

MANAJEMEN PRODUKSI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “PEMILU SEHAT” DALAM PENERAPAN ASAS LUBER JURDIL PADA STASIUN TELEVISI INEWS BALI

Fadila Sita Setiawati¹, Ni Kadek Dwiyani², IB.Hari Kayana Putra³

- ¹ Program Studi Produksi Film dan Televisi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar
Jl. Nusa Indah, Denpasar, Indonesia
- ² Program Studi Produksi Film dan Televisi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar
Jl. Nusa Indah, Denpasar, Indonesia
- ³ Program Studi Produksi Film dan Televisi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar
Jl. Nusa Indah, Denpasar, Indonesia

e-mail: fsetiawati@isi-dps.ac.id¹, kadekdwiyani@gmail.com², harikayana@isi-dps.ac.id³

INFORMASI ARTIKEL

Received : January, 2024
Accepted : February, 2024
Publish online : March, 2024

A B S T R A C T

Public service advertisements are advertisements that are useful for mobilizing community solidarity when facing a social problem. The advertisement presents social messages that are intended to raise public awareness of a number of problems that they must face, namely conditions that can threaten harmony and public life (Kasali, 2006). Public service advertisements are part of a social marketing campaign that aims to sell ideas for the benefit or service of the community (Madjadikara, 2004). Election or the abbreviation of General Election is a democratic process to elect representatives of the people or government officials directly by the citizens of a country. General elections are an important mechanism in modern democratic systems that allow people to participate in determining the leaders and policies of the country.

The principle of general elections known as Luber Jurdil (Direct General Free Secret Honest Fair) is the basis for the implementation of general elections in Indonesia. According to the Big Indonesian Dictionary, principle has the meaning of the basis for thinking and opinion, the basis of organizational ideals, and basic law.

iNews Bali is a private local television station in Bali. iNews Bali carries the theme of inspiring and informative with several flagship programs, namely news and entertainment. iNews Bali is a producer is someone who is responsible for managing and overseeing the filmmaking process from the beginning until the film is finished, Producers are involved in all processes of making advertisements, from development, fundraising, pre-production, production, post-production, until the advertisement is distributed and meets its audience.

Key words : Public Service Advertisements, Producer, Pemilu, Luber Jurdil

ABSTRAK

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bermanfaat untuk menggerakkan solidaritas masyarakat ketika menghadapi suatu masalah sosial. Iklan tersebut menyajikan pesan-pesan sosial yang dimaksudkan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum (Kasali, 2006). Iklan layanan Masyarakat merupakan bagian dari kampanye sosial marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan Masyarakat (Madjadikara, 2004). Pemilu atau singkatan dari Pemilihan Umum adalah proses demokratis untuk memilih wakil rakyat atau pejabat pemerintahan secara langsung oleh warga negara suatu negara. Pemilihan Umum merupakan mekanisme penting dalam sistem demokrasi modern yang memungkinkan rakyat untuk berpartisipasi dalam menentukan pemimpin dan kebijakan negara.

Asas pemilihan umum (Pemilu) yang dikenal sebagai Luber Jurdil (Langsung Umum Bebas Rahasia Jujur Adil) menjadi dasar pelaksanaan Pemilihan Umum (Pemilu) di Indonesia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, asas memiliki makna dasar dalam berpikir dan berpendapat, dasar cita-cita organisasi, serta hukum dasar.

iNews Bali ini merupakan stasiun televisi lokal swasta yang ada di Bali. iNews Bali ini mengusung tema inspiring and informative dengan beberapa program andalannya yaitu berita dan hiburan. Produser adalah seseorang yang bertanggung jawab mengelola dan mengawal proses pembuatan film dari awal sampai film itu selesai, Produser terlibat di semua proses pembuatan Iklan, mulai dari pengembangan, pencarian dana, praproduksi, produksi, pascaproduksi, hingga Iklan tersebut didistribusikan dan bertemu dengan penontonnya.

Kata Kunci: Iklan Layanan Masyarakat, Produser, Pemilu, Luber Jurdil6

PENDAHULUAN

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang bermanfaat untuk menggerakkan solidaritas masyarakat ketika menghadapi suatu masalah sosial. Iklan tersebut menyajikan pesan-pesan sosial yang dimaksudkan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keserasian dan kehidupan umum (Kasali, 2006). Iklan layanan Masyarakat merupakan bagian dari kampanye sosial marketing yang bertujuan menjual gagasan atau ide untuk kepentingan atau pelayanan Masyarakat (Madjadikara, 2004).

