



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

Pada perkembangannya kini televisi merupakan salah satu media yang paling diminati dan populer di kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari karakteristiknya yang memberi banyak kemudahan bagi khalayaknya. Berhubungan mengenai isi acara televisi, beragam acara pun telah dihadirkan oleh televisi kepada khalayaknya. Mulai dari tayangan film, sinetron, *reality show*, komedi situasi, *talk show*, berita, iklan maupun beragam tayangan internasional. Hal itulah yang tidak mengherankan jika media televisi merupakan media yang paling banyak dikonsumsi oleh khalayak dibandingkan dengan media yang lain.

Faktor kemudahan daya pancar siaran yang luas dan sudah cukup murah harga pesawat televisi di pasaran merupakan salah satu daya pendorong tingginya pengguna televisi (Surbakti 2008 : 63). Salah satu karakteristik media televisi yaitu televisi memiliki kelebihan karena bersifat audio dan visual. Kelebihan lainnya adalah televisi juga dapat menjangkau konsumen atau penonton yang bersifat heterogen dari semua kelompok umur ,berbagai latar belakang dan golongan.

Melalui televisi masyarakat banyak memperoleh informasi dan berita yang dibutuhkan, baik itu merupakan informasi dari segala segi umur maupun segmentasi. Pergerakan era per-televisian di Indonesia kini semakin besar dan meluas, hal tersebut terbukti dengan kehadiran kurang lebih dua belas Stasiun televisi di tanah air. Dua belas stasiun televisi itu terdiri dari satu Stasiun televisi milik Pemerintah yaitu TVRI (Televisi Republik Indonesia) dan Stasiun yang lainnya merupakan Stasiun televisi Swasta, mulai dari RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia), SCTV (Surya Citra Televisi), TPI (Televisi Pendidikan Indonesia), ANTV (Andalas Televisi) , Indosiar, Global TV, Metro TV, Lativi, TV7 dan Trans TV.

Perkembangan kedua belas Stasiun televisi yang sangat pesat tentu menimbulkan persaingan untuk memperoleh angka pasar sebanyak-banyaknya. Masing-masing stasiun televisi berupaya dengan berbagai cara untuk dapat meraih jumlah pemirsa (*audien*) yang besar dengan cara tetap mempertahankan eksistensi setiap sajian acara yang disiarkan dan variasi siaran yang menarik bagi penontonnya.

Disamping perkembangan ini pun akhirnya televisi dimanfaatkan oleh beberapa industri besar sebagai arus jual beli informasi dan berita. Televisi diyakini sebagai media yang paling berhasil dan memiliki nilai keuntungan sangat besar dibandingkan dengan media cetak seperti koran, majalah ataupun radio. Televisi pun pada akhirnya mampu menciptakan suatu peradaban yang baru dalam kehidupan individu.

Berkaitan dengan majunya teknologi di dalam dunia penyiaran dan telekomunikasi saat ini, media komunikasi sekarang ini menjadi kebutuhan utama yang sangat penting bagi kehidupan manusia dalam menjalani hubungan komunikasi di era digital. Menurut Pearson (2000:3) salah satu fungsi dari komunikasi tersebut adalah untuk kelangsungan hidup masyarakat, maka dari itu peran satu komunikasi khususnya dalam konteks media penyiaran televisi sangat diperlukan ditengah-tengah masyarakat, dalam hal ini adalah masyarakat global.

Strategi nyata yang dilakukan masing-masing stasiun televisi guna memperoleh rating tentu berbeda. Rating merupakan tolak ukur suksesnya siaran televisi tersebut di pasaran. Rating yang tinggi yang mampu mempertahankan eksistensi suatu televisi. Salah satu produk yang paling familiar dalam stasiun televisi adalah TVC atau biasa disebut dengan *TV Commercial* / iklan.

Iklan adalah rentang waktu program televisi yang diproduksi dan dibayar oleh sebuah organisasi, yang menyampaikan pesan, biasanya untuk memasarkan produk atau jasa. Pendapatan yang diperoleh dari iklan memberikan porsi yang signifikan dari dana untuk sebagian besar jaringan televisi milik pribadi dan perusahaan. Respon dari pemirsa program televisi yang diukur oleh perusahaan

seperti *Nielsen Media Research*, sering digunakan sebagai tolak ukur untuk penempatan iklan televisi, dan akibatnya, untuk harga (*rate*) yang dikenakan untuk pengiklan ke dalam waktu-waktu tertentu di dalam program televisi, atau waktu dalam satu hari

Untuk merealisasikan hal tersebut, maka perusahaan yang akan menggunakan jasa iklan atau *TVC* harus memilih sebuah perusahaan produksi televisi dan biro iklan dengan keahlian yang dituntut tersebut, dan juga adanya kinerja dari stasiun yang nantinya mampu menghasilkan siaran yang berkualitas untuk dikonsumsi *audiens* atau pemirsa.

