

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI PRODUSER DALAM MANAJEMEN PROMOSI PADA
FILM PENDEK “HILANG ARAH”

KARYA FILM

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan
(S.Tr.Sn)



Disusun Oleh

RATU ALYA NUR KHOIRIYAH
2290345161

JURUSAN KOMUNIKASI PROGRAM STUDI
PRODUKSI FILM DAN TELIVISI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Produser Dalam Manajemen Promosi pada film pendek "Hilang Arah"

Penulis : Ratu Alya Nur Khoiriyah

NIM : 2290345161

Program Studi : Produksi Film dan Televisi

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Selasa, 28 Juli 2026.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Zaenal Muttaqien, M.Art.Lrt.Lang
NIP 198712102020121008

Anggota I



Try Annisa Lestari, M.Pd.
NIP 1992912222924962002

Anggota II



Hlandini Rahmawati, M.A.
NIP 19910216202406200

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi



Immanuel Ronald Mongkau, M.M.
NIP 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Ratu Alya Nur Khoiriyah
NIM : 2290345161
Program Studi : Film dan Televisi
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2026/2027

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta 11 Juni 2026

Pembimbing I



Handini Rahmawati M.A.
NIP. 199102162024062001

Pembimbing II



Sifa Sultanika, M.Sn.
NIP. 199406252022032017

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Film dan Televisi



Sifa Sultanika, M.Sn.
NIP. 199406252022032017

**PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR
DAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Ratu Alya Nur Khoiriyah
NIM	: 2290345161
Program Studi	: Film dan Televisi
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2026/2027

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul: STRATEGI PRODUSER DALAM MANAJEMEN PROMOSI PADA FILM PENDEK “HILANG ARAH” **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Ratu Alya Nur Khoiriyah
NIM: 2290345161

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ratu Alya Nur Khoiriyah
NIM : 2290345161
Program Studi : Film dan Televisi
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2026/2027

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI PRODUSER DALAM MANAJEMEN PROMOSI PADA FILM PENDEK "HILANG ARAH" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



Ratu Alya Nur Khoiriyah

NIM: 2290345161

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas strategi produser dalam manajemen promosi film pendek *Hilang Arah* guna mencari sponsor dan media partner dengan menerapkan teori POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*). Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui observasi, studi pustaka, dan dokumentasi selama proses produksi hingga pascaproduksi. Pada tahap perencanaan, produser menentukan target sponsor dan media *partner*, menyusun proposal kerja sama, merancang strategi promosi Instagram, serta membuat *timeline* promosi. Tahap pengorganisasian dilakukan dengan menyusun database sponsor dan media *partner* untuk mempermudah koordinasi dan pemantauan kerja sama. Tahap pelaksanaan meliputi pengiriman proposal, negosiasi, pelaksanaan kerja sama, serta publikasi konten promosi melalui media sosial. Tahap pengawasan dilakukan dengan memantau pelaksanaan benefit sponsor dan media *partner* serta mengevaluasi efektivitas strategi promosi yang diterapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan fungsi POAC membantu produser mengelola promosi secara lebih terstruktur, memperluas jangkauan publikasi melalui media partner, serta memperoleh dukungan sponsor yang mendukung kebutuhan produksi dan promosi film pendek *Hilang Arah*.

Kata Kunci: Produser, manajemen promosi, POAC, strategi promosi

ABSTRACT

This study aims to describe the producer's promotional management strategy for the short film Hilang Arah by implementing the POAC management functions (Planning, Organizing, Actuating, and Controlling). The study employed a descriptive qualitative method through observation, literature review, and documentation during the production and post-production processes. In the planning stage, the producer identified potential sponsors and media partners, prepared cooperation proposals, designed an Instagram promotion strategy, and developed a promotional timeline. The organizing stage involved creating sponsor and media partner databases to facilitate coordination and monitor collaboration progress. The actuating stage included proposal submission, negotiation, partnership implementation, and promotional content publication through social media. The controlling stage focused on monitoring sponsor and media partner benefits and evaluating the effectiveness of the promotional strategy. The findings indicate that the implementation of the POAC management functions enabled the producer to manage promotional activities systematically, expand publicity through media partnerships, and secure sponsorship support that contributed to both the production and promotion of the short film Hilang Arah.

Keywords: Producer, promotion management, POAC, Promotion

PRAKATA

Alhamdulillahirrabbi'l'alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya. Berkat kebesaran-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul **“STRATEGI PRODUSER DALAM MANAJEMEN PROMOSI FILM PENDEK ”HILANG ARAH”**. Penulisan laporan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka pengajuan penelitian yang akan penulis laksanakan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan atau Diploma IV (D4) Jurusan Komunikasi, Program Studi ilm dan Televisi, Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta, Tahun Akademik 2025/2026.

Penyelesaian proposal Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, serta arahan yang tulus dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam atas segala bantuan yang telah diberikan.

