

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penegasan Judul

Judul laporan tugas akhir ini adalah : Peran Produser dalam Produksi Video Profil Kedai Kenea “Cerita Kopi Kita”. Pada laporan tugas akhir ini penulis berperan sebagai produser. Produser video profil yang bertanggung jawab atas keberhasilan video yang diproduksi mulai dari proses pra-produksi sampai pasca-produksi. Bertanggung jawab juga atas penjadwalan, kerabat kerja, perijinan, keuangan dan segala hal yang mencakup. Predikat ini disanding oleh orang yang memproduksi sebuah film, bukan membiayai atau menanam investasi dalam sebuah produksi film. Tugas seorang produser adalah memimpin seluruh tim produksi sesuai dengan tujuan yang disepakati bersama, baik dalam aspek kreatif maupun manajemen produksi sesuai dengan anggaran yang telah disepakati (Effendy, 2014:47).

Menurut Sweetow (2011:1) seiring berkembangnya zaman, *corporate video* saat ini sudah menjadi bagian dari industri lain dari dunia perfilman saat ini. Jika melihat perkembangan dunia digital saat ini, *corporate video* bisa menjadi media promosi yang sangat baik dan cukup menjanjikan. Menurut Sweetow juga (2011:31) *company profile* atau yang biasa disebut juga *corporate video* merupakan media audio visual yang menggambarkan identitas, sejarah, struktur, *brand* atau produk dari sebuah perusahaan. Sebuah video *company profile* yang baik adalah video yang dapat memberi pesan dan kesan yang menempel pada konsumen.

Proses pembuatan *corporate video* pun mirip seperti proses pembuatan film. Sweetow juga berpendapat bahwa *corporate video* harus melewati beberapa tahap produksi seperti tahap produksi sebuah film. Tim produksinya juga menyerupai tim produksi sebuah film yang terdiri dari produser, sutradara, penulis naskah, kru serta talent. Namun biasanya dalam suatu produksi yang kecil, satu

orang bisa merangkap lebih dari satu posisi misalnya sebagai produser sekaligus penulis naskah, atau sutradara sekaligus *art director*. Biasanya dalam sebuah tim pembuatan corporate video terdiri dari empat kru inti, yaitu produser, penulis naskah, *art director*, dan sutradara.

Penulis memberikan judul film video profil “Cerita Kopi Kita” sesuai dengan slogan dari kedai Kenea itu sendiri. Dimana slogan ini memberikan kesan agar kopi yang dinikmati oleh konsumen dapat memberikan cerita setiap harinya.

2.2.1 Macam-macam Media Audio Visual

a. Televisi

Media televisi pada hakikatnya merupakan suatu sistem komunikasi yang menggunakan suatu rangkaian gambar elektronik yang dipancarkan secara tepat, berurutan dan diiringi unsur audio. Kata televisi terdiri dari kata *tele* yang berarti “jarak” dalam bahasa Yunani dan kata *visi* berarti “citra atau gambar” dalam bahasa Latin. Jadi kata televisi berarti suatu sistem penyajian gambar berikut suaranya dari suatu tempat yang berjarak jauh (Sutisno, 1993:1)

a. Genre Televisi

Genre televisi mencakup bermacam jenis acara yang bertujuan menghibur, memberi pengetahuan, serta mendidik penonton. Produser membutuhkan klasifikasi *genre* untuk kepentingan standarisasi produksi dan strategi pemasaran programnya. Penonton perlu mengetahui genre suatu program sebagai kepentingan pengenalan dan aksesibilitas pada suatu program tertentu (Fachruddin, 2015:68).

b. Genre program Televisi

1. Program Serial: *Drama, action* atau *adventure, horror, sitcom, animation*.
2. Film: *Drama, action* atau *adventure, horror, sitcom, animation*.
3. Hiburan: tradisional, musik, *variety, quiz/gameshow, infotainment, comedy*.

