MANAJEMEN PRODUKSI *PRODUCTION HOUSE* MUSI KREATIF INDONESIA DALAM PEMBUATAN VIDEO KLIP BUDI DOREMI "TOLONG"

SKRIPSI
Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
menempuh derajat Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi
Konsentrasi: Broadcasting

DIAJUKAN OLEH:
ALZAREF DWI TRASUKA
07031281621067

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

"Manajemen Produksi *Production House* Musi Kreatif Indonesia Dalam Pembuatan Video Klip Budi Doremi Tolong"

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh:

Alzaref Dwi Trasuka

07031281621067

Pembimbing I	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dr. Azhar, SH., M.Sc., LLM NIP.196504271989031003		1 Februari 2021
Pembimbing II		
2. Krisna Murti, S.I.Kom., M.A NIP. 198807252019031010		29 Januari 2021

Mengetahui,
Ketua jurusan,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP.19790501200212100

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF

"Manajemen Produksi *Production House* Musi Kreatif Indonesia Dalam Pembuatan Video Klip Budi Doremi Tolong"

Skripsi
Oleh :
Alzaref Dwi Trasuka
07031281621067

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 18 Februari 2021

Pembimbing :	Tanda Tangan
1. Dr. Azhar , SH., M.Sc., LLM NIP. 196504271989031003	----------
2. Krisna Murti, S.I.Kom., M.A NIP. 198807252019031010	----------

Penguji :	Tanda Tangan
1. Miftha Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199205312019032018	----------
2. Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si NIP. 199309052019032019	----------

Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,	Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,
Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si NIP. 196311061990031001	**Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si** NIP. 197905012002121005

MOTTO

“If You Are Working On Something That You Really Care About, You Don’t Have To Be Pushed. The Vision Pulls You.”

– Steve Jobs

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta yaitu Bapak A Wahid Azhara dan Ibu Asmara Murni

2. Saudaraku Anugrah Azassuka Pratama

3. Almamaterku Universitas Sriwijaya.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	**Alzaref Dwi Trasuka**
NIM	:	**07031281621067**
Tempat dan Tanggal Lahir	:	Palembang, 28 Mei 1999
Program Studi/Jurusan	:	Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	:	Manajemen Produksi *Production House* Musi Kreatif Indonesia Dalam Pembuatan Video Klip Budi Doremi Tolong

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 18 Februari 2021
Yang membuat pernyataan,

METERAI TEMPEL
A29A7AFF883728543
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Alzaref Dwi Trasuka
NIM. 07031281621067

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Penyusunan proposal skripsi dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Adapun judul proposal skripsi ini mengenai **"Manajemen Produksi *Production House* Musi Kreatif Indonesia Dalam Pembuatan Video Klip Budi Doremi Tolong"**

Peneliti menyadari bahwa penyusunan proposal skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, serta kepada Nabi Muhammad SAW.
2. Kedua orang tua yang tercinta dan tersayang, Bapak A Wahid Azhara dan Ibu Asmara Murni. Terimakasih ayah dan ibu atas segala doa serta dukungannya selama ini, dari dukungan moral dan finansial yang tak henti-hentinya diberikan agar saya selalu semangat menempuh pendidikan, dukungan dalam menyemangati dan memotivasi untuk kuat dalam menghadapi setiap kendala, serta doa yang selalu mengiringi setiap langkah saya untuk mencapai cita-cita dan keberhasilan.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, M.S.C.E, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus Dekanat lainnya.
5. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan dan Bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
6. Bapak Dr. Azhar, SH., M.Sc., LLM selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan, saran dan masukan dalam penyusunan proposal skripsi ini.