Pemasang iklan harus dapat memanfaatkan iklan di media massa untuk memposisikan produknya di mata konsumen. Keuntungan lain dari iklan melalui media massa adalah kemampuan menarik perhatian konsumen terutama produk yang iklannya populer atau sangat dikenal Masyarakat. Menurut Durianto (2004), memformulasikan pesan iklan harus memperhatikan apa yang akan dikatakan (isi pesan), bagaimana mengatakannya secara logis (struktur pesan), bagaimana mengatakannya secara simbolis (format iklan), dan siapa seharusnya yang mengatakan (sumber pesan) Daya tarik iklan atau power of impression dari suatu iklan adalah seberapa besar iklan mampu memukau atau menarik perhatian pemirsanya (Indriarto, 2006). Dalam penelitiannya, Nurrohman (2009) menjelaskan bahwa efektivitas iklan dipengaruhi oleh daya tarik iklan tersebut. Hal ini berarti dengan menariknya sebuah iklan, maka masyarakat akan semakin tertarik untuk melihat dan memperhatikan iklan sehingga iklan tersebut dapat efektif.

Televisi merupakan salah satu media yang termasuk dalam kategori *above the line*. Sesuai karakternya, iklan di televisi mengandung unsur suara, gambar, dan gerak. Oleh karena itu, pesan yang di sampaikan melalui media ini sangat menarik perhatian dan impresif (Rendra Widyatama, 2009: 91). Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling efektif dan paling mudah diterima khalayak, sehingga iklan televisi menjadi primadona media elektronik. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas.

Pada saat melaksanakan kegiatan program Proyek Independen MBKM ini, pihak mitra juga mengharuskan mahasiswa untuk belajar semua aspek yang ada di perusahaan. Mulai dari hal hal kecil dan sampai ke hal yang besar. Pelaksanaan ini,

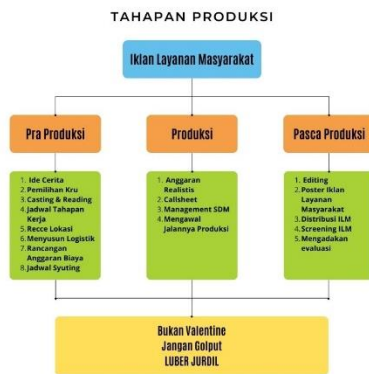
mahasiswa diharuskan belajar dan mengetahui cara kerja masing masing jobdesk dari setiap divisi. Sebagai contoh yakni para mahasiswa harus mengetahui bagaimana cara mengedit berita dari nol sampai menjadi suatu berita yang utuh yang dimana nantinya akan langsung disiarkan secara langsung. Contoh selanjutnya yakni, para mahasiswa juga harus mengetahui bagaimana teknis siaran langsung program berita, mulai dari mengetahui cara kerja teleprompter, membuat grafik berita, tugas seorang program director, teknisi siaran dan juga soundman. Adapun manfaat dari dilakukannya system tersebut yakni untuk mengasah ilmu mahasiswa agar tidak terlalu terpatok pada satu hal dan kegiatan saja. Mahasiswa juga beberapa waktu luang, akan diikuti sertakan mengikuti liputan berita secara langsung ke lapangan. Kegiatan terjun langsung ke lapangan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara produksi liputan itu sendiri dan mengetahui serta diajarkan secara langsung tentang peran penting produser dalam sukses nya acara program televisi di iNews Bali.

PT. Bali *Music Channel* yang bekerjasama dengan iNews TV Bali hadir sebagai salah satu unit usaha pelaksana teknis pemerintahan dalam bidang jasa penyiaran secara audio visual, yang didirikan pada akhir tahun 2005 dengan tujuan memajukan seni dan budaya Bali menuju panggung nasional dan internasional. Sebagai salah satu stasiun TV lokal dalam industri pertelevisian nasional, iNews TV Bali (PT. Bali *Music Channel*) memposisikan diri dalam bidang pertunjukan Berita (*News*), dan gaya hidup (*lifestyle*). Dengan mengandalkan tiga bidang khusus tersebut, PT. Bali *Music Channel* telah menjalin Kerjasama dengan beberapa stasiun TV lain yang mempunyai visi yang sama, yakni untuk memajukan seni dan budaya daerah. PT. Bali *Music Channel* juga telah dipercaya untuk mengisi slot berita lokal oleh stasiun TV nasional, yakni untuk program berita (*news*) lintas bali milik MNC TV dan program berita Seputar Bali milik RCTI.