Jauh sebelum penayangan *TVC* di stasiun televisi, iklan lebih luas lagi telah melakukan proses pembuatan atau produksi yang sangat panjang dari pra-produksi, produksi, sampai final tayang. *TVC* itu sendiri biasanya telah dikonsepsikan terlebih dahulu oleh Perusahaan produk maupun jasa yang pada akhirnya akan dieksekusi oleh Rumah Produksi iklan atau *Production House* yang dipilih melalui proses *Pitching* atau menang tender.

Rumah produksi atau biasa disebut "*Production house*" (*PH*) adalah perusahaan yang membuat rekaman video dan atau perusahaan pembuatan rekaman audio yang kegiatan utamanya membuat rekaman acara siaran, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk keperluan lembaga penyiaran.

Asisten produksi (*Producer Assistant*) atau biasa dikenal dengan istilah PA adalah salah satu jabatan di bawah kepemimpinan seorang produser. PA yang memegang tanggung jawab atas apa yang terjadi selama proses produksi berlangsung. Jadi secara garis besar dapat disimpulkan bahwa PA adalah orang yang bertugas membantu di dalam pelaksanaan proses produksi. PA yang bertanggung jawab agar kegiatan produksi iklan dapat berjalan dengan lancar.

Di dalam sebuah produksi *TVC*, asisten produksi atau PA tidak jarang hanya melakukan sebagian proses kerja dari setengah produksi tersebut. Bisa dikatakan bahwa asisten produksi sebagai penghubung atau mediator antara produser dengan *crew* atau tim produksi lainnya. Seorang asisten produksi memang harus dapat menghubungkan seluruh tim produksi yang meliputi semua

crew produksi, mulai dari *camera person*, *lighting*, *talent*, *wardrobe*, pembantu umum, dan *crew* pendukung lainnya. Oleh karena itu menjadi seorang asisten produksi harus mudah bergaul dengan *crew-crew* berbagai profesi, disiplin waktu, tegas terhadap *crew-crew* yang dapat menghambat jalannya program acara, teliti terhadap hal-hal detail di dalam persiapan, telaten, dan bisa membawa diri. Seorang PA memang berperan penting dalam proses produksi *TVC*, kinerja serta kualitas manjaemen yang baik terhadap semua *crew* mampu menghasilkan produksi iklan yang menarik dan menguntungkan produk yang diiklankan oleh stasium televisi tersebut.

Dengan pesatnya perkembangan periklanan serta kemajuan teknologi di bidang informasi dan manajemen akhirnya mendorong Rumah Produksi “*Growing Up Films*” dalam berkecimpung di dunia produksi periklanan. Penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di perusahaan *Growing Up Films* yang berlokasi di Jalan Brawijaya 1B No 88, Jakarta Selatan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Sesuai dengan judul laporan ini, tujuan utama dari kegiatan kerja magang yang dilakukan selama 2 (dua) bulan lebih di Rumah Produksi *Growing Up Films* adalah untuk mengetahui cara kerja atau praktik proses produksi iklan televisi atau *TVC* . Apabila dirincikan, tujuan dari kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui proses produksi *TVC* di Rumah Produksi *Growing Up Films*
2. Memahami fungsi dan struktur tiap divisi kerja di Rumah Produksi *Growing Up Films*.
3. Mengembangkan potensi dan kemampuan dalam praktik kerja lapangan serta menemukan solusi dalam menyelesaikan setiap permasalahan yang ditemukan.
4. Mengimplementasikan pengetahuan yang ada dalam praktik kerja di lapangan.
5. Memperoleh bekal serta pengalaman untuk dunia kerja nyata.

6. Untuk memenuhi persyaratan kelulusan bagi pihak Universitas Multimedia Nusantara.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Periode kegiatan kerja magang yang dilaksanakan yaitu kurang lebih selama 2 (dua) bulan, yang dimulai dari tanggal 1 Juli 2014 sampai dengan 5 September 2014. Sebelum melakukan praktik kerja magang, ada beberapa proses administrasi yang perlu dilakukan sesuai dengan kebijakan dari Universitas Multimedia Nusantara dan Rumah Produksi Growing Up Films.

Tanpa melakukan wawancara, penulis pun mulai melanjutkan untuk melakukan praktek kerja magang sesuai dengan waktu yang ditentukan. Setelah diterima magang di Rumah Produksi 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 1 Juli 2014 hingga 5 September 2014 bertempat di Rumah Produksi Growing Up Films. Setelah diterima kerja magang di Rumah Produksi 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.

