



### **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

Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massa dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal (Bungin, 2006, h. 7). Ada banyak fungsi atau peran media massa, tetapi pada dasarnya fungsi dasar dari media massa yaitu memproduksi dan mendistribusikan pesan (Ruben, 2006, h. 189).

Secara umum, media massa terbagi menjadi dua, yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak meliputi, surat kabar, majalah, tabloid, buku, *newsletter*, dan buletin, sedangkan media elektronik meliputi: radio, televisi, internet, dan film (Romly, 2002, h. 6).

Salah satu media massa yang dianggap memiliki pengaruh besar dalam mengubah tingkah laku khalayak adalah televisi. Subroto (1994, h. 4) menjelaskan bahwa televisi sebagai suatu alat dapat dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan informasi dengan menggunakan bayangan gambar dan suara, demikian halnya dengan video dan film. Sedangkan West dan Turner (2008, h. 85) menganggap televisi dapat dengan mudah membentuk cara berpikir dan membuat kaitan dari masyarakat.

Televisi juga memiliki program acara yang bersifat menghibur dan informatif. Di sisi lain televisi juga berfungsi sebagai alat promosi sebuah produk. Produk inilah yang nantinya akan dipromosikan melalui sebuah tayangan iklan pada televisi.

Iklan adalah bentuk komunikasi berbayar yang menggunakan media massa dan media interaktif untuk menjangkau audiensi yang luas dalam rangka menghubungkan sponsor yang jelas dengan pembeli dan memberikan informasi tentang produk (Moriarty, 2011, h. 9). Dengan kata lain, iklan dimaksudkan untuk menciptakan dampak, yakni respons konsumen, seperti memahami informasi atau membujuk seseorang untuk melakukan sesuatu.

Data dari OFCOM's Global TV Market Report (2009) menunjukkan bahwa sumber pendapatan stasiun TV berkisar antara 45-50% dari pengiklanan,

40-45% dari biaya langganan, dan 10% dari pembiayaan swasta. Maka iklan juga berpengaruh besar terhadap perkembangan sebuah stasiun televisi sebagai pemasuk keuangan mereka.

Iklan yang baik adalah iklan yang mampu mempengaruhi khalayaknya yang dituju. Hal ini dinilai dari segi konten dan kualitas iklan yang dibuat. Growing Up Films merupakan salah satu rumah produksi di Indonesia yang membuat iklan untuk kepentingan televisi.

Rumah produksi *Growing Up Films* sudah bertahun-tahun menghasilkan banyak iklan televisi yang telah disiarkan di beberapa stasiun televisi swasta dan juga telah bekerja sama dengan klien lokal maupun internasional. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di rumah produksi Growing Up Films. Penulis berada di posisi sebagai *Production Assistant* dalam melaksanakan kerja magang di Growing Up Films selama dua bulan.

Seorang *Production Assistant* atau sering disebut PA dalam rumah produksi memiliki fungsi atau peran sebagai orang yang bertanggung jawab atas detail produksi dari awal sampai produksi itu selesai (Fachruddin, 2012, h. 458). Kedudukan penulis sebagai PA sesuai dengan minat penulis yang tertarik terhadap departemen produksi. Selama menjadi PA di Growing Up Films, penulis mengikuti proses *meeting* dengan klien dan agensi, produksi, dan pasca produksi. Tanggung jawab penulis pada dasarnya adalah membantu proses produksi supaya berjalan lancar.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis memiliki tujuan yang baik, yaitu:

1. Untuk memberi gambaran secara langsung kepada penulis bagaimana lingkungan dunia kerja sesungguhnya, khususnya di industri rumah produksi pembuat iklan.
2. Supaya penulis mengetahui proses pembuatan iklan di rumah produksi.
3. Mampu menyiapkan mental serta pengetahuan sebagai bekal untuk terjun langsung saat penulis harus bekerja sesungguhnya.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis melaksanakan kerja magang di Growing Up Films selama dua bulan, terhitung dari tanggal 1 Juli 2015 sampai dengan 8 September 2015. Dalam rentang waktu tersebut penulis diberikan penjelasan oleh pembimbing lapangan tentang proses kerja di tempat penulis melakukan kerja magang sampai akhirnya terjun langsung ke lapangan untuk melakukan kerja magang.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Sebelum mulai mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) ke perusahaan, penulis terlebih dahulu meminta surat izin resmi (KM-01 dan KM-02) dari Universitas Multimedia Nusantara pada bulan Mei 2015 untuk melakukan kerja magang di perusahaan yang dimaksud. Kemudian, penulis mengisi Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) yang ditujukan untuk kantor Growing Up Films Production House beserta surat lamaran untuk kerja magang dan daftar riwayat hidup. Penulis mengantarkan langsung surat beserta lampirannya ke alamat kantor Growing Up Films pada tanggal 22 Mei 2015.

Setelah ditinjau, akhirnya penulis mendapatkan surat tanda diterima magang dari Growing Up Films pada tanggal 29 Juni 2015. Surat tersebut kemudian penulis berikan kepada pihak kampus untuk ditukarkan dengan Kartu Kerja Magang (KM-03), Formulir Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Laporan Realisasi Magang (KM-05), Penilaian Kerja Magang (KM-06), dan Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang (KM-07).

Penulis ditempatkan di bagian produksi sebagai *Production Assistant* (PA) dan dibimbing langsung oleh pemilik sekaligus *Executive Producer* Growing Up Films, Yonpet Derusti. Penulis juga dibimbing oleh seorang PA *In House*, Richard Columbus, yang merupakan pegawai tetap Growing Up Films. Dengan kata lain, segala kegiatan penulis selama kerja magang harus diketahui Yonpet Derusti dan Richard Columbus.

Setelah kerja magang yang penulis lakukan selesai, penulis melakukan kewajiban selanjutnya yaitu menyusun laporan kerja magang yang dimulai dari tanggal 16 September 2015. Dalam menyelesaikan laporan kerja magang

tersebut penulis dibimbing oleh Dosen Universitas Multimedia Nusantara, Cheryl Pricilla Bensa, S.I.Kom., M.A. Hasil dari laporan kerja magang ini akan penulis pertanggungjawabkan melalui sidang laporan kerja magang sesuai jadwal yang ditetapkan oleh pihak kampus.

