



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

Sebagai mahasiswa fakultas ilmu komunikasi, pelaksanaan praktik kerja lapangan atau magang sangatlah penting dengan tujuan agar mahasiswa dapat mempersiapkan diri untuk terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya. Melalui magang, mahasiswa bisa mendapatkan pengalaman kerja dan ilmu-ilmu praktis yang dapat dijadikan bekal yang sangat berharga di dunia kerja. Selain itu, mahasiswa juga dapat membandingkan atau menerapkan teori-teori yang telah diajarkan dengan pekerjaan yang dikerjakan selama menjalankan magang.

Salah satu industri media yang tengah tumbuh dan menarik untuk menjadi tempat magang adalah industri media audio visual. Menurut Wina Sanjaya (2010) media audio visual yaitu jenis media yang selain mengandung unsur suara juga mengandung unsur gambar yang bisa dilihat, misalnya rekaman video, film, slide suara, dan lain sebagainya. Kemampuan media ini dianggap lebih baik dan menarik. Media audio visual terdiri atas audio visual diam, yaitu media yang menampilkan suara dan gambar diam seperti film bingkai suara (*soundslide*), film rangkai suara, dan audio visual gerak, yaitu media yang dapat menampilkan unsur suara dan gambar yang bergerak seperti film suara dan video *cassette*. Dilihat dari segi keadaannya, media audio visual dibagi menjadi audio visual murni yaitu unsur suara maupun unsur gambar berasal dari suatu sumber seperti film audio *cassette*. Sedangkan audio visual tidak murni yaitu unsur suara dan gambarnya berasal dari sumber yang berbeda, misalnya film bingkai suara yang unsur gambarnya bersumber dari *slide* proyektor dan unsur suaranya berasal dari *tape recorder*.

Industri media audio visual yang dimaksud disini adalah film atau video. Video sebenarnya berasal dari bahasa Latin, *video-vidi-visum* yang artinya melihat (mempunyai daya penglihatan); dapat melihat (K. Prent dkk., Kamus Latin-Indonesia, 1969: 926). Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995: 1119) mengartikan video dengan: 1) bagian yang memancarkan gambar pada pesawat televisi; 2) rekaman gambar hidup untuk ditayangkan

pada pesawat televisi. Senada dengan itu, Peter Salim dalam *The Contemporary English-Indonesian Dictionary* (1996:2230) memaknainya dengan sesuatu yang berkenaan dengan penerimaan dan pemancaran gambar. Tidak jauh berbeda dengan dua definisi tersebut, Smaldino (2008: 374) mengartikannya dengan “*The storage of visuals and their display on television-type screen*” (penyimpanan/perekaman gambar dan penayangannya pada layar televisi). Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa video itu berkenaan dengan apa yang dapat dilihat, utamanya adalah gambar hidup (bergerak; motion), proses perekamannya, dan penayangannya yang tentunya melibatkan teknologi.

Azhar Arsyad (2002) menyatakan film atau gambar hidup merupakan gambar-gambar dalam *frame* dimana *frame* demi *frame* diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar itu hidup. Film bergerak dengan cepat dan bergantian sehingga memberikan visual yang *continue*. Sama halnya dengan film, video dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Kemampuan film dan video melukiskan gambar hidup dan suara memberinya daya tarik sendiri. Kedua jenis media ini pada umumnya digunakan untuk tujuan-tujuan hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Mereka dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu dan mempengaruhi sikap.

Salah satu fakta yang mendorong tumbuhnya industri audio visual khususnya video adalah meningkatkan pemanfaatan video untuk menyampaikan berbagai komunikasi organisasi. Salah satu nya dengan memanfaatkan video sebagai alat komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi (Pace & Faules, 2001: 31-33).

Untuk menjawab tren tersebut, Kompas Gramedia Group of Magazine kini telah membuat divisi Idealogy yang terdiri dari Gramedia Digital, ACT, Cre8, dan juga VIP Production House tempat penulis melakukan praktik kerja. Divisi Idealogy merupakan salah satu perpanjangan bisnis Kompas Gramedia Group of Magazine. Dengan lebih dari 50 tahun mengelola media brands yang berinteraksi dengan pasar Indonesia, maka Divisi Idealogy yang dikepalai oleh Diesta Octaviansyah menawarkan keahlian dalam *activising organation*, *custom publishing*, *video content development* dan *digital media content* kepada perusahaan

lain yang bekerjasama. Gramedia Digital bergerak di dalam *Web Editorial, Visual & Design Concept Development, Web Design & Programming, Content Provision & Management*, dan *Digital Marketing Services*. ACT bergerak dibidang *Concept Development, Show Management, Research Evaluation, Creative Designs, Event Production*. Cre8 bergerak dibidang *Editorial, Visual & Design Concept Development, Full in house Production, Extensive Content & Media Resources*, dan *One Stop Printing & Distribution Services*. VIP Production House tempat penulis melakukan praktik kerja menawarkan *Web Video Content, Video Presentation, Video Documentation*, dan *TV Programs*. Salah satu hal yang penting dalam proses video adalah proses kreatif dimana peran tim kreatif sangat dibutuhkan. Peran tim kreatif secara luas adalah bersama eksekutif produser untuk mendesain suatu program/produksi acara yang menarik dan berbeda dari tayangan yang ada di stasiun TV lain (Franciscus T Lamintang, 2013:48). Dalam pembuatan video pun, tugas seorang tim kreatif tidak jauh berbeda yaitu dengan mendesain video dengan gaya simpel, singkat dan menarik.

