

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**LAPORAN TUGAS AKHIR PRAKTIK KERJA LAPANGAN PERAN**  
**PRODUSER DALAM MANAJEMEN PRODUKSI VIDEO PROMOSI**  
**LIQUID GROUP YOGYAKARTA**

**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini Disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md) dalam Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Broadcasting Radio-TV**

**Disusun Oleh :**

**Muhamad Rizal Athoriq**

**2017/BC-Tv/5252**

**Disetujui Oleh :**

**Tjandra S Buwana, M.A.**

**Dosen Pembimbing**

**STIKOM**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI**  
**YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI D3 PENYIARAN (BROADCASTING) RADIO-TV**

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI**

**YOGYAKARTA**

**2020**

## HALAMAN MOTTO

*Cari tahu siapa dirimu dan wujudkan impianmu*

**– Ito Dolly Parton**

*Lakukan satu hal yang menakutkan setiap hari*

**-Eleanor Roosevelt**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan hati penulis ingin mempersembahkan laporan ini :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatNya kepada penulis sehingga penulis dapat mempersiapkan dan menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan
2. Kepada kedua orang tua penulis serta kerabat keluarga yang senantiasa memberikan dukungan, doa, serta semangat untuk menyelesaikan program D3
3. Kepada Candra, Rizki Agung, Doma Mahardika, Shaqil Rashauna serta seluruh teman, sahabat yang tidak bisa saya sebut satu persatu atas terlaksanakannya Praktik Kerja Lapangan di Liquid Group Yogyakarta
4. Kepada teman – teman Broadcasting Film dan Radio TV 2017 yang dari awal perkuliahan hingga sekarang rela membagi ilmunya berproses bersama. Pengalaman bersama kalian akan menjadi proses berharga bagi penulis
5. Pak R. Sumantri Raharjo, S.Sos, M.Si selaku Direktur STIKOM Yogyakarta
6. Kepada Bapak Tjandra S Buwana, M.A. selaku dosen pembimbing serta Kepala Program Studi (Kaprodi) Broadcasting penulis yang dengan sabar membimbing dan selalu mendukung anak didiknya untuk segera menyelesaikan laporan.
7. Para Dosen STIKOM Yogyakarta yang selalu memberi support dan ilmu yang sangat berguna selama ini.
8. Para Staff Karyawan STIKOM Yogyakarta yang telah membantu juga memberikan pelayanan terbaik bagi mahasiswa.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat terselesaikan dengan baik.

Laporan ini bertujuan memberikan pemahaman tentang penerapan manajemen produksi oleh produser dalam produksi video promosi. Penulis berharap dengan adanya laporan ini dapat bermanfaat bagi semua prang, khususnya kepada mahasiswa dan penulis sendiri

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Penyusunan laporan ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua, kerabat, dan seluruh teman – teman yang selalu memberi dukungan
2. Bapak R. Sumantri Raharjo, S. Sos, M. Si, selaku Ketua STIKOM
3. Bapak Tjandra S Buwana, M.A. selaku dosen pembimbing serta Kepala Program Studi (Kaprosdi) Broadcasting penulis yang dengan sabar membimbing dan selalu mendukung anak didiknya untuk segera menyelesaikan laporan.
4. Seluruh dosen jurusan Broadcasting Radio-Tv STIKOM Yogyakarta

Yogyakarta,

Muhamad Rizal Athoriq

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ETIKA AKADEMIK.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan .....	2
1.4 Manfaat .....	3
1.5 Waktu dan Tempat .....	3
1.6 Metode Penelitian .....	3
1.6.1 Jenis Data .....	4
a. Sumber Data Primer.....	4
b. Sumber Data Sekunder.....	4
1.6.2 Tehnik Pengumpulan Data .....	4
a. Studi Pustaka.....	4
b. Observasi .....	4
c. Wawancara .....	4
d. Praktik.....	4
1.7 Tehnik Pengolahan Data .....	5
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penegasan Judul .....	6
2.2 Kajian Pustaka .....	9
2.2.1 Definisi Iklan .....	9
2.2.2 Jenis – Jenis Iklan Berdasarkan Sifatnya .....	10
a. Iklan Layanan Masyarakat .....	10
b. Iklan Niaga .....	11
c. Iklan Pengumuman atau Pemberitahuan .....	11
2.2.3 Struktur Organisasi .....	11