Menjadi salah satu stasiun televisi lokal dalam industry pertelevisian nasioanal, iNews Bali memposisikan diri dalam bidang hiburan (*entertainment*), dan gaya hidup (*lifestyle*). Mengandalkan tiga bidang khusus tersebut, iNews Bali telah menjalin kerjasam dengan beberapa stasiun televisi yang mempunyai visi yang sama, yaitu untuk memajukan seni dan budaya daerah, iNews Bali juga telah dipercaya untuk mengisi slot berita lokal oleh stasiun TV Nasional, yaitu pada program berita (*news*) lintas Bali milik MNCTV. Kerja sama antar stasiun televisi seperti ini sebagai rintisan menuju system siaran berjaringan.

METODE PENELITIAN/PENCIPTAAN

Setiap proses penciptaan karya tentunya memiliki metode. Adapun metode penciptaan dari divisi produser pada kegiatan produksi Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu Sehat” iNews Bali adalah seperti gambar bagan dibawah ini. Diperlihatkan urutan metode dalam proses penciptaan sebuah karya yang diawali dengan tahapan pra produksi, Produksi dan Pasca Produksi.



Gambar 1. Bagan Mind Mapping
(sumber : Penulis 2023)

Pra produksi adalah tahapan awal dari proses penciptaan sebuah karya seperti menentukan ide cerita, membahas teknis dan segala sesuatu yang berkaitan dengan proses produksi yang akan dilakukan dilapangan. Adapun yang dipersiapkan penulis sebagai produser diantaranya timeline, Budgeting plan atau rancangan anggaran biaya (RAB), pitch deck, survey lokasi, casting, menyusun crew, dan mengadakan rapat pra produksi atau pre production meeting bersama seluruh crew yang membahas terkait laporan proses dari masing-masing divisi, sehingga dapat mengetahui bagaimana kesiapannya mendekati hari produksi. Setelah semua persiapan dirasa sudah cukup final, penulis selaku produser akan melakukan konfirmasi ulang kepada setiap tim, lokasi, pemeran, vendor penyewaan alat dan lainnya mengenai jadwal proses produksi yang telah disepakati.

Pada tahapan selanjutnya adalah tahapan produksi yaitu proses shooting pembuatan Iklan Layanan Masyarakat “Pemilu Sehat” di iNews Bali. kegiatan ini berlangsung selama 4 hari yang dilaksanakan secara selang-seling karena adanya persiapan yang dilakukan untuk masing-masing Iklan Layanan Masyarakat disetiap satu hari sebelumnya. Shooting diawali dengan memproduksi Iklan Layanan Masyarakat di lokasi TPS lanjut proses syuting di lokasi berikutnya hingga rampung. DOP bersama sutradara dan editor saling berdiskusi untuk menyunting gambar terbaik dan menjadikannya sebuah hasil Iklan Layanan Masyarakat sesuai dengan perencanaan diawal.

Kegiatan ini berlangsung selama 3 minggu untuk menuju final preview, lalu akan dikumpulkan dan dipersiapkan untuk proses diseminasi atau pameran karya tugas akhir Selanjutnya, ketika karya sudah jadi, akan dilakukan pendistribusian karya yang telah direncanakan selama satu sampai dua tahun kedepan. Pada penghujung tahun 2024 penulis sebagai produser telah berhasil menciptakan karya Iklan Layanan Masyarakat ini. berdasarkan kesepakatan dari penulis teman-teman yang mengemban proyek independen, mitra dan musisi, ketiga Iklan Layanan Masyarakat ini akan siarkan di televisi iNews Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data/hasil

Proses penciptaan Iklan Layanan Masyarakat dengan judul “Pemilu Sehat” ini penulis menggunakan metode penjadwalan sesuai dengan lokasi yang akan di gunakan untuk syuting yaitu berada di Jalan Raya, Lapangan Puputan, dan yang terakhir adalah ISI Denpasar, untuk jaraknya sendiripun semua relatif berdekatan semua ini produser selaku penulis lakukan agar memangkas pengeluaran biaya produksi agar tidak membengkak di bagian transportasi.

Penjadwalan sesuai dengan lokasipun sudah produser pikirkan matang pada saat pra produksi setelah naskah rampung serta pada proses pencarian lokasi, mengikuti dengan naskah yang sederhana dengan itu lokasi yang digunakan pun tidak banyak karna sesuai dengan tema nya yaitu Pemilu yang pasti lokasi berkuat didalam ruangan yaitu spesifiknya adalah TPS.

