



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Stasiun televisi seringkali dijadikan sebagai media penyampai pesan yang komersial atau dapat disebut iklan. Pada dasarnya iklan diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pemasang iklan dalam menyampaikan informasi mengenai produknya, tidak hanya itu, pengiklan juga ingin menunjukkan kekuatan pencitraan terhadap suatu produk atau gaya yang akan dipasarkan.

Media dan iklan memiliki hubungan yang tidak bisa diputuskan karena media swasta yang ada di Indonesia saat ini hidup matinya bergantung kepada iklan. Apalagi tak bisa dipungkiri bahwa satu-satunya sektor pendapatan media, khususnya televisi adalah iklan.

Iklan adalah penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, dan jasa) ataupun organisasi sebagai promosi yang kuat (Suyanto, 2005:3). Sebagaimana diketahui, fungsi utama iklan adalah memperkenalkan berbagai macam produk-produk dan jasa dari produsen atau penjual produk kepada masyarakat atau konsumen sasaran, karena iklan juga merupakan sarana komunikasi dengan menggunakan bahasa, gambar, warna dan bunyi sebagai alatnya (Sobur, 2004:111).

Kebutuhan akan periklanan berkembang seiring dengan produksi berbagai barang secara besar-besaran yang mengharuskan pihak produsen membawa dan memperkenalkan secara aktif kepada para calon konsumen dan itu harus dilakukannya melalui periklanan. Produsen tidak bisa lagi berdiam diri menunggu datangnya pembeli. Tanpa iklan, para konsumen yang jauh dari pusat-pusat produksi tidak akan memperoleh informasi mengenai adanya suatu barang yang dibutuhkanya (Jefkins, 1994:2).

Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, iklan dapat dilakukan dengan melalui televisi, media cetak, dan, medium lainnya. Untuk membuat iklan, terutama pada media televisi (*Television Commercial / TVC*), seringkali pengiklan tersebut membutuhkan jasa *production house* atau rumah produksi. Dalam pembuatannya membutuhkan proses yang sangat panjang.

Ada tiga tahapan penting dalam memproduksi iklan. Pertama tahap *preproduction*, yaitu tahap awal sebelum memulai produksi. Yang dibahas pada tahapan ini seperti jadwal syuting, lokasi, penganggaran, *casting*, mengumpulkan kru, peminjaman alat dan sebagainya. Tahap selanjutnya adalah *production*, Tahap terakhir adalah tahap *postproduction*. Pada tahap ini pula *sound, music, optical* diedit dan kemudian di-*mixing* (Bastian Cleve:2006,12-19).

Dalam *production house* sendiri terdapat berbagai jenis jabatan pekerjaan seperti *producer, director, assistant director, production assistant, makeup artist,*

lighting director, director of photography, camera asisstant, art director, talent cordinator, location manager, dan unit manager (Millerson, dkk :2008,11-19).

Dapat dikatakan bahwa proses produksi dalam sebuah TVC tidaklah mudah dan memakan waktu yang cukup lama untuk menjadi sebuah tayangan yang layak tayang nantinya di televisi. Untuk dapat mempelajari proses pembuatan sebuah TVC, maka penulis melakukan praktik kerja magang sebagai *production assistant* di salah satu rumah produksi di Jakarta Selatan yaitu Growing Up Films. *Production house* ini dipilih penulis karena cukup baru namun mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam memproduksi beragam TVC.

Sebagai mahasiswa semester delapan Ilmu Komunikasi, penulis merasa sudah cukup untuk mempraktikan apa yang diajarkan secara langsung di lapangan. Kerja magang yang dipilih oleh penulis sebagai pendukung dari mata kuliah Videografi dan Produksi dan Pascaproduksi. Penulis terjun langsung ke industri produksi iklan dan mempraktikan apa saja yang sudah diajarkan selama perkuliahan delapan semester.

1.2 Maksud dan Tujuan

Praktik kerja magang ini dilakukan penulis sebagai syarat kelulusan mata kuliah *internship*. Dengan mengikuti praktik kerja magang ini, penulis diharapkan dapat dapat terjun langsung ke dunia kerja dan dapat mempraktikan pengetahuan-pengetahuan dan teori yang sudah diajarkan selama perkuliahan secara langsung.

Selain itu, penulis diharapkan tidak hanya mengerti konsep yang diajarkan selama perkuliahan tetapi juga dapat mengaplikasikannya di dalam dunia kerja. Dengan

adanya praktik kerja magang ini juga akan melatih mahasiswa untuk merasakan beratnya menghadapi suatu masalah dan bisa mengatasinya yang terjadi selama kerja.

Dengan demikian, penulis mempunyai kesempatan untuk dapat mempraktikkan teori yang penulis miliki selama kerja magang ke dalam dunia perfilman yang mengacu pada mata kuliah Videografi dan Produksi dan Pascaproduksi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan peraturan yang terdapat dalam prosedur magang Fakultas Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, menyebutkan bahwa jangka waktu pelaksanaan magang adalah minimal dua bulan dan maksimal empat bulan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilakukan sejak 23 Juni-28 Agustus 2013 dan bertempat di Jl. Brawijaya 1B No.88, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Kerja magang berlangsung selama lima hari dalam seminggu dan waktu masuk ditetapkan pukul 09.00 dan waktu pulang pukul 18.00. Walaupun sering kali pada praktiknya waktu pulang tergantung dari pekerjaan yang sedang dikerjakan.

Pada saat produksi waktu kerja ditentukan dari *call sheet* yang dibagikan. *Call sheet* adalah lembaran yang berisikan keterangan kapan kru harus berkumpul di lokasi.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Sebelum mengikuti kerja magang atau *internship*, penulis harus memenuhi beberapa syarat dari kampus. Salah satunya adalah harus

menyelesaikan jumlah SKS yang telah ditentukan. Kemudian penulis mengikuti seminar magang dari kampus yang dibimbing oleh ketua program studi dan wakil.

Penulis mendapatkan tempat rekomendasi perusahaan yang dituju dari Bapak Calvin Eko Saputro. Selanjutnya penulis mencari sendiri tempat magang yang diminati. Penulis segera mendaftarkan diri dengan memberikan CV, surat lamaran dan surat resmi dari kampus yang menyatakan bahwa penulis hendak melakukan kerja magang di tempat tersebut.

Penulis melamar ke salah satu rumah produksi di Jakarta Selatan yaitu di Growing Up Films melalui Bapak Yonpet Derusti selaku *Executive Producer* dan *CEO*. Setelah bertemu langsung dengan Bapak Yonpet Derusti, penulis dinyatakan dapat ikut kerja magang di Growing Up Films.

Hari pertama kerja magang di Growing Up Films penulis langsung ikut syuting proyek TVC Exergy “Futsal”. Penulis dikenalkan ke seluruh kru yang ada di lokasi. Penulis juga dikenalkan oleh seluruh karyawan kantor Growing Up Films. Setelah itu penulis dijelaskan proyek apa saja yang akan diproduksi dalam waktu dekat ini dan penulis diberikan gambaran apa saja pekerjaan yang akan dilaksanakan selama beberapa bulan ke depan.

Setelah magang selesai, penulis melakukan konsultasi kepada Bapak Ambang Priyonggo selaku dosen pembimbing untuk membuat laporan magang. Selama beberapa minggu penulis menyelesaikan laporan kerja

magang dan kemudian menyerahkan laporan magang kepada pihak kantor. Laporan yang telah disetujui oleh pembimbing selanjutnya juga dipresentasikan dalam ujian kerja magang.