7. Bapak Krisna Murti, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing kedua yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
8. Bapak Adi Inggit Handoko, M.I.Kom selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan saran selama masa perkuliahan.
9. Mba Vira selaku staf administrasi Ilmu Komunikasi yang membantu kelancaran dalam proses administrasi peneliti selama penyusunan proposal skripsi ini.
10. Keluarga Besar UKM Videografi Unsri, Terima kasih selalu menemani selama masa perkuliahan dan selalu menjadi alasan untuk selalu produktif. Banyak pengalaman yang dirasakan dan tak terlupakan selama memimpin Videografi Unsri ini. Tetaplah semangat dalam berkarya teman teman dan adik adiku! There's No Creativity without Action.
11. Priscilia Agatha, My Support system, yang selalu memberikanku semangat disaat suka dan duka. Terimakasih ya sudah selalu setia dan sabar menemaniku dari aku terbaring lemah sampai aku bangkit dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ku ini.
12. Saudaraku Anugrah Azassuka Pratama yang telah mendoakan serta memberikan semangat dalam setiap langkahku mengerjakan skripsi ini. Terimakasih pek untuk motivasi dan semangatnya
13. Pihak Musi Kreatif Indonesia yang telah membantu penelitian ini berjalan lancar dengan kerjasamanya dalam memberikan informasi dan data yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi.
14. Sahabat-sahabat yang memberikan semangat, kebersamaan, dan bantuan pemikiran agar skripsi ini selesai.
15. Rekan-rekan seperjuangan khususnya angkatan 2016 Ilmu Komunikasi kampus indralaya yang selalu berbagi infomasi selama penyusunan proposal skripsi ini.
16. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terimakasih banyak, Kalian Luar Biasa!

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberi bantuan dan dukungan kepada penulis yang namanya tidak bisa disebutkan satu-persatu. Untuk itu penulis berharap kelak Allah SWT membalas semua kebaikan yang pernah Bapak/Ibu, Saudara dan teman-teman berikan kepada penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Inderalaya, Maret 2021

Alzaref Dwi Trasuka

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi yang dilakukan Musi Kreatif Indonesia dalam pembuatan video klip Budi Doremi "Tolong". Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Manajemen Produksi yang dikemukakan oleh Fred Wibowo dalam bukunya teknik produksi program televisi dan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data yang diperoleh dari wawancara mendalam dengan dua informan utama dan satu informan tambahan, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama Musi Kreatif Indonesia sudah melakukan penemuan ide dengan baik dan benar melalui brainstorming yang dilakukan oleh produser dan sutradara. Kedua MKI sudah melakukan perencanaan sesuai dengan teori yaitu pembuatan jangka waktu kerja, estimasi biaya dan penentuan lokasi. Ketiga MKI sudah mengurus perizinan lokasi dengan baik menggunakan surat perizinan. MKI belum melakukan reka adegan secara maksimal dikarenakan tidak dilakukan sebelum *shooting* melainkan dilakukan ketika hari *shooting*.MKI sudah melakukan proses produksi sesuai dengan jangka waktu kerja dan *shoot list* yang sudah dibuat dan disepakati. MKI tidak melakukan evaluasi setelah proses *shooting* per hari dikarenakan proses evaluasi diganti menjadi proses *briefing*. MKI sudah melakukan proses *editing* sesuai dengan teori yang dimana editor bekerja sama bersama sutradara untuk mengabungkan gambar hingga menjadi satu kesatuan. MKI telah melakukan proses penayangan dengan baik dan benar dengan cara melakukan penayangan dan menonton bersama hasil video yang sudah di edit di studio Jakarta bersama dengan budi doremi nya. MKI belum melakukan *Publishing* dengan baik dan benar dikarenakan MKI hanya berperan sebagai Rumah Produksi yang menggarap video klip nya saja sedangkan untuk *Publishing* itu sepenuhnya budi doremi yang bertanggung jawab dan mengurusnya.

Kata Kunci: Manajemen Produksi, *Production House*, Musi Kreatif Indonesia, Video Klip Budi Doremi Tolong

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Azhar, SH., M.Sc., LLM	**Krisna Murti, S.I.Kom., M.A**
NIP.196504271989031003	**NIP. 198807252019031010**

Inderalaya, 29 Januari 2021
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

This study aims to determine how the production management carried out by Musi Kreatif Indonesia in the making of the video clip Budi Doremi "Tolong". In this study, researchers used the Production Management theory proposed by Fred Wibowo in his book: Television Program Production Techniques and using descriptive qualitative methods with data obtained from in-depth interviews with two main informants and one additional informants, observation and documentation. The results of this study indicate that firstly, Musi Kreatif Indonesia has made good and correct idea discoveries through brainstorming conducted by producers and directors. Second, MKI has planned according to the theory, namely making word periods, estimating costs and determining the location. Third, MKI has managed the location permits properly using a permit letter. MKI has not done the scene desing optimally because it was not done before shooting but was done on the day of shooting. MKI has already carried out the production process according to the working period and the shoot list has been made and agreed upon. MKI did not evaluate after shooting each day because the evaluation process was changed to a briefing process. MKI has done the editing process according to the theory where the editor works together with the director to combine the images into one proper video. MKI has carried out the screening process properly and correctly by broadcasting and watching the final video in the Jakarta studio together with Budi Doremi. MKI has not published properly and correctly because MKI only acts as a Production House that works on the video clip, while for publishing, Budi Doremi is fully responsible and takes care of it.