1. Tahapan Penciptaan
 - Pengembangan Ide

Pada tahapan Ide ini, penulis selaku produser melakukan riset mandiri. Tahap ini membutuhkan waktu sangat panjang dibandingkan tahapan lainnya, yakni dari akhir bulan september hingga akhir bulan oktober. Sebab pada tahapan pengembangan ini titik awal dimulai dari pemilihan tema pada iklan, ide cerita, tema, riset dan pembuatan skenario. Penulis mengangkat tema Pemilu karna di tahun ini bertepatan dengan pesta rakyat atau yang biasa di sebut kampanye para Caleg dan tanggal coblos yang berdekatan yaitu tanggal 14 februari serta sudah banyak nya banner-banner para caleg yang bertebaran di jalan jalan raya maka tercetus lah penulis mengangkat tema Pemilu sehat yang bertujuan meng edukasi para audience yang menonton.

2. PraProduksi

Pada tahapan praproduksi merupakan tahapan yang penting menuju tahap produksi. Pada tahapan

ini produser berperan untuk membentuk departement produksi untuk menyiapkan segala kebutuhan saat shooting. Dalam departement produksi, terdapat manajer lokasi yang akan membantu perihal pencarian lokasi serta pengurusan perijinan lokasi yang sesuai dengan cerita, manejer alat akan dirangkap oleh produser untuk hal peminjaman alat dan penyewaan alat yang akan digunakan untuk keperluan shooting. Dalam pencarian pemain, dibantu oleh talent coordinator. Line produser akan membantu koordinasi bagi kru dan pemain, transportasi untuk menuju lokasi, manejer logistik akan membantu dalam hal konsumsi/logistik kru, untuk logistik kru dan pemain memesan yang berdekatan dengan lokasi.

- Casting dan Reading

Proses casting dilakukan setelah kegiatan pencarian pemain selesai dilakukan. Pertimbangan memilih pemain dengan melihat secara fisik apakah sesuai dengan karakter yang dibutuhkan pada iklan, setelah itu mencoba untuk pemain memeragakan beberapa adegan dalam skenario dengan karakter dan pemain sesuai dengan skenario. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir kesalahan casting dalam pemilihan pemain baik itu pemain utama maupun pemain pendukung dan mendapatkan pemain yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan karakter dalam iklan. Setelah pemilihan pemain maka masuk ke tahap reading pemain, tahap ini dilakukan agar pemain paham dengan karakter yang diinginkan sutradara dan sesuai dengan Skenario.

- Jadwal Tahapan Kerja

Jadwal tahapan kerja ini dibuat dari praproduksi, produksi hingga pasca produksi yang berisi tugas-tugas setiap divisi agar pekerjaannya bisa dipertanggungjawabkan dalam jadwal yang telah ditentukan. Dalam hal ini, penulis menargetkan produksi dimulai dari bulan Oktober 2023 sampai November 2023.

No	Pro Produk	DATE	LOK/ TIME	SCHEDULE	REMARKS
1	Pre Produk	9 Oktober	05 Denpasar 15:00 WITA	Meeting Internal (Sutradara, Penulis naskah Produser)	Memerlukan Konsep
2		14 Oktober	05 Denpasar 13:00 WITA	PPM 1	Script conference (Baca naskah all crew) Script Breakdown Shooting Breakdown
3		15 Oktober	Online	Meeting With Sutradara	Meeting & Reference
4		16 Oktober	Online	Meeting With DOP	Reference shoot
5		17 Oktober	Online	Meeting with Art Division	Production Design
6		21 Oktober	05 Denpasar 09:30 WITA	Casting	All Talent
7		22 Oktober	Many Location All day	Produser Sutradara, DOP, Art	Recce Location
8		24 Oktober	05 Denpasar 15:00 WITA	PPM 2	Meeting all crew Kendaraan Trip Detail Breakdown Adegan
9		25 Oktober	05 Denpasar 15:00 WITA	Reading 1	Script Conference (Dengan Talent)
10		26 Oktober	05 Denpasar 10:30 WITA	Reading 2	Breakdown adegan (Dengan talent)
11		27 Oktober	05 Denpasar 10:30 WITA	Technical Meeting	Last Meeting (all crew)
12		28 Oktober	05 Denpasar 09:30 WITA	Reading 3	Recce foto untuk Photoboard
13	Produksi	3-2 November	Many Location All Day	PPM Crew	Preparation Shooting (all crew)
14		3 November	05 Denpasar 07:00 WITA	Shooting	TFS
15		4 November	Lapangan Puputan & Jalan Sangah 07:00 Wita	1. Taman 2. Jalan Remah Banner	
16	Posta Produk	5-12 November	All Day	Editing	Offline Editing Online Editing Scoring
17		13 November			PROJECT COMPLETE

