



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

Perkembangan televisi di Tanah Air mulai muncul ketika Indonesia menjadi tuan rumah perhelatan olah raga akbar Asian Games IV di Jakarta tahun 1962 (Sunarto, 2009: 90). Negara berperan besar dalam perkembangan industri televisi nasional. Hal ini dapat dilihat pada masa Orde Baru ketika pada tanggal 20 Oktober 1987 Departamen Penerangan mengeluarkan surat Keputusan Menteri Penerangan Nomor 190A yang mengizinkan pelayanan televisi swasta berlangganan dengan pengawasan pengelolaannya diserahkan pada yayasan TVRI (Sunarto, 2009: 90). Dengan adanya kemunculan stasiun televisi TVRI ini membuat hadirnya beberapa stasiun televisi swasta lainnya seperti Indosiar, RCTI, TPI, SCTV, MetroTV, TV7, TransTV, Lativi, Global TV dan ANTV.

Televisi sudah bukan menjadi hal yang mahal untuk didapatkan, berbagai lapisan masyarakat dengan mudah bisa mendapatkan televisi. Dapat kita lihat di sekeliling kita terdapat banyak lapisan masyarakat yang sudah dapat menonton televisi, bahkan saat ini saja televisi sudah dapat menjangkau lapisan masyarakat yang hidup di tempat yang sulit untuk di jangkau. Televisi tidak hanya digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi tetapi saat ini televisi juga digunakan sebagai sarana hiburan dimana di dalamnya dihadirkan berbagai program-program acara seperti talkshow, *comedy*, infotainment, dan *movie*.

Agar stasiun televisi dapat terus hidup dibutuhkannya sebuah iklan sebagai pemasukan untuk menjalankan stasiun itu, pendapatan ini didapat melalui iklan yang dipasang pada stasiun televisi tersebut. iklan menjadi salah satu pemasukan utama dan terbesar bagi stasiun televisi.

Awal mula munculnya iklan pada media penyiaran di dunia terjadi di Amerika Serikat pada tanggal 11 Februari 1922, perusahaan berbasis teknologi AT&T pemilik stasiun Radio WEAFF mengumumkan bahwa radio tersebut tidak akan menyiarkan programnya sendiri, namun akan memberikan kesempatan kepada pihak lain yang sudah mengikat kontrak dengan WEAFF untuk menyiarkan programnya. AT&T mengumumkan bahwa program pihak lain yang disiarkan radio itu dapat berupa iklan (Morissan, 2008: 379-380).

Untuk memproduksi sebuah iklan di televisi dibutuhkannya sebuah perusahaan jasa bagi para pengiklan untuk membuat iklan yang diinginkan. Oleh karena itulah adanya Production House untuk membuat iklan yang diinginkan oleh para pengiklan.

Terdapat peningkatan persentase belanja iklan terbesar di semester I tahun 2013 dibawa oleh media televisi yang menguasai 68% dari total belanja iklan media. Jumlah ini lebih besar dibandingkan tahun lalu yang hanya 64%. Menurut Nielsen ditemukan adanya kenaikan belanja iklan di televisi sebesar 52% menjadi Rp 549 miliar (dikutip dari <http://industri.kontan.co.id/news/nielsen-televisi-kuasai-68-belanja-iklan>)

Setiap stasiun TV berusaha untuk dapat menarik minat para pemasang iklan untuk memasang iklannya di stasiun televisinya. Pemasang iklan selalu mempertimbangkan media apa yang paling tepat untuk mempromosikan suatu produk (barang dan jasa). Ketika pemasang iklan berencana mengeluarkan sejumlah dana untuk iklan, maka pertanyaan pertama yang muncul di benak para pengiklan adalah media apa yang cocok dengan produk yang akan diiklankan. Setiap media pada dasarnya memiliki keunggulan dan kekurangan dalam menyampaikan beberapa informasi.

Menurut Willis-Aldridge keuntungan siaran iklan mencakup daya jangkauan yang luas, wilayah tertentu, audiens tertentu, waktu tertentu, fokus perhatian, sentuhan personal, kemampuan menunjukkan, kemampuan menghibur dan memberikan prestise (Morissan, 2008: 382).

Selain adanya keuntungan, media penyiaran juga memiliki kelemahan yang mencakup biaya yang mahal, informasi terbatas, penayangan singkat, penghindaran dan tempat terbatas (Morissan, 2008: 386).