***Keywords*: *Production Management, Production House,* Musi Kreatif Indonesia, Video Clip Budi Doremi Tolong**

Thesis Supervisor I

Dr. Azhar, SH., M.Sc., LLM
NIP.196504271989031003

Thesis Supervisor II

Krisna Murti, S.I.Kom., M.A
NIP. 198807252019031010

Inderalaya, 29 January 2021
Head of Department Communication Sciences
Faculty of Social and Political Sciences
Sriwijaya University

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF ii

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN KOMPREHENSIF iii

MOTTO iv

PERNYATAAN ORISINALITAS v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR x

DAFTAR TABEL xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian 6

1.4.1 Manfaat Teoritis 6

1.4.2 Manfaat Praktis 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori 8

2.2 Manajemen Produksi 8

2.2.1 Definisi Manajemen 8

2.2.2 Definisi Manajemen Menurut Para Ahli 8

2.2.3 Definisi Produksi 9

2.2.4 Definisi Produksi Menurut Para Ahli.....9
2.3 Video Klip.....10
2.3.1 Konsep Dasar Video Klip 11
2.4 Beberapa Teori Yang Digunakan 11
2.4.1 Teori Menurut Tino Saroengallo.....11
2.4.2 Teori Menurut Luther Gullick.....12
2.4.3 Teori Menurut Fred Wibowo 12
2.4.4 Teori Menurut George R. Terry.....13
2.5 Teori yang Digunakan..... 13
2.6 Kerangka Teori.....14
2.6.1 Tahap Pra Produksi 14
2.6.2 Tahap Produksi.....15
2.6.3 Teori Pasca Produksi 15
2.7 Kerangka Pemikiran.....16
2.8 Alur Pemikiran.....17
2.9 Penelitian Terdahulu 17
BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Desain Penelitian.....21
3.2 Definisi Konsep.....21
3.3 Fokus Penelitian.....22
3.4 Unit Analisis. 26
3.5 Informan Penelitian.....26
3.5.1 Kriteria Key Informan.....26
3.5.2 Kriteria Informan Pendukung 27
3.6 Jenis Data dan Sumber Data 27
3.6.1 Jenis Data 27

3.6.2 Sumber Data 27
3.7 Teknik Pengumpulan Data 28
3.7.1 Wawancara Mendalam 28
3.7.2 Studi Dokumentasi 29
3.7.3 Observasi 29
3.8 Teknik Keabsahan Data 29
3.9 Teknik Analisis Data 30
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 32
4.2 Sejarah Singkat Musi Kreatif Indonesia 32
4.3 Profil Musi Kreatif Indonesia 32
4.4 Logo Musi Kreatif Indonesia 35
4.5 Visi dan Misi Musi Kreatif Indonesia 36
4.6 Struktur Kerja Musi Kreatif Indonesia 37
4.7 Peralatan / *Equipment* yang dimiliki Musi Kreatif Indonesia 38
BAB V HASIL DAN ANALISIS
5.1 Tahap Pra Produksi 40
5.1.1 Penemuan Ide 41
5.1.2 Perencanaan 43
5.1.3 Persiapan 48
5.2 Tahap Produksi 52
5.2.1 Pelaksanaan 53
5.3 Tahap Paska Produksi 59
5.3.1 *Editing* 60
5.3.2 *Preview/Screening* 62
5.3.3 *Publishing* 63

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 65

6.1.1 Pra Produksi 65

6.1.2 Produksi 66

6.1.3 Paska Produksi 66

6.2 Saran 67

DAFTAR PUSTAKA 68

LAMPIRAN 70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk/Karya yang dihasilkan oleh Musi Kreatif Indonesia 3