4. Anak-anak: *series, series animation, musik, quiz/gameshow, edutainment.*
5. Informasi: *talk show, documentary, infotainment, tv magazine, education, skill/hobbies.*
6. Berita: *spesial news, hard news, talk show, feature.*
7. Agama: *preach, special event, variety show.*
8. Olahraga: *journal highlights, match, exercise, spesial event.*
9. Pengisi Jeda: *news, public announcement, music, quiz, others* (Fachruddin, 2015:70)

b. Video CD

Video adalah bagian dari gambar-gambar dari individual yang disebut *frames*, proyeksinya di atas layar. Proyeksi beberapa gambar per detik tersebut membuat ilusi gambar yang bergerak karena otak tidak dapat menangkap gambar secara individual. Dengan ukuran 24 *frame* per detik (*fps: frame per second*), video akan memproyeksikan gerakan yang terlihat halus dan berkelanjutan. Secara normal, salah satu atau lebih *audio track* akan meng-sinkron-kan *frame* dengan *frame* suara sehingga menghasilkan gambar yang mempunyai suara (Wahana, 1997:3).

c. Film Pendek

Durasi film cerita pendek biasanya dibawah 60 menit. Di berbagai negara seperti Jerman, Australia, Kanada dan Amerika, film cerita pendek dijadikan laboratorium eksperimen dan batu loncatan bagi seseorang/sekelompok orang untuk kemudian memproduksi film cerita panjang. Jenis film ini banyak dihasilkan oleh para mahasiswa jurusan film atau orang ataupun kelompok yang menyukai dunia film dan ingin berlatih membuat film dengan baik (Effendy, 2014:4).

d. Film Panjang

Film dengan durasi lebih dari 60 menit lazimnya berdurasi 90 hingga 100 menit. Film yang diputar di bioskop termasuk dalam kelompok ini. Beberapa film misalnya, *Dances With Wolves* yang berdurasi lebih dari 120 menit. Film-film produksi India yang cukup banyak beredar di Indonesia rata-rata berdurasi hingga 180 menit (Effendy, 2014:4).

e. Film Eksperimental

Film eksperimental adalah film yang sangat berbeda dengan film fiksi atau non fiksi dan film dokumenter. Film eksperimental tidak memiliki plot namun memiliki struktur. Strukturnya sangat dipengaruhi oleh insting subyektif sineasnya seperti gagasan, ide, emosi serta pengalaman batin mereka. Film eksperimental juga umumnya tidak bercerita tentang apapun bahkan kadang mereka menentang kausalitas. Film-film eksperimental umumnya berbentuk abstrak dan tidak mudah dipahami. Hal ini disebabkan karena mereka menggunakan simbol-simbol personal yang mereka ciptakan sendiri (Pratista, 2008:7).

f. Film Profil Perusahaan

Film profil perusahaan biasanya diproduksi untuk kepentingan institusi tertentu berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan, misalnya tayangan Usaha Anda di SCTV, film ini sendiri berfungsi sebagai alat bantu presentasi (Effendy, 2014:5). Biasanya *company profile* memuat tentang informasi dan fakta organisasi seperti sejarah, tujuan, langkah dan kebijakan, identitas serta budaya dari sebuah organisasi. Produksi Video Profil yang penulis produksi juga mencakup film profil perusahaan karena penulis juga bertujuan untuk mempromosikan Kedai Kenea agar masyarakat sekitar kota Lumajang mengenal Kedai Kenea.

g. Program Televisi

Program ini diproduksi untuk konsumsi pemirsa televisi. Secara umum, program televisi dibagi menjadi dua jenis, cerita dan non cerita. Jenis cerita terbagi menjadi dua yakni fiksi dan non fiksi. Kelompok fiksi memproduksi film serial tv, film tv/ftv dan film cerita pendek. Kelompok non fiksi menggarap aneka program pendidikan, film dokumenter atau profil tokoh dari daerah tertentu. Sedangkan program non cerita sendiri menggarap *variety show*, *TV quiz*, *talkshow* dan liputan berita (Effendy, 2014:6)

h. Video Klip

Sejatinya video klip adalah sarana bagi para produser musik untuk memasarkan produksinya lewat medium televisi. Dipopulerkan pertama kalinya lewat saluran TV melalui program MTV pada tahun 1981. Di Indonesia, video klip ini sendiri berkembang sebagai bisnis yang menggiurkan seiring dengan pertumbuhan televisi swasta. Akhirnya video klip tumbuh sebagai aliran dan industri tersendiri (Effendy, 2014:8).

