



### **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

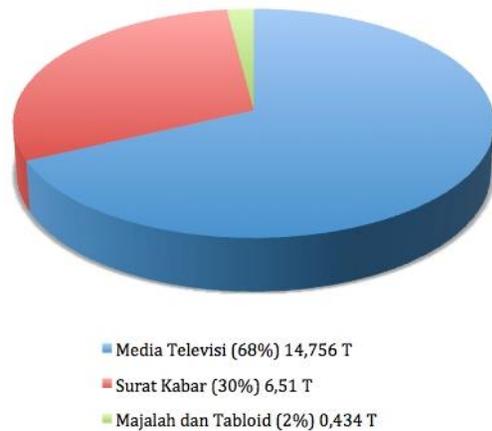
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Hampir semua industri media bergantung pada iklan. Iklan merupakan salah satu media yang digunakan dalam mempromosikan produk atau jasa kepada khalayak umum. Bovee (1992, h.7) mengungkapkan “iklan adalah komunikasi non personal informasi biasanya dibayar dan biasanya persuasif di alam tentang produk, jasa, atau ide oleh sponsor diidentifikasi melalui berbagai media.”

Media yang digunakan untuk iklan dapat melalui televisi, radio, internet, ataupun media cetak. Televisi merupakan salah satu media yang biasanya digunakan untuk memuat iklan pada setiap siaran televisi. Berikut data hasil penelitian menurut Nielsen.com mengenai belanja iklan tahun 2014:

**Persentase Belanja Iklan 2014**



Gambar 1.1 Persentase Belanja Iklan Tahun 2014

Total belanja iklan pada tahun 2014 berjumlah 27,6 triliun dengan media televisi mendominasi sebagian besar belanja iklan sebanyak 68% dengan nilai 14,7

triliun. Meskipun terbilang mahal, pemasangan iklan melalui media televisi termasuk cukup efektif dalam memasarkan produk ataupun jasa.

Pada dasarnya iklan memiliki cerita yang baik seperti layaknya film, hanya saja durasinya yang berbeda. Jefkins (1997, h.20) mengatakan “iklan dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian khalayak umum atau *target audience* nya.”

Iklan yang ditayangkan merupakan hasil kreatif yang diciptakan melalui suatu proses produksi. Pada setiap kali proses pembuatan iklan melibatkan pihak; *Client* yaitu pihak yang ingin mengiklankan produk, ide, atau jasanya, kemudian *Agency* yaitu sebagai perantara antara *client* dengan *production house* dan stasiun televisi, dan yang terakhir *Production House* atau bisa disebut sebagai eksekutor proses shooting iklan di lapangan.

*Client* menginginkan produk, ide, atau jasanya dipublikasikan dalam bentuk iklan, dalam hal ini *Client* menuju ke *Agency* untuk membuat ide kreatif, sedangkan *Production House* mengelola ide yang diberikan oleh *Agency* menjadi sebuah iklan yang layak untuk disiarkan pada setiap stasiun televisi.

Dalam *Production House* memiliki beberapa tahap dalam pembuatan sebuah iklan yang meliputi : tahap pra produksi yaitu mempersiapkan segala sesuatu sebelum *shooting* seperti pertemuan antar *client* dan *agency*, *casting*, dan perekrutan kru seperti sutradara dan produser, kemudian tahap produksi yaitu *shooting*, dan yang terakhir adalah pasca produksi yaitu proses editing hingga sampai ke stasiun televisi yang sebelumnya sudah mendapat surat lulus izin sensor.

Untuk memperdalam dan mengetahui proses pembuatan iklan, maka penulis melakukan praktek kerja magang di sebuah rumah produksi Growing Up Films sebuah rumah produksi yang melayani proses pembuatan iklan komersial, berlokasi di Jalan Brawijaya 1 B No. 88, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Dengan posisi sebagai asisten produksi, penulis bertanggungjawab atas keseluruhan produksi dari awal hingga produksi selesai (Facharuddin, 2012, h.458).

Praktek kerja magang yang dilakukan penulis merupakan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana komunikasi (S.I.KOM) dan mendapat pelajaran secara nyata melalui pengalaman kerja serta menerapkan ilmu yang telah didapatkan pada kondisi praktek yang sebenarnya.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Universitas Multimedia Nusantara mengadakan program kerja magang bagi mahasiswa tingkat akhir untuk dapat mengenal dunia kerja yang nantinya akan dihadapi setiap mahasiswa, termasuk penulis.

Program kerja magang ini juga secara tidak langsung memberikan pengetahuan lebih dari setiap produksi yang dilakukan yang tidak didapatkan saat di dalam proses belajar mengajar. Dalam hal ini yang mengharuskan penulis untuk:

1. Melakukan praktek kerja magang yang merupakan syarat kelulusan untuk menempuh S1.
2. Mengetahui jenis pekerjaan yang dilakukan berdasarkan posisi yang diterima sebagai asisten produksi.
3. Dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat pada saat proses belajar di kampus dengan situasi sesungguhnya seperti di lapangan.
4. Mengembangkan *soft skill* yang dimiliki pada saat praktek kerja magang.

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

Waktu yang ditempuh penulis dalam melakukan praktek kerja magang di rumah produksi Growing Up Films adalah selama dua bulan, terhitung mulai tanggal 1 Juli hingga 31 Agustus 2015.

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

Selama melakukan praktek kerja magang, penulis diharuskan untuk masuk setiap hari Senin hingga Jumat dari pukul 09.00 hingga pukul 18.00.

Jika terdapat jadwal *shooting* pada hari Sabtu atau Minggu, penulis juga diharuskan untuk hadir dan menjalankan tugas yang diberikan.

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

Prosedur pelaksanaan kerja magang didapat ketika mahasiswa sudah menyelesaikan minimal 110 SKS. Penulis yang sudah menyelesaikan 110 SKS memutuskan untuk mengambil mata kuliah internship di semester tujuh. Penulis mengambil dan mengisi formulir KM-01 dan KM-02 di bagian administrasi Universitas Multimedia Nusantara.

Surat pengantar kerja magang atau KM-02 penulis ajukan kepada pihak Growing Up Film beserta dengan CV yang dibuat. Kemudian penulis mendapatkan surat keterangan sebagai tanda diterima untuk melakukan praktek kerja magang di tempat tersebut pada tanggal 31 Juni.

Surat tersebut penulis berikan kepada pihak kampus untuk selanjutnya menerima form kartu kerja magang (KM-03), form kehadiran kerja magang yang diisi setiap harinya (KM-04), form laporan realisasi kerja magang yang diisi setiap minggu (KM-05), form penilaian kerja magang (KM-06), dan tanda terima penyerahan laporan kerja magang (KM-07).

Setelah penulis selesai melakukan praktik kerja magang sebagai asisten produksi di rumah produksi Growing Up Films, selanjutnya dibimbing langsung oleh Bapak Samiaji Bintang selaku dosen pembimbing laporan magang, yang menjelaskan tentang semua system penyusunan yang berlaku berdasarkan buku panduan magang, yang dilanjutkan dengan pertanggungjawaban dalam sidang laporan praktik kerja magang.