Gambar 1.2 Potongan Gambar Video Klip Budi Doremi ‘Tolong” 4

Gambar 4.1 Kantor Musi Kreatif Indonesia 32

Gambar 4.2 Produk/Karya yang dihasilkan oleh Musi Kreatif Indonesia 33

Gambar 4.3 Klien dari Musi Kreatif Indonesia 33

Gambar 4.4 Logo Pertama Musi Production 34

Gambar 4.5 Pergantian Logo Kedua Musi Kreatif Indonesia 34

Gambar 4.6 Pergantian Logo Ketiga Musi Kreatif Indonesia 35

Gambar 5.1 *Storyline* Video Klip Budi Doremi “Tolong” 42

Gambar 5.2 Momen setelah tim ini mempresentasikan konsep 43

Gambar 5.3 *Time Schedule* Video Klip Budi Doremi ‘Tolong”.....46

Gambar 5.4 *List Equipment* Video Klip Budi Doremi “Tolong” 47

Gambar 5.5 Surat izin lokasi *shooting* Video Klip Budi Doremi “Tolong” 51

Gambar 5.6 Proses *Recce* / Reka Adegan Video Klip Budi Doremi “Tolong” ...51

Gambar 5.7 *Call Sheet* Video Klip Budi Doremi “Tolong” 56

Gambar 5.8 *Shoot List* Video Klip Budi Doremi “Tolong”.....57

Gambar 5.9 Proses *Shooting* Video Klip Budi Doremi “Tolong” 57

Gambar 5.10 Proses *Shooting* Video Klip Budi Doremi “Tolong” 58

Gambar 5.11 Proses *Shooting* Video Klip Budi Doremi “Tolong” 58

Gambar 5.12 Proses *Cross Check* gambar Video Klip Budi Doremi “Tolong” ...59

Gambar 5.13 Proses *Briefing* Video Klip Budi Doremi “Tolong” 59

Gambar 5.14 Proses *Editing* Video Klip Budi Doremi “Tolong”.....62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar *Production House* di Kota Palembang.....2

Tabel 2.1 Alur Pemikiran 17

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 17

Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....21

Tabel 4.1 Struktur Kerja Inti Musi Kreatif Indonesia 36

Tabel 4.2 Struktur Kerja Kru Video Klip Budi Doremi “Tolong” 37

Tabel 4.3 Peralatan yang dimiliki Musi Kreatif Indonesia 37

Tabel 5.1 Penemuan Ide.....40

Tabel 5.2 Perencanaan 43

Tabel 5.3 Persiapan 48

Tabel 5.4 Pelaksanaan.....53

Tabel 5.5 *Editing*.....60

Tabel 5.6 *Preview/Screening* 62

Tabel 5.7 *Publishing* 63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Musik adalah pengungkapan melalui gagasan melalui bunyi, yang unsur dasarnya berupa melodi, irama, dan harmoni dengan unsur pendukung berupa gagasan, sifat dan warna bunyi menurut Soeharto M dalam buku "Kamus Musik"(1992 : 86). Menurut Moller (2011: 34) menjelaskan bahwa video klip adalah sebuah film pendek atau video yang mendampingi alunan musik, umumnya sebuah lagu. Selain itu juga, musik tidak lagi hanya dapat didengarkan melalui audio saja tetapi juga secara audio visual, hal ini tentunya dapat terjadi dikarenakan mengikuti perkembangan zaman dan juga perkembangan teknologi yang semakin maju.

Para musisi ataupun grup band yang sudah sukses karirnya, kebanyakan didapat melalui adanya peran dari sebuah bentuk audio visual yaitu Video klip. Kemunculan video klip untuk yang pertama kalinya diawali pada saat program *Countdown* yang disiarkan di Negara Australia, sejak saat itu mulai banyak orang yang perlahan menyadari bahwa video klip merupakan suatu alat yang paling mudah untuk melakukan promosi. Kemudian muncul sebuah program MTV yang menjadi satu satunya program pertama yang menayangkan video klip dalam waktu 24 jam nonstop, dengan menayangkan sebuah video klip yang berjudul "*Video Killed The Radio Star*".

Video klip merupakan salah satu bentuk dari sebuah Audio Visual, yang dimana Audio visual juga berisi berbagai macam bentuk dari mulai Iklan yang sering kita liat di televisi ataupun media social seperti *Youtube*, Video Klip dari Para musisi baik solo ataupun band dari mulai dalam negeri sampai luar negeri, bahkan film film yang kita nikmati di bioskop. Siapakah yang berperan dan bertanggung jawab dari penggarapan setiap bentuk audio visual tersebut? itu semua adalah suatu produk ataupun karya yang digarap oleh *Production House.*

Menurut Laksono (dalam Ayuningtyas, 2008 : 40), rumah produksi atau yang biasa disebut dengan "*Production House* (PH)" adalah sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan keahlian dalam memproduksi program audio dan audio visual untuk disajikan kepada khalayak, sasarannya baik secara langsung maupun melalui *broadcasting house*. Pada penelitian ini, penulis akan menjabarkan perkembangan *Production House* di Indonesia, lebih tepatnya di Provinsi Sumatera Selatan Kota Palembang.