Gambar 3. Tabel Timeline Kerja
(Sumber: Penulis 2023)

Dalam penentuan lokasi, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, yaitu: jauh dekatnya lokasi, tersedia sumber *energy*, ketersediaan dan kecukupan logistik dan sebagainya. Tentu juga tidak luput dari gambaran yang terdapat dalam skenario. Setelah penulis melakukan survei beberapa tempat, akhirnya penulis menemukan tempat yang cocok yaitu di antaranya : Lapangan Puputan, Jalan Surapati Denpasar, Gedung Institut Seni Indonesia Denpasar.

- Pencarian Lokasi

Dalam penentuan lokasi, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, yaitu: jauh dekatnya lokasi, tersedia sumber *energy*, ketersediaan dan kecukupan logistik dan sebagainya. Tentu juga tidak luput dari gambaran yang terdapat dalam skenario. Setelah penulis melakukan survei beberapa tempat, akhirnya penulis menemukan tempat yang cocok yaitu di antaranya : Lapangan Puputan, Jalan Surapati Denpasar, Gedung Institut Seni Indonesia Denpasar.

- Merinci Rancangan Anggaran Biaya

Pada tahapan ini, produser mengumpulkan rincian biaya setiap departement lalu di kalkulasikan dengan baik dan benar meliputi transportasi, konsumsi, lokasi, dan biaya tak terduga lainnya. Ini merupakan tugas produser bagaimana mengolah keuangan dengan baik agar tidak membengkak karena merasa sudah diperhitungkan dengan baik.

PRA PRODUKSI					
No	Unit	Keterangan	Qty	Price	Total
1	PPM 1 & 2	Konsumsi	18	1.000	18.000
2	Casting	Konsumsi	30	1.000	30.000
3	Cetak Naskah		10	1.000	10.000
4	Recce Location	Parking	3	1.000	3.000
5	Reading	Konsumsi	10	1.000	10.000
6	Cetak Naskah		30	1.000	30.000
7	Unsurpemer Budget				150.000
8	Total				150.000
PRODUKSI					
1	Production	Cetak Naskah	10	1.000	10.000
2		Photography	50	1.000	50.000
3	Departement Camera	Camera Sony R400	2 Days	600.000	1.200.000
4	Departement Audio	Zoom H6	2 Days	125.000	250.000
5		Shimasei G4	2 Days	100.000	200.000
6		Beom Mic Boya	2 Days	150.000	300.000
7		Headphone Audio Technica	2 Days	50.000	100.000
8	Departement Art	Antark			200.000
9		Property			200.000
10		Set			200.000
11	Consumption	Food For Crew	15	3.000	150.000
12		Food For Talent	2	2.000	40.000
13		Drink For Crew	1	2.000	40.000
14		Drink For Talent	1	1.000	10.000
15		Snacks	3	2.000	120.000
16	Accommodation	Parking	15	2.000	30.000
17	Additional Tak Terduga				200.000
18	Total				2.000.000
PASCA PRODUKSI					
1	Consumption	Offline Editing	2	10.000	20.000
2		Scoring	2	10.000	20.000
3		Preview	2	10.000	20.000
4		Online Revision	2	10.000	20.000
5	Promotion	Internet	1	50.000	50.000
6		Poster	1	50.000	50.000
7	Additional Tak Terduga				1.000.000
8	Total				1.100.000
9	Total keseluruhan				277.000 + 2.022.000 + 180.000 = 2.479.000

Gambar 4. Tabel RAB
(Sumber: Penulis 2023)

- Callsheet

Callsheet dalam bahasa Indonesia dalah lembar panggilan yang digunakan untuk memberitahu kepada seluruh crew dan pemain dimana dan jam berapa mereka harus berkumpul dan standby. selain itu callsheet merupakan lembaran yang memuat informasi harian tentang adegan apa saja yang akan diambil dalam satu hari. Seluruh departemen wajib menerima callsheet, karena dipergunakan sebagai pedoman kru saat dilokasi

shooting serta kru mengetahui hal yang harus di kerjakan.

The image shows a 'Table Callsheet' for a production titled 'IKLAN LAYANAN MASYARAKAT PEMILU SEHAT'. It includes a header with the title and 'CALL SHEET'. Below this, there are several tables: a 'Crew Call' table listing roles like Director, Producer, and various crew members; a large table listing equipment and materials with columns for item name, quantity, and status; and a 'Notes' section at the bottom.