i. Film Dokumenter

Dokumenter adalah sebutan yang diberikan untuk film pertama karya Lumiere bersaudara yang berkisah tentang perjalanan (*travelogues*) yang dibuat sekitar tahun 1890-an. Tiga puluh enam tahun kemudian, kata dokumenter kembali digunakan oleh pembuat film dan kritikus film asal Inggris bernama John Grierson untuk film *Moana* (1926) karya Robert Flaherty. Grierson berpendapat bahwa dokumenter merupakan cara kreatif mempresentasikan realitas (Hayward. S, 1996:72). Sekalipun Grierson mendapat tentangan dari berbagai pihak, pendapatnya tetap relevan sampai saat ini. Film dokumenter menyajikan realita melalui berbagai cara dan dibuat untuk berbagai macam tujuan. Namun harus diakui, film dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi, pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu. Pada intinya, film dokumenter tetap berpijak pada hal-hal senyata mungkin. Seiring dengan perjalanan waktu, muncul berbagai aliran dari film dokumenter misalnya doku-

drama. Dalam doku-drama terjadi, reduksi realita demi tujuan-tujuan estetis, agar gambar dan cerita menjadi lebih menarik. Sekalipun demikian, jarak antara kenyataan dan hasil yang tersaji lewat doku-drama biasanya tak jauh berbeda. Dalam doku-drama, realita tetap menjadi pakem dan pegangan.

2.2 Tahapan Produksi

Produksi film merupakan kegiatan berlapis dimana industri, seni, teknologi, dan imajinasi terjalin. Hal ini bisa menjelaskan beberapa tahap dari mulai pembiayaan dan penulisan skrip hingga penyuntingan terakhir, penambahan identitas perusahaan yang memproduksinya (Corrigan & White, 2012:21).

2.2.1 Pra Produksi

Pra Produksi adalah masa perencanaan, persiapan, pengorganisasian, komunikasi, pengumpulan informasi, memeriksa (*checking*) dan memeriksa ulang (*double-checking*). Selama masa persiapan itu, produser juga harus bisa memotivasi tim kerja untuk bersama-sama berfikir ke satu tujuan utama (Saroengallo, 2010:8-9). Sedangkan menurut Rea & Irving (2010:39), pra-produksi merupakan waktu untuk meriset dan mempersiapkan segala ide, desain, mencari seluruh variabel yang dibutuhkan untuk sebuah produksi yang sukses. Rea dan Irving (2010:39) menambahkan, jika persiapan sebuah *project* benar-benar disiapkan dengan matang, maka semakin mulus pada saat produksinya nanti. Hal itu karena tujuan utama dari pra-produksi adalah untuk mengantisipasi sesuatu atau apapun yang bisa terjadi dan mengganggu proses *shooting* nantinya. Sedangkan menurut Corrigan dan White (2012:21), tahap pra-produksi adalah fase dimana sebuah *project* dipersiapkan dari segala segi kebutuhannya sebelum merekam gambar.

2.2.2 Produksi

Selama masa produksi, manajer produksi bersama dengan produser mengawasi jalannya produksi agar sesuai dengan jadwal dan anggaran yang sudah ditetapkan. Dan juga harus mengelola anggaran yang ada se-efisien mungkin, tegas dalam mengatur pengeluaran, tetapi tetap fleksibel dalam menyesuaikan kebutuhan syuting dengan tuntutan di lapangan (Saroengalo, 2010:9)

Worthington (2009:25) menjelaskan bahwa dalam tahap produksi, seorang produser berperan dalam mengatur, mengelola dan memecahkan masalah. Produser tidak akan turun tangan langsung dalam aspek kreatif sebuah produksi. Aspek kreatif akan dipegang oleh sutradara. Produser akan berhubungan erat dengan sutradara untuk memastikan bahwa visi kreatif yang ingin dicapai dapat dipenuhi dalam batas waktu dan uang. Worthingtin juga menambahkan bahwa seorang produser harus dapat membayangkan hal-hal yang kemungkinan akan salah. Produser juga dituntut untuk bisa memiliki keterampilan dalam memecahkan masalah dan berpikir di atas kaki sendiri.