Ada beberapa rumah produksi yang dapat membuat dan menghasilkan karya karya audio visual dari mulai Iklan, *Video Clip*, *Company Profile*, Film Pendek dan berbagai macam audio visual lainnya. Berikut merupakan daftar Rumah Produksi/*Production House* dipalembang yang resmi (berstatus punya legal hukum yang jelas dalam bentuk CV ataupun PT) dan tentunya aktif melakukan kegiatan produksi sampai saat ini.

NO	PRODUCTION HOUSE	LOGO
1	AP CREATIVE	
2	FRISBEE PRODUCTION	
3	HEXALABS	
4	IRIS PRODUCTION	
5	MUSI KREATIF INDONESIA	

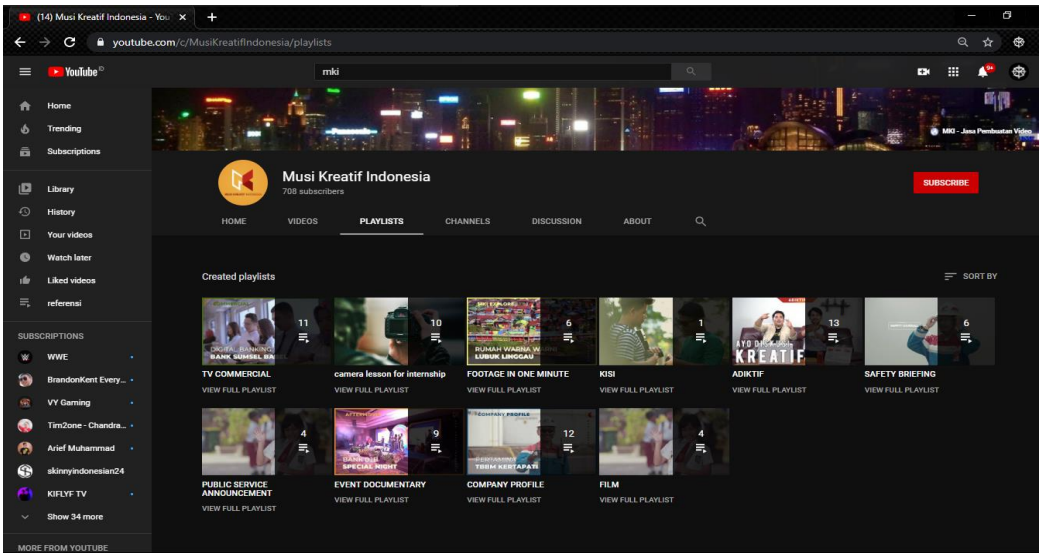
6	THREE LENS	

Tabel 1.1 Daftar *Production House* di Kota Palembang

Sumber: Daftar *Production House* didapat melalui observasi pra penelitian dengan pihak Musi Kreatif Indonesia

Dari data *Production House* diatas, ada salah satu *Production House* yang membuat penulis tertarik yaitu Musi Kreatif Indonesia. Musi Kreatif Indonesia merupakan *Production House* lokal dari Kota Palembang yang dapat dikatakan cukup produktif dalam membuat karya. Berikut merupakan Produk/Karya yang sudah di Produksi oleh Musi Kreatif Indonesia dan di unggah ke Akun Youtube Musi Kreatif Indoenesia.