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesabaran, kekuatan serta kemudahan kepada penulis selama proses kegiatan dan penyusunan laporan Tugas Akhir.
2. Ayah/Ibu serta keluarga besar penulis yang sudah memberikan doa dan dukungan selama melaksanakan Tugas Akhir.
3. Riyono, S.T., M.Ak., Ph.D, selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
4. Mawan Nugraha S.Si, M.Acc, Ph.D., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Media Kreatif.
5. Immanuel Ronald David Mongkau, M.M., selaku Ketua Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif.
6. Irpan Riana, Sn, MSn., selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif.
7. Sifa Sultanika, M.Sn., selaku Koordinator Program Studi Produksi Film dan Televisi Politeknik Negeri Media Kreatif serta Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan yang tak ternilai harganya.
8. Handini Rahmawati, M.A., selaku Sekretaris Program Studi Film dan Televisi Politeknik Negeri Media Kreatif serta Dosen Pembimbing 1 yang telah

memberikan bimbingan arahan, masukan yang tak ternilai harganya.

9. Seluruh Dosen dan Staf Akademik di lingkungan Fakultas Komunikasi Politeknik Negeri Media Kreatif atas ilmu dan dukungan yang diberikan.

10. Sahabat-sahabat seperjuangan yang senantiasa memberikan semangat dan kebersamaan dalam setiap langkah.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, segala kritik, saran, dan masukan yang membangun akan sangat dihargai demi perbaikan di masa mendatang.

Jakarta, 20 Februari 2026

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ratu Alya Nur Khoiriyah'.

Ratu Alya Nur Khoiriyah

NIM. 2290345161

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	5
PRAKATA.....	5
DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR.....	1
DAFTAR TABEL	3
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penulisan	3
D. Manfaat Penulisan	4
1. Manfaat bagi Penulis	4
2. Untuk Politeknik Negeri Media Kreatif	4
3. Untuk Masyarakat Umum	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Film Pendek.....	5
B. Produser.....	5
C. Manajemen Promosi	6
D. Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Film.....	8
BAB III METODE PENCIPTAAN.....	11
A. Data/Objek Penelitian	11
2. Premis	11
3. Logline.....	11
4. Sinopsis.....	11
5. Target Penonton.....	12
6. Tim Produksi	12
E. Teknik Pengumpulan Data	12
1. Observasi	12

2.	Dokumentasi.....	13
F.	Ruang Lingkup	13
1.	Peran Penulis	13
2.	Kategori Karya	13
3.	Ide Kreatif.....	13
4.	Langkah Kerja	14
2.	Produksi.....	16
3.	Pasca Produksi.....	17
5.	Referensi Karya	17
a.	Tilik.....	17
b.	Perempuan Tanah Jahanam.....	18
c.	Para Perasuk.....	18
BAB IV		20
A.	Peran dan Tugas Produser	20
1.	Pra Produksi.....	20
a.	Menyusun Timeline.....	20
b.	Merancang Rencana Anggaran Biaya (RAB).....	22
c.	Casting Pemeran.....	25
d.	Survei Lokasi	26
e.	Mengurus Administrasi Perizinan Lokasi	27
f.	Menentukan Crew Produksi	28
g.	Reading.....	30
h.	Recce (Location Reconnaissance).....	30
i.	PPM (Pra Production Meeting).....	31
j.	Workshop	33
k.	Penggalangan Dana	34
2.	Produksi.....	35
a.	Mengawasi Jalannya Produksi.....	35
b.	Mengawasi Konten Benefit	35
3.	Pascaproduksi	36
B.	Penerapan Strategi Produser dalam Manajemen Promosi Film Pendek	

Hilang Arah	36
1. <i>Planning</i> (Perencanaan)	36
a. Penentuan Target Sponsor	36
b. Menyusun Database Sponsor	36
c. Menentukan Media Partner	38
d. Penyusunan Proposal Kerjasama Sponsorship dan Media Partner.....	39
e. Perencanaan Strategi Promosi Instagram.....	44
2. <i>Organizing</i> (Pengorganisasian)	47
3. <i>Actuating</i> (Pelaksanaan)	50
a. Pelaksanaan Pengajuan Sponsor	50
b. Pelaksanaan Pengajuan Media Partner	53
c. Negoisasi.....	54
d. Pelaksanaan Promosi Melalui Instagram.....	55
e. Publikasi Poster	55
f. Publikasi Cast Reveal.....	57
g. Konten Interaktif.....	61
4. <i>Controlling</i> (Pengawasan)	62
a. Mengawasi Benefit Sponsor.....	64
b. Mengawasi Benefit Media Partner	81
BAB V PENUTUP.....	83
A. SIMPULAN.....	83
B. SARAN	85
1. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	86
2. Bagi Produser Film Pendek	86
3. Bagi Mahasiswa Produksi Film	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 <i>Timeline</i> Film Pendek Hilang Arah.....	22
Tabel 4. 2 Rencana Anggaran Biaya.....	22
Tabel 4. 3 Crew Film Pendek Hilang Arah.....	29
Tabel 4. 4 Data Calon Sponsor.....	37
Tabel 4. 5 Data Calon Media <i>Partner</i>	39
Tabel 4. 6 <i>Database</i> Informasi Kontak Calon Sponsor.....	48
Tabel 4. 7 <i>Database</i> Informasi Kontak Calon Media <i>Partner</i>	49