Gambar 5. Table Callsheet
(Sumber: Penulis 2023)

- Peralatan Produksi

Pada tahapan ini, Penyiapan alat dilakukan melalui proses hunting alat ke beberapa rental alat shooting dengan mempertimbangkan sebagai berikut; ketersediaan alat, kualitas alat, dan harga sewa. Selalu mengecek segala peralatan produksi serta kelayakan pemakaian kualitas dan kapasitas kerja agar proses produksi sesuai dengan jadwal. Produser harus menyiapkan checklist yang akan digunakan, ini bertujuan untuk menjaga alat dengan baik agar tidak ada kehilangan dan melihat kondisi alat baik atau tidak baik selama pemakaian. Jika ketersediaan alat dan bahan yang dipergunakan oleh kru, penulis melakukan sistem pencatatan yang dibuat langsung oleh setiap head departement dan melaukan sistem double check guna meminimalisir penggunaan alat dan bahan pada saat shooting.

- Creative Book

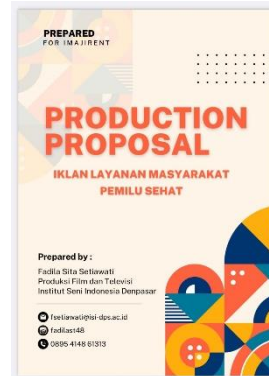
Creative Book ini berisikan mengenai informasi teknis tentang Pemilu, konsep, dan pembahasan yang mendetail tentang karya iklan Layanan Masyarakat ini. Dibuat dalam waktu kurang lebih seminggu untuk selesai dengan berbagai diskusi, masukan dan saran dari para mentor dan teman teman penulis. Dokumen ini digunakan oleh penulis ketika akan menjelaskan tentang projek ini kepada calon donatur, sponsor, dan rekan kerja sama yang tertarik untuk berkolaborasi bersama dalam proses penciptaan karya iklan layanan masyarakat ini.



Gambar 6. Creative Book
(Sumber: Penulis 2023)

- Proposal Sponsor

Proposal sponsor ini membahas tentang perjanjian timbal balik antara pihak pelaksana dan pihak sponsor serta berbagai penawaran paket sponsor yang ditawarkan dengan beragam nominal. Proposal ini telah disebar penulis ke tempat-tempat yang sekiranya berpeluang untuk dapat diajak bekerja sama dan mensupport kegiatan produksi karya iklan layanan Masyarakat ini.



Gambar 6. Proposal Produksi
(Sumber : Penulis 2023)

3. Tahap Produksi

Tahap produksi ini akan berlangsung pada awal bulan November. Pada tahap ini seluruh kru dalam produksi film ini melaksanakan tanggung jawabnya sesuai jobdesk dan bekerjasama antar jobdesk. Sutradara dan Produser sangat dituntut tanggungjawab dan keahliannya dalam mengatasi kru. Jika selama proses praproduksi berjalan lancar sesuai arahan, maka akan aman-aman saja dan sesuai harapan. Sebaliknya, bila persiapan selalu tersendat-sendat, bukan tidak mungkin jadwal shooting akan diundur untuk mencegah kekacuan. Hal ini bisa mengakibatkan seluruhan perkiraan anggaran berantakan dan mengalami pembengkakan. oleh karena itu produser harus sigap dan waspada terhadap apapun yang terjadi.

- Syuting Hari Pertama, 03 November 2023

Iklan Layanan Masyarakat yang pertama kali di produksi adalah naskah 1 dengan judul "Nyoblos Tanggal 14 Februari". Lokasi pertama yaitu berada di Lapangan Puputan Badung (I Gusti Ngurah Made Agung) Dauh Puri Kangin, Kec. Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali di lakukan oleh seluruh kru kecuali tim tata artistik yang sedang mempersiapkan set TPS di lokasi selanjutnya, di lapangan puputan hanya ada 3 scene kemudian lanjut menuju lokasi berikutnya yaitu berada di Institut Seni Denpasar tepatnya di ruang Studio FTV (Green Screen) dan di kelas FTV.



Gambar 8. Syuting Hari 1
(Sumber : Dokumentasi Penulis 2023)

- Syuting Hari kedua, 04 November 2023
Lokasi selanjutnya adalah jalanan penuh Banner yang awalnya kami ingin memakai jalan di jalan hangtuh sanur tapi berubah atau berpindah ke jalan surapati Denpasar di karenakan banner di jalan hangtuh di cabut maka tidak sesuai dengan skenario yang kami buat, maka dari itu ada sedikit keterlambatan waktu wrap dikarenakan hal tersebut, tetapi itu tidak membuat kami putus asa dan tetap melanjutkan syuting sesuai dengan callsheet/jadwal yang sudah di tentukan, kemudian lokasi selanjutnya kami shooting full berada di ISI Denpasar tepatnya di Gedung baru untuk mengambil gambar dengan set TPS.