Gambar 1.1 Produk/Karya yang dihasilkan oleh Musi Kreatif Indonesia



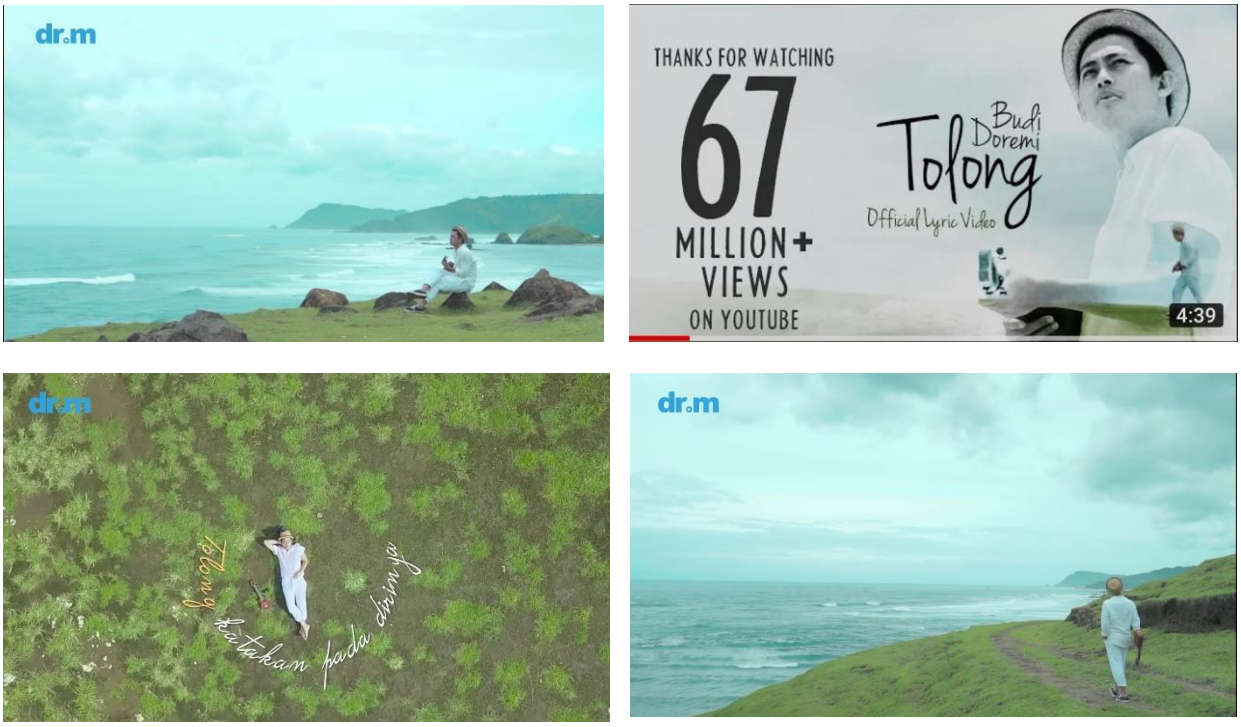
Sumber: Dokumentasi Peneliti (Screenshoot Youtube Channel Musi Kreatif Indonesia)

Sampai saat ini Musi Kreatif Indonesia telah memproduksi karya sebanyak 101 Video yang berisikan mulai dari Film, *Company Profile*, Iklan , TV *Comercial*, Video Klip dan masih banyak lagi. Mengapa penulis tertarik dengan *Production House* Lokal satu ini dikarenakan

Ketertarikan itu muncul dikarenakan diawal tahun 2018, Musi Kreatif Indonesia dipercaya untuk menggarap Video Klip dari *Single* terbaru milik Budi Doremi yang berjudul "Tolong". Video klip milik Budi Doremi yang berjudul "Tolong" ini seratus persen digarap oleh para kru dari Musi Kreatif Indonesia, mulai dari Pra Produksi, Produksi, sampai Pasca Produksi. Proses Produksi / *shooting* Video Klip ini mencapai total 4 hari dan dilakukan di Kota Lombok. Hal ini tentunya sangat membuat penulis tertarik dan penarasan bagaimana bisa *Production House* lokal yang notaben nya tidak begitu popular dapat ditarik oleh Budi Doremi yang merupakan seniman / musisi nasional.

Seperti yang kita tau *Production house* di Ibukota pasti banyak yang jauh lebih unggul, tentunya hal ini menjadi suatu kebanggaan dari Musi Kreatif Indonesia dikarenakan tidak setiap *Production House* Lokal dapat memiliki kesempatan untuk menggarap sebuah karya bersama seniman / musisi nasional sekelas Budi Doremi. Hal ini tentunya tidak terlepas dari bagaimana sebuah *Production House* dalam memanajemen setiap produksi yang dilakukan yang tentunya akan berdampak pada kepuasan dari konsumen yang menggunakan jasa tersebut.

