pasangannya. Namun lagu ini berbeda dengan karya yang pernah diciptakan Rizky Febian sebelumnya, dia berusaha mengemas lagu sedih menjadi lagu yang bisa dinikmati dalam kondisi apapun. Terakhir *part 3* dari *project* ini adalah tentang makna cinta yang menjelaskan bahwa “Makna Cinta” adalah karya terakhir yang ada di *project* *Garis Cinta*.

Lagu ini merupakan akhir cerita perjalanan dari dua lagu sebelumnya, dimana penantian dan usaha keras seseorang akan berujung indah jika sungguh-sungguh dalam menjalani prosesnya. Dan untuk melengkapi *single* *Makna Cinta*, Rizky Febian mempersiapkan *music video* dari lagu ini. Visual dari lagu ini dikemas dalam bentuk *Music video series* yang disempurnakan oleh tim *AVCD Films*.

Dalam *Music Video Series* ini *Makna Cinta* menceritakan perjuangan seorang Rizky Febian menemukan cinta sejatinya yaitu Anya Geraldine, perjuangan seorang *graphic design* yang mencari cinta dari aplikasi dating kemudian tidak sengaja bertemu dengan wanita yang pada akhirnya menjadi kekasihnya. Dalam masa berpacaran Rizky mencoba hal baru yaitu menjadi musisi dan menciptakan sebuah lagu yang di hadiahkan untuk kekasihnya di hari jadinya yang ke-1 tahun. Pada akhirnya Anya melihat keseriusan perjuangan Rizky untuk mendapatkan cinta sejatinya dan mereka akhirnya hidup bahagia bersama. Ketiga video klip *Trilogi Cinta* ini berhasil menduduki *trending* di *Youtube*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika KwikKianGie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam Pembuatan video klip ini, banyak sinematografi yang digunakan mulai dari pengambilan gambar, editing hingga penggabungan suara dan gambar sehingga video klip tersebut dapat dinikmati oleh pendengar maupun penonton. Selain itu alur cerita yang digunakan dalam pembuatan video klip ini maju-mundur sehingga pendengar atau penonton video klip tersebut seakan-akan *flashback* ke cerita sebelumnya dan alur cerita ini juga terstruktur.

Dalam video klip yang memiliki 3 *part*, setiap judul lagu video klip ini memiliki berbagai arti yang tersirat di dalamnya. Video klip ini selalu terfokus kepada 1 objek yaitu lukisan orang yang sedang tertawa lalu di akhir *part* 3 ini, menampilkan *quotes* atau tulisan yaitu "Jika Tuhan sudah berkehendak untuk mempertemukan cinta sejati, apapun perjalanan tentang cinta, semuanya sudah ada garisnya. Karena cinta berona" artinya bahwa setiap orang sudah ditakdirkan memiliki jalan untuk mendapatkan pasangannya masing-masing. Sehingga penelitian ini akan secara spesifik meneliti mengenai: "Strategi Kreatif Dalam Video Klip Trilogi Garis Cinta Rizky Febrian"

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut: "Bagaimana manajemen produksi yang digunakan oleh AVCD *Films* saat pembuatan video klip?".

## C. Identifikasi Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka identifikasi masalah diatas adalah sebagai berikut untuk meneliti manajemen produksi yang digunakan oleh pembuat video klip