Gambar 9. Syuting Hari kedua
(Sumber: Dokumentasi Penulis 2023)

Setelah pelaksanaan shooting, seluruh kru usahakan untuk melakukan evaluasi kerja produksi setiap hari. Hal ini bertujuan agar tidak ada kesalahan dan kendala produksi pada hari-hari selanjutnya terulang kembali. Sebab produksi film merupakan kerjasama tim dimana masing-masing indivisu tidak boleh saling menyalahkan satu sama lain, sebaiknya sebagai tim memberi masukan dan kritik yang membangun.

4. Pasca Produksi

Pasca Produksi adalah tahapan dimana sudah melewati dari pra produksi dan produksi. Pada tahapan ini produser memantau bagaimana perkembangannya selama shooting sebelumnya agar mengetahui jika ada yang kurang bisa di back up. Tahapan yang ketiga adalah tahapan paling besar pertanggung jawaban seorang produser

akan larinya projek ini atau mengembangkan suatu projek ini agar laku dipasaran.

- Evaluasi

Evaluasi adalah suatu proses yang teratur dan sistematis dalam membandingkan hasil yang dicapai dengan tolak ukur atau kriteria yang telah ditetapkan kemudian dibuat suatu kesimpulan dan peyusunan sasaran pada setiap tahap dari pelaksanaan. Adapun tujuan melakukan evaluasi agar kesalahan dan kendala produksi pada hari tersebut tak terulang kembali pada hari berikutnya. Masing-masing individu jangan takut atau sungkan memberikan masukan dan kritk yang membangun dan tidak diperkenankan untuk saling menyalahkan satu sama lain karena kesalahan adalah sebuah proses belajar, apalagi bagi orang yang tergolong masih pelajar.

- Proses Editing

Proses pasca produksi ketiga Iklan layanan Masyarakat ini adalah editing. DOP bersama sutradara dan editor saling berdiskusi untuk menyunting gambar terbaik dan menjadikannya sebuah hasil Iklan Layanan Masyarakat sesuai dengan perencanaan diawal. Kegiatan ini berlangsung selama 3 minggu untuk menuju final preview, lalu akan dikumpulkan dan dipersiapkan untuk proses diseminasi atau pameran karya tugas akhir, Hal yang dilakukan bukanlah sekedar memilih gambar dan menggabungkannya saja, tetapi lebih dari itu. Pemberian sentuhan seni juga perlu dilakukan, seperti memberikan visual effect atau sound effect yang mendukung jalannya cerita.

5. Deskripsi Karya

Karya berikut adalah sebuah karya Iklan layanan Masyarakat yang terdiri dari 3 iklan dengan masing masing format yaitu 1 Menit, 30 Detik, 15 Detik dengan judul utama yaitu "Pemilu Sehat" dengan masing masing sub judul yaitu yang pertama "Ayok Nyoblos", kedua "Jangan Golput", Ketiga "Luber Jurdil". Dan berikut adalah deskripsi karya dari masing masing Iklan Layanan Masyarakat.

- Naskah 1 "Bukan Valentine"

Pemilu tahun ini bertepatan dengan hari kasih sayang atau banyak yang di kenal oleh Gen Z dengan istilah hari valentine yaitu di tanggal 14 Februari maka dari itu penulis ingin mengingatkan Kembali kepada audience luas bahwasannya pemilu tahun 2024 akan di laksanakan pada tanggal 14 Februari maka dari itu untuk seluruh rakyat Indonesia tanggal 14 februari akan menjadi hari cuti Bersama.



Gambar 10. Poster 1
(Sumber : Penulis 2023)

- Naskah 2 “Jangan Golput”

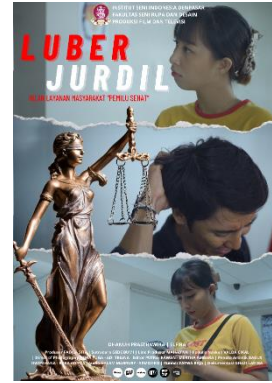
Banner-banner yang sudah bertebaran di berbagai penjuru jalan yang kita lewati lebih dari 6 bulan sebelum masa kampanye ataupun pencoblosan sudah menghiasi jalanan, itu menjadi akar awal penulis untuk mengangkat sebagai iklan bertajuk edukasi sekilas kita melihat banyak banner Caleg yang menjanjikan janji manis kepada rakyat membuat banyak Masyarakat bingung untuk memilih mana yang terbaik untuk di pilih memimpin Indonesia 5 tahun ke depan maka dari itu keluar lah iklan dengan judul “Jangan Golpu” menghibur serta mengedukasi audiens untuk memilih sesuai dengan kata hatinya.