Sebagai mahasiswa komunikasi Universitas Multimedia Nusantara untuk mengetahui dan memiliki *skill* yang berkaitan dengan proses kreatif dalam produksi video. Salah satu cara untuk mengetahui dan memiliki *skill* dibidang proses kreatif produksi video adalah dengan mengikuti kegiatan Magang. Di Universitas Multimedia Nusantara, kegiatan Magang menjadi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar S-1. Karena dengan melakukan kegiatan Magang, mahasiswa dituntut untuk terjun langsung di dunia kerja dan menerapkan ilmu-ilmu yang sudah mahasiswa dapatkan selama masa perkuliahan.

Magang yang merupakan mata kuliah wajib untuk mahasiswa dengan bobot 4 (empat) SKS. Setiap mahasiswa yang melaksanakan magang wajib melakukan praktik kerja minimal 40 hari kerja di perusahaan terkait dengan ilmu komunikasi atau jurusan peminatan yang mahasiswi pilih di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Setelah melaksanakan praktik kerja, mahasiswa juga diwajibkan untuk membuat laporan magang yang berisi penjelasan tentang pekerjaan di perusahaan tempat mahasiswa melakukan praktik kerja dan kemudian mengaitkan dengan teori-teori yang telah didapatkan selama perkuliahan.

Untuk memenuhi mata kuliah magang, penulis melakukan praktik kerja di rumah produksi bernama VIP Production House yang merupakan anak perusahaan dari Kompas Gramedia Group of Magazine. Melalui kegiatan magang, penulis berharap dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam proses kreatif produksi video. Banyak

yang belum mengetahui bahwa Kompas Gramedia Group of Magazine telah melebarkan sayapnya ke bidang digital untuk mengikuti perkembangan zaman karena hampir seluruh aktivitas masyarakat tidak terlepas dari dunia digital. Bidang digital yang dimaksud adalah membuat video apapun yang semula berbentuk cerita media cetak menjadi sebuah tayangan *video filler* atau program TV.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan pelaksanaan magang yang telah dijalankan penulis di VIP Production House Kompas Gramedia antara lain sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S-1 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan untuk memenuhi mata kuliah Magang yang telah diatur oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Melalui magang di Kompas Gramedia penulis mempelajari:

1. Sistem kerja tim kreatif dalam proses pra produksi, produksi hingga pasca produksi dalam pembuatan suatu video viral dan proses sebelum wawancara hingga pada saat wawancara serta proses komunikasi di VIP Production House Kompas Gramedia.
2. Penulis juga memiliki kesempatan untuk mempraktikkan ilmu-ilmu yang sudah penulis dapatkan selama masa perkuliahan ke dalam tugas-tugas yang diberikan selama pelaksanaan magang dan sekaligus menambah pengetahuan dan pengalaman penulis di dalam dunia komunikasi serta menambah teman dari berbagai bidang dan profesi.
3. Selain menambah pengetahuan akan peran tim kreatif dalam pembuatan video, kerja praktik Magang magang diharapkan menambah keterampilan penulis sebagai tim kreatif serta membangun karakter penulis di dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Magang di Kompas Gramedia Group of Magazine

Penulis menjalani praktik kerja magang di VIP Production House divisi Ideology Kompas Gramedia Group of Magazine selama 40 hari kerja terhitung sejak 1 Juli 2015 sampai dengan 10 September 2015. Dalam satu hari kerja, umumnya penulis melaksanakan praktik kerja selama tujuh jam, dimulai pukul 10:00 hingga 17:00. Namun, waktu kerja penulis dapat berubah-ubah tergantung tugas yang diberikan.

1.3.2 Prosedur pelaksanaan Magang

Sebelum melakukan kerja magang, penulis harus mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang (Form KM-01) sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang ditujukan kepada perusahaan yang dimaksud yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi dan formulir KM-01 dan formulir KM-02 yang diperoleh dari program studi. Setelah itu penulis mengirimkan surat lamaran lengkap kepada lembaga atau instansi tempat Kerja Magang yang dilampiri dengan surat pengantar magang.

Penulis baru bisa melakukan Kerja Magang setelah mendapatkan surat balasan bahwa penulis diterima Kerja Magang pada instansi atau lembaga yang ditujukan. Apabila penulis sudah memenuhi semua persyaratan kerja magang, penulis akan memperoleh: Kartu Kerja Magang, Formulir Kehadiran Kerja Magang dan Formulir Laporan Penilaian Kerja Magang.

1.3.3 Tempat Pelaksanaan Magang

Tempat pelaksanaan penulis di :

VIP Production House, Kompas Gramedia Group of Magazine
Gedung Kompas Gramedia Unit II Lantai 3
Jl. Panjang no 8A, Kebun Jeruk, Jakarta Barat 11530

UMMN