2.2.4	Produksi Iklan .....	12
a.	Pra-Produksi .....	12
b.	Produksi .....	13
c.	Post-Produksi .....	13
2.2.5	Kru Dalam Produksi Iklan .....	14
a.	Produksi .....	14
b.	<i>Art Department</i> .....	17
c.	Camera. ....	19
d.	<i>Electrical</i> .....	20
e.	<i>Post-prodoction</i> .....	21
<b>BAB III PROFIL PERUSAHAAN LIQUID GROUP YOGYAKARTA .....</b>		<b>22</b>
3.1	Sejarah dan Perkembangan Liquid Group .....	22
3.2	Visi dan Misi Liquid Group .....	25
3.3	Struktur Organisasi dan Job Organisasi .....	26
3.4	Produk – Produk di Liquid Group .....	28
3.5	Proses Pengecekan / Penilaian Produk .....	30
3.6	Media Promosi Liquid Group .....	31
<b>BAB IV KEGIATAN PKL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>32</b>
4.1	Kegiatan Praktik Kerja Lapangan .....	36
4.2	Proses Produksi Iklan Liquid Group Yogyakarta.....	36
4.3	Tugas dan Tanggung Jawab Produser.....	46
4.4	Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung dalam Proses Produksi Video Promosi Liquid Group.....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>50</b>
5.1	Kesimpulan .....	50
5.2	Saran Untuk Produser .....	51
5.3	Saran Untuk Instansi .....	52
5.4	Saran Untuk Kampus .....	52

## ABSTRAK

Tugas akhir ini membahas tentang peran produser dalam manajemen produksi iklan LIQUID GROUP Yogyakarta yang meliputi tugas produser pada tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tujuan praktik kerja lapangan ini adalah mengetahui bagaimana peran produser dalam manajemen produksi iklan LIQUID GROUP Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode diskriptif dengan peneliti melakukan observasi lapangan. Dari hasil praktik kerja lapangan yang pernah dilakukan mengenai peran produser bahwa tugas produser sangat penting didalam berlangsungnya tahap produksi iklan. Produser melakukan penemuan ide, perencanaan serta persiapan sebelum tahap produksi. Pada tahap produksi produser mengawasi selama proses jalannya produksi iklan dan apabila diperlukan membantu mengarahkan kru produksi. Produser melakukan preview dan evaluasi bersama sutradara dan tim marketing. Tujuan praktik kerja lapangan ini adalah mengetahui bagaimana peran produser dalam manajemen produksi iklan LIQUID GROUP Yogyakarta. Kesimpulan dari Praktik Kerja Lapangan adalah, penulis mendapat pengetahuan lebih tentang dunia produksi video iklan.

Kata Kunci : Produser, Manajemen Produksi, Video Promosi

## ABSTRACT

*This final project discusses the role of producers in the production management of LIQUID GROUP Yogyakarta advertisements which includes the tasks of producers in the pre-production, production and post-production stages. The purpose of this field work practice is to find out how the role of the producer is in the management of LIQUID GROUP Yogyakarta advertising production.*

*The research method used is descriptive method with researchers doing field observations. From the results of field work practices that have been carried out regarding the role of the producer, the task of the producer is very important in the ongoing stage of advertising production. Producers do idea discovery, planning and preparation before the production stage. At the production stage the producer supervises the production process of the advertisement and if necessary helps direct the production crew. Producers do previews and evaluations with the director and marketing team. The purpose of this field work practice is to find out how the role of the producer is in the production management of LIQUID GROUP Yogyakarta's ad production. The conclusion from the Fieldwork Practices is that the author gets more knowledge about the world of video ad production.*

*Keywords: Producer, Production Management, Promotion Video.*