Gambar 11. Poster 2
(Sumber : Penulis 2023)

- Naskah 3 “Luber Jurdil”

Luber Jurdil adalah puncak dari laporan skripsi ini, banyak yang belum mengetahui bahwa pemilu di Indonesia itu memiliki asas yaitu luber jurdil, "Luber Jurdil" adalah singkatan dari "lengkap, bersih, dan jujur." Frasa ini sering digunakan dalam konteks pemilihan umum atau pemilu di Indonesia. Konsep "Luber Jurdil" mewakili prinsip-prinsip yang diinginkan dalam penyelenggaraan pemilu yang adil, transparan, dan jujur.



Gambar 12. Poster 3
(Sumber : Penulis 2023)

SIMPULAN

Peran produser pada iklan layanan Masyarakat “Pemilu Sehat” sangat penting untuk memimpin jalannya sebuah produksi iklan. Iklan ini di buat untuk mengedukasi Masyarakat bahwa sangat penting untuk kita bijak dalam memilih pemimpin untuk Indonesia lebih maju, negara ini ada di genggaman para Masyarakat jangan sampai memilih yang salah apalagi golput maka dari itu penulis selalu menekankan asas pemilu yaitu LUBER JURDIL (Langsung Umum Bebas Rahasia Jujur Adil) agar tetap merahasiakan pilihannya jangan sampai terpengaruh oleh suap para pejabat.

Penulis berfokus dalam mengerjakan tugas akhir yang berupa tiga Iklan Layanan Masyarakat dan masuk kantor setiap hari sesuai jadwal bersama iNews Bali sebagai mitra penulis. Melalui proyek independen produksi Iklan Layanan Masyarakat ini penulis menjabat sebagai produser. Adapun dapat disimpulkan bahwa pengimplementasian konsep manajemen produksi Iklan Layanan Masyarakat dilakukan berdasarkan lokasi shooting yang merupakan keotentikan dari karya penulis. Hal ini dilakukan dalam Upaya efisiensi serta meminimalisir pembengkakan biaya produksi. Pada tahapan penciptaan, produser melaksanakan tugasnya sejak pra produksi. Seperti mengatur timeline, budgeting plan, pitchdeck, proposal sponsor, dan ikut melakukan survey lokasi dan membantu seluruh divisi jika ada yang kurang. Selanjutnya pada tahap produksi memastikan seluruh kegiatan dapat berjalan dan selesai tepat waktu. Pada tahap pasca produksi, penulis selaku sutradara memantau proses editing agar selesai tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwiyani, N. K. (2014). Gegirang Sebagai Program Televisi Interaktif Dalam Upaya Pemertahanan Bahasa Ibu. *Documentation*, 20-35.
- Dwiyani, N. K. (2014). Peran Stasiun Televisi Lokal Di Bali Dalam Upaya Pemertahanan Bahasa Bali Sebagai Bahasa Ibu. *Documentation*, 25-40.
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Handika. (2022). Peran Produser Dalam Proses Produksi Program Berita Saluran 8 Siang Di Garuda TV. *Diploma Thesis*, 16-20.
- Latief, R. (2020). *Panduan Produksi Acara Televisi Nondrama*. Jakarta: Kencana.
- Latief, R., & Utud, Y. (2017). *Menjadi Produser Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Mabruri, K. A. (2013). *Manajemen Produksi Program Acara Televisi Format Acara Drama*. Depok: Mind 8 Publishing.
- Morissan. (208). *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Morissan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Novitasari, E. (2020). *Dasar-Dasar Ilmu Manajemen*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Osman, O., & Adhi, S. (2008). *Teknik Penyiaran Dan Produksi Program Radio Televisi Dan Film*. Jakarta: Kemendikbud.
- Sartono, S. (2008). *Teknik Penyiaran Dan Produksi Program Radio Televisi Dan Film*. Jakarta: Kemendikbud.
- Yusanto, F., & Esfandari, D. A. (2016). *Buku Ajar Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Deepublish.