Gambar 1.2 Potongan gambar Video Klip Budi Doremi "Tolong"



Sumber: Screenshoot Youtube Channel Budi Doremi

Video Klip ini juga bertema kan alam yang dimana di dalam Video klip ini menampilkan pesona keindahan Indonesia yang berlokasi di Lombok, hal ini juga memberi tahu kepada masyarakat Indonesia bahwa di negara Indonesia kita ini kaya akan keindahan dan pesona alam. Selain itu Video klip Budi Doremi yang berjudulul "TOLONG" ini juga berhasil viral dan mencapai 67 juta *views* di media Youtube, bahkan sampai saat ini video klip tersebut *views* nya terus meningkat dan kolom komentar dipenuhi dengan banyak apresiasi dan pujian dari masyarakat yang menonton video klip tersebut.

Lagu dan Video Klip dari Budi Doremi yang berjudul "Tolong" ini juga memasuki banyak nominasi di ajang ***Billboard Indonesia Music Awards* 2020**, mulai dari *Top* 100 *song of the year***,** ***Top Streaming Song of the Year (audio)***, ***Top Streaming Song of the Year (video)***. Hal yang membuat penulis sangat tertarik dengan video klip ini adalah dibalik viralnya video klip ini ternyata hasil karya dari *Production House* Lokal di kota Palembang. Oleh karena itu Penulis ingin memastikan sampai saat ini apakah *Production House* lokal di kota Palembang sudah banyak yang memproduksi ataupun menggarap sebuah karya bersama seniman / musisi nasional dengan cara penulis melakukan observasi pra-penelitian kepada Musi Kreatif Indonesia. Rifqi Mardhani selaku Direktur Operasional dari Musi Kreatif Indonesia menyatakan bahwa:

> "Sejauh ini yang saya tau, rumah produksi (PH) di Palembang yang pernah menggarap video klip artis nasional baru kami (Musi Kreatif Indonesia) yaitu project single "Tolong" milik Budi Doremi di tahun 2018. Ya ini semacam kebanggaan juga sekaligus kepercayaan diri bahwa kita yang di luar Jakarta pun khususnya Palembang juga bisa bersaing dengan PH di ibukota". – Rifqi Mardhani (Direktur Operasional Musi Kreatif Indonesia)

Dari Pernyataan Direktur Operasional Musi Kreatif Tersebut tersebut penulis dapat menarik kesimpulan bahwa sampai saat ini Musi Kreatif Indonesia adalah satu satunya *Production House* lokal di kota Palembang yang berhasil menggarap sebuah karya bersama seniman / musisi nasional yaitu Budi Doremi. Hal ini juga menjadi sebuah bentuk perwakilan bahwa *Production House* lokal yang ada di kota Palembang juga dapat bersaing dengan *Production House* besar yang ada di ibukota, dikarenakan diliat dari berbagai pujian dan antusiasme penonton yang tinggi kepada video klip ini.

Dibalik kesuksesan dari sebuah karya itu semua tentunya tak lepas dari bagaimana peran *Production House* tersebut melakukan manajemen produksi di setiap *project* nya, karena

manajemen produksi merupakan suatu hal yang sangat penting dan mempengaruhi hasil dari karya yang diproduksi serta mempengaruhi setiap keputusan dari *client* mengapa ingin menggunakan jasa dari *Production House* tersebut. Hal ini lah yang melatar belakangi penulis tertarik dan ingin mengetahui lebih dalam lagi bagaimana Manejemen Produksi yang Musi Kreatif Indonesia lakukan dalam pembuatan Video Klip tersebut. Tak lupa juga agar kita semua yang menjadi penikmat dari karya karya audio visual yang sering kita tonton di media manapun tau bagaimana proses manajemen produksi nya yang bertujuan agar kita dapat lebih menghargai karya karya yang sudah dibuat khusus nya pada video klip budi doremi "Tolong" ini agar kita dapat mengetahui bagaimana proses Manajemen Produksi dari Video Klip ini. Apakah semua prosesnya berjalan dengan baik atau bahkan kita juga bisa mengetahui masalah apa saja yang terjadi dalam proses produksi Video klip Budi Doremi "TOLONG".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana Manajemen Produksi *Production House* Musi Kreatif Indonesia dalam pembuatan video klip Budi Doremi "Tolong"?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian nya adalah sebagai berikut :

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Manajemen Produksi *Production House* Musi Kreatif Indonesia dalam pembuatan video klip Budi Doremi "Tolong"

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat Memberikan informasi dan materi baru dalam proses produksi video klip, memberikan manfaat dalam keilmuan di bidang ilmu komunikasi di bidang

broadcasting dan perfilman serta memberikan pengetahuan menyangkut Manajemen Produksi Video klip Budi Doremi “TOLONG”