2.2.3 Paska Produksi

Tahap ini adalah tahap penyelesaian akhir dari semua kegiatan produksi yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Kesalahan pada waktu produksi dapat diselesaikan pada tahapan ini. Seorang produser pada saat paska produksi tetap mengawasi jalannya proses penyuntingan sambil mendampingi sutradara yang pada tahap itu biasanya membutuhkan seorang pengayom (Saroengallo, 2010:9).

a. Proses *Editing Offline*

Proses ini disebut juga sebagai *editing* kasar, yakni mengurutkan gambar sesuai naskah yang ada. Dari proses pengambilan gambar, yakni *file master shot* yang ada ditransfer ke dalam *harddisk* komputer. Lalu memilih gambar yang akan dipakai. Kemudian dilakukan *cutting*, yaitu perpindahan gambar dari *shot* ke *shot* yang lain.

b. Proses *Editing Online*

Sambungan setiap *shot* dan adegan dibuat tepat berdasarkan pada catatan kode waktu yang terdapat dalam naskah *editing*. Dalam tahapan ini juga memasukkan unsur audio yang tepat. Yang terakhir adalah *colouring* yakni mewarnai gambar agar seimbang sesuai dengan konsep awal.

c. *Mastering*

Setelah semua proses *editing* selesai maka dilakukan *burning* data ke dalam CD.

2.3 Organisasi Produksi

Organisasi produksi atau kru yang terlibat dalam produksi adalah semua orang yang dipekerjakan dalam pembuatan suatu film/video selama proses produksi selain para aktor atau pemeran. Seluruh kru harus bisa bekerja sama sesuai dengan bidang masing-masing dalam menerjemahkan visi sutradara terhadap skenario atau naskah. Kemanapun arahnya dalam menerjemahkan visi tersebut merupakan kunci keberhasilan pembuatan sebuah film.

Kerja sama yang baik merupakan langkah awal yang penting karena harus selalu diingat, berbeda dengan karya pada media cetak dimana sebuah karya bisa diselesaikan oleh satu orang, tetapi pembuatan film merupakan sebuah kerja kolektif. Masing-masing kru menyumbangkan keahlian masing-masing sesuai dengan terjemahan visi sutradara terhadap skenario, di bawah komando sang sutradara dan produser (Saroengallo, 2011:80).

Proses pembuatan video profil pun mirip seperti proses pembuatan film. Sweetow (2011:61) juga berpendapat bahwa video profil harus melewati beberapa tahap produksi seperti tahap produksi sebuah film. Tim produksinya juga menyerupai tim produksi sebuah film yang terdiri dari produser, sutradara, penulis naskah, kru serta *talent*. Namun biasanya dalam suatu produksi yang kecil, satu orang bisa merangkap lebih dari satu posisi misalnya sebagai produser sekaligus penulis naskah, atau sutradara sekaligus *art director*. Biasanya dalam sebuah tim pembuatan video profil terdiri dari empat kru inti, yaitu produser, penulis naskah, *art director*, dan sutradara.

2.4 Produser

Saroengallo (2011:8-9) berpendapat bahwa Produser dan Manajer Produksi memiliki peran yang sama yaitu sama-sama bertanggung jawab dalam sebuah produksi mulai dari persiapan hingga akhir. Jika dalam sebuah produksi tidak memiliki seorang Manajer Produksi, maka perannya akan digantikan oleh Produser. Sedangkan menurut Worthington (2009:16), seorang produser adalah orang yang akan bertanggungjawab terhadap sebuah project dari awal hingga akhir dan mengantarkan *project* tersebut dengan tepat waktu dan sesuai dengan anggaran yang ada. Honthaner (2010:2) menjelaskan bahwa produser pada dasarnya adalah seseorang yang memulai, mengoordinasi, mengawasi dan mengendalikan seluruh aspek mulai dari kreatif, keuangan, teknologi dan administratif dari sebuah film dari fase awal hingga akhir.

Worthington (2009:16-17) menyebutkan beberapa tipe produser yang bisa bertanggung jawab di area produksi yang berbeda dengan tugas yang spesifik dan tanggung jawab yang berbeda.

- 1) *Programme Producer/Series Producer* : Produser tipe ini memiliki keseluruhan bisnis yang baik anggaran maupun kontrak, kreatif (penulis naskah), manajemen yang berkualitas. Produser ini juga yang mengontrol anggaran dan yang memilih tim inti kreatif (sutradara, *art director* dan *editor*).
- 2) *Line Producer* : Biasanya berada di film dan drama televisi. Dia dipilih dan dipekerjakan saat tahap *development* telah selesai menuju tahap produksi hingga pascaproduksi. Tugasnya adalah untuk mengatur anggaran *below-the-line* dan berhak untuk merekrut kru.
- 3) *Assistant Producer* : Bekerjasama dengan produser secara langsung baik editorial maupun kreatif.
- 4) *Edit Producer* : Biasanya bekerja di acara *game show* atau *reality show* di televisi. Tugasnya adalah untuk mengawasi bagian penyuntingan dalam *project*.