Di Indonesia organisasi yang menyatukan biro iklan adalah Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (PPPI). Terdapat kontrol yang dilakukan oleh pemerintah terkait dengan kepemilikan dan UU atau aturan-aturan formal seperti UU No 36/1999 tentang telekomunikasi dan UU No 32/2002 tentang penyiaran. Pendukung terkait dengan pihak-pihak yang berkepentingan untuk mendukung keberadaan stasiun televisi secara finansial seperti pengiklan, biro iklan dan pelayanan jasa riset rating berdasarkan data Nielsen Media Research (Sunarto, 2009: 97).

Production house merupakan tempat untuk memproduksi sebuah iklan, film atau sinetron. Rumah produksi sudah banyak dikenal oleh berbagai kalangan untuk melakukan produksi dalam hal membuat produk yang dibuat oleh pengiklan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat.

Dengan adanya perkembangan teknologi dan komunikasi mendukung Growing Up Films dalam membuat bisnis di bidang periklanan. Penulis memutuskan untuk melakukan praktek kerja magang di perusahaan Growing Up Films yang berlokasi di Jalan Brawijaya 1B No 88, Jakarta Selatan.

Peran Production Assistant dalam proses produksi yaitu memahami setiap tahapan produksi dalam memproduksi sebuah iklan, dari awal persiapan produksi sampai pengeditan dan iklan tayang di televisi. Menjadi seorang *production assistant* harus memiliki tanggung jawab yang besar pada setiap *crew*.

Penulis memilih melakukan praktek kerja magang di Production House karena ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana cara kerja dalam produksi sebuah iklan yang berkaitan dengan pelajaran videografi dan pasca produksi, dimana dijelaskan dalam pelajaran tersebut bagaimana proses produksi.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang dilaksanakan dengan tujuan agar mahasiswa memiliki secara professional dalam melakukan praktek kerja nyata, yakni:

- Mengembangkan potensi diri untuk menyelesaikan masalah dan hambatann yang dialami dalam dunia kerja
- Mampu menyelaraskan pengetahuan yang telah dipelajari di kampus dengan dunia kerja
- Mengembangkan pengetahuan dan kemampuan melalui pengaplikasian ilmu dalam magang
- Mengembangkan potensi diri dan pengalaman dalam dunia kerja
- Untuk memenuhi persyaratan kelulusan bagi pihak Universitas Multimedia Nusantara.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk memenuhi beberapa persyaratan yang sudah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, penulis mengisi beberapa persyaratan dari pihak Universitas yang perlu diselesaikan. Setelah menyelesaikan dengan segala bentuk persyaratan yang dari pihak Universitas penulis pun mengajukan waktu kerja magang kerja magang dan menyelesaikan berbagai macam persyaratan yang dibutuhkan dari pihak perusahaan. Tanpa melakukan *interview*, penulis pun mulai melanjutkan untuk melakukan praktek kerja magang sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Setelah diterima magang di Growing Up Films, penulis meminta surat diterima magang dari perusahaan untuk diserahkan ke Universitas Multimedia Nusantara, kemudian penulis memperoleh formulir berikutnya Yaitu KM-04, KM-05, KM-06 dan KM-07.

Selama bekerja disana penulis bertugas sebagai *Production Assistant* dan berada di bawah bimbingan Yonpet Derusti selaku *Executive Producer* di Production House Growing Up Films.

Selama menjalani kerja magang di Growing Up Films, penulis harus mengisi kehadiran kerja magang dan menyerahkan kepada pembimbing untuk

ditandatangani, sehingga pembimbing dapat mengetahui kehadiran dan mengetahui kegiatan apa saja yang dilakukan selama melakukan kerja magang. Setelah kerja magang berakhir penulis menyerahkan formulir penilaian kepada pembimbing magang untuk mendapatkan penilaian hasil kerja magang.

Waktu pelaksanaan kerja magang yang diajukan pada perusahaan selama dua bulan dari 23 Juni 2013 hingga 23 Agustus 2013 bertempat di Growing Up Films. Setelah diterima kerja magang di Growing Up Films, penulis berusaha untuk menyesuaikan diri, berkenalan dengan karyawan yang lain dan mempelajari tugas-tugas yang diberikan. Selama melakukan kerja magang penulis diwajibkan untuk masuk dari hari Senin sampai Jumat pada pukul 09.00 sampai selesai.



UMN