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dan pembaca umumnya mengenai hal-hal yang terjadi pada dunia Penyiaran dan memberikan informasi mengenai cara memproduksi sebuah video klip, khususnya untuk *production house* daerah agar menjadi motivasi untuk lebih giat lagi dalam berkarya hingga berhasil memproduksi sebuah karya bersama artis/seniman nasional yang sekaligus menunjukkan bahwa *Production House* lokal juga bisa bersaing dengan *Production House* besar di Ibukota. Dan bagi penonton yang menyaksikan tayangan video klip tersebut dapat mengetahui bahwa hasil video klip yang disaksikan, walaupun terlihat mudah dan biasa saja, akan tetapi melalui proses pembuatan yang rumit. Sehingga penonton pun dapat lebih menghargai hasil karya orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Adam Kowaltzke, Colin Stewart. (2007). *Media: New Ways and Meanings.* Australia: John Wiley & Sons.

Afifudin, George R Terry dalam. (2011). *"Principles of Management". 5th Edition.* Indonesia: Pearson.

Arsyad, Azhar. (2002). *Pokok-Pokok Manajemen.* Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.

Assauri. (1999). *Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi.* Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Assauri. (2008). *Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Revisi.* Jakarta: LPFE-UI.

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya.* Jakarta: Putra Grafika.

George R. Terry & Leslie W. Rue . (2010). *Dasar-Dasar Manajemen.* Jakarta: Bumi Aksara.

Haren, S. M. (2020). Model Manajemen Produksi Film Pendek Cerita Masa Tua Volume 1. *E-journal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*.

Haris, Hardiansyah. (2013). *Wawancara Observasi dan Fokus Groups Sebagai Instrumen Penggalian Data Kualitatif.* Jakarta: Rajawali Press.

Hasibuan, Malayu. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi.* Jakarta: PT Bumi Aksara.

Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial.* Yogyakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.

KN, Mabruri. (2013). *Anton, Manajemen Produksi Program acara TV format Non Drama.* Jakarta: Grasindo.

Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisaso, komunikasi pemasaran.* Jakarta: Kencana.

Mary Parker, Follet. (2007). *Visionary Leadership and Strategic Management MCB University Press.* United Kingdom: Woman in Management Review Volume 14 No. 7.

Richard, L. Daf. (2005). *The Leadership Experience.* Canada: Thomson.

Rukmananda, Naratama. (2004). *Menjadi Sutradara Televisi.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Saroengallo, Tino. (2007). *Dongeng Sebuah Produksi Film : Dari Sudut Pandang Seorang Manajer Produksi.* Jakarta: PT. Intisari Mediatama.

Setiawan, B. (2016). Analisis Manajemen Produksi Program Talkshow Redaaksi 8 di Stasiun Tepian TV. *E-Journal Universitas Mulawarman*.

Soebagio, Admodinata. (2000). *Manajemen Pendidikan di Indonesia.* Jakarta: Ardya Jaya.

Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sutopo. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Surakarta: UNS.

Tanjung, Kamtini & Husni Wardi. (2005). *Bermain Melalui Gerak dan Lagu di Taman Kanak-Kanak.* Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Direktoral Jenderal Pendidikan Tinggi Direktorat Pembinaan Tenaga Kerja Kependidikan Jakarta.

Wibowo, Fred. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi.* Surabaya: Pinus Book Publisher.

Jurnal :

Budi Setiawan. (2016). *Analisis Manajemen Produksi Program Talkshow Redaksi 8 Di Stasiun Tepian TV.* Samarinda : E-journal Universitas Mulawarman. Diakses pada 1 Maret 2020.

Salma Monica Haren. (2020). *Model Manajemen Produksi Film Pendek Cerita Masa Tua Volume 1.* Yogyakarta: E-journal Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Diakses pada 1 Maret 2020.

Internet :

Perpustakaan Universitas Widyatama. 2019. *Manajemen Operasional dan Produksi* https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/7568/Bab%202.pdf?sequence=9. Diakses pada 2 Agustus 2020 pukul 10.00 WIB.

Toolshero.com. 2019. *POSDCORB Theory by Luther Gulick and Lyndall Urwick* . https://www.toolshero.com/management/posdcorb-theory/. Diakses pada 13 Agustus 2020 pukul 09.45.