- 5) *Development Producer* : Menghasilkan dan mengembangkan ide ke dalam script.
- 6) *Studio Producer* : bekerja di studi televisi. Tugasnya adalah untuk mengawasi konten dari sebuah program.
- 7) *Executive Producer* : Bertugas untuk mengawasi sebuah project yang berbeda yang terkadang di waktu yang bersamaan.

Worthington (2009) menambahkan bila dalam sebuah produksi minim dana, seorang produser bisa merangkap untuk bertanggung jawab dalam bidang kreatif dan administrasi (hlm. 12). Produser adalah “permulaan” dan “penutup” karena ikut dalam seluruh aspek paling detail dalam produksi (Turman, 2005:2). Menurut Rea dan Irving (2010), mulai tahap pra-produksi hingga pasca-produksi seorang produser memiliki tugas dan tanggung jawabnya.

Sebagai produser harus meminta izin tertulis dari pemilik cerita sebelum karyanya dituangkan dalam sebuah skenario. Dalam perjanjian tersebut, tentunya harus dicantumkan segala hak produser berdasarkan dengan cerita. Sertakan pula hak untuk mempertunjukkan film tersebut kepada publik baik di gedung bioskop, lewat tayangan televisi, atau home video (Effendy, 2014:7-8). Produser mengepalai departemen produksi yang biasa jadi penggerak awal sebuah produksi film. Sebagaimana kerap tercantum dalam opening credit title (Effendy, 2014:46). Effendy juga menambahkan ada beberapa hak dan kewajiban sebagai seorang produser, antara lain:

Hak Produser:

- a) Mengadaptasi cerita ke dalam film atau video.
- b) Mengedarkan dan mempertunjukkan cerita tersebut kepada publik dalam bentuk film, video dan internet dalam bentuk artikel di situs resmi maupun informasi dalam bentuk lain yang berkaitan dengan film tersebut untuk waktu sekurang-kurangnya 50 tahun.

- c) Memproduksi dan mengedarkan informasi tentang semua kegiatan yang perlu diketahui publik seputar proses pembuatan film atau video.
- d) Memproduksi segala bentuk merchandise untuk keperluan promosi dan distribusi
- e) Bekerja sama dengan semua media dalam upaya mempublikasikan dan mempromosikan segala hal yang menyangkut produksi film tersebut.
- f) Mengikuti sertakan film atau video tersebut dalam festival film di dalam maupun luar negeri.
- g) Mengikuti sertakan pemenang hak cipta dalam semua bentuk promosi dan publikasi yang berkaitan dengan produksi dan distribusi film.

Kewajiban Produser:

- a) Menjaga nama baik pemegang hak cipta cerita.
- b) Membayar kompensasi untuk semua hal yang ingin diperoleh.
- c) Memenuhi segala kebutuhan akomodasi dan transportasi si pemegang hak cipta sehubungan dengan keikutsertaan dirinya pada semua bentuk publikasi dan promosi yang dilakukan.

2.4.1 Tugas Produser pada Tahap Pra-Produksi

Rea dan Irving (2010:23) menjelaskan, sebelum sebuah jadwal produksi bisa dibuat, seorang produser yang bertugas sebagai manajer produksi ataupun *line producer*, harus meneliti naskah dari sudut pandang efektif. Setelah itu, seorang produser akan membuat sebuah jadwal produksi atau *production schedule*. Kemudian produser baru akan membuat anggaran untuk sebuah *project*. Dalam pembuatan anggaran, produser akan mengacu pada *script breakdown* dimana setiap itemnya akan dianggap berbayar (Rea & Irving, 2010:50-51). Dalam tahap pra-produksi, Worthington (2009:23) menambahkan tugas produser seperti merekrut kru, negosiasi dengan *casting* berkaitan dengan pembayaran dan

kontrak, mencari lokasi, menyiapkan asuransi produksi, mencari musik atau lagu yang akan digunakan dan mengurus hak cipta.

2.4.2 Tugas Produser pada Tahap Produksi

Worthington (2009:25) menjelaskan bahwa dalam tahap produksi, seorang produser berperan dalam mengatur, mengelola dan memecahkan masalah. Produser tidak akan turun tangan langsung dalam aspek kreatif sebuah produksi. Aspek kreatif akan dipegang oleh sutradara. Produser akan berhubungan erat dengan sutradara untuk memastikan bahwa visi kreatif yang ingin dicapai dapat dipenuhi dalam batas waktu dan uang. Worthington juga menambahkan bahwa seorang produser harus dapat membayangkan hal-hal yang kemungkinan akan salah. Produser juga dituntut untuk bisa memiliki keterampilan dalam memecahkan masalah dan berpikir di atas kaki sendiri.

Rea dan Irving (2010:226-227) menambahkan bahwa dalam tahap produksi, seorang produser bisa memastikan jika semua orang yang ikut dalam *project* tersebut sudah mengetahui apa yang akan mereka lakukan, dimana dan kapan mereka akan melakukannya dan memiliki cara dalam mencapai tujuan mereka. Produser juga harus memastikan bahwa keselamatan dan kebutuhan semua orang yang berkecimpung dalam produksi terjamin.

2.4.3 Tugas Produser pada Tahap Pasca-produksi

Dalam tahap pasca-produksi, Worthington (2009:26) menjelaskan beberapa tugas seorang produser seperti mencari editor yang sesuai dengan *project*, mengonfirmasi studio audio dan musik yang akan digunakan berikut dengan hak cipta dan kontrak, memastikan seluruh nota sudah terbayarkan dan pertanggungjawaban keuangan sudah dibuat, serta menyiapkan dan mendistribusikan materi publikasi.

2.5 Jadwal Produksi

Rea dan Irving (2010:63) mengatakan bahwa sebuah jadwal produksi bisa disebut sebagai peta utama dalam sebuah produksi. Dimana banyak faktor yang menentukan, seperti berapa banyak orang yang nantinya akan hadir dalam proses produksi tersebut. Selain itu juga berhubungan dengan berapa hari yang akan digunakan serta berapa banyak anggaran yang dibutuhkan. Beliau menambahkan bahwa sebuah jadwal produksi dibuat sedemikian rupa agar beberapa adegan dikelompokkan bersama agar efisien dalam penggunaan waktu, personel, dan sumberdaya. Sedangkan menurut Saroengallo (2011:55) sebuah produksi film akan melibatkan banyak faktor, oleh karena itu dalam membuat sebuah jadwal produksi haruslah bersikap terbuka untuk hal-hal yang tidak terduga nantinya. Beliau mengatakan bahwa dengan sikap keterbukaan itu akan mempermudah menerima perubahan mendadak dan bisa menyesuaikan jadwal dengan sigap supaya produksi tetap berjalan.

2.6 Anggaran

Agar dapat memproduksi film, harus mengetahui apa saja yang dibutuhkan. Apakah perlu membangun set, atau haruskah suatu alat dibeli atau bisakah sekedar disewa. Apakah membutuhkan seseorang *animator* handal atau cukup editor berpengalaman saja. Dalam menentukan kebutuhan produksi film, ada baiknya melakukan riset sebelumnya (Effendy, 2014:34). Sedangkan Saroengallo (2011:62) berpendapat bahwa prakiraan anggaran yang baik adalah yang mencakup segala sesuatu mengenai produksi dimulai dari pra-produksi, saat *shooting*, sampai pasca-produksi dengan detail. Beliau pun menekankan bahwa apapun yang tertulis dalam skenario harus dilihat sebagai uang, dimana tidak ada apapun yang bisa diperoleh secara gratis.

2.7 Penelitian Terdahulu

Menurut Abadi, produser harus mempunyai kemampuan berfikir secara cepat dan mengambil keputusan secara tepat agar dalam produksi tidak ada terjadi kesalahpahaman (2012:45). Beliau juga menambahkan bahwa dalam produksi apapun diperlukan adanya kekompakan, kebersamaan dan kerjasama yang *solid*

oleh seluruh anggota, karena tanpa hal tersebut produksi tidak akan mencapai tujuan yang diinginkan (2012:46).