



### **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**

Komunikasi antar umat manusia telah dimulai sejak jaman dahulu kala, perkembangannya sampai pada saat ini dapat dikatakan pesat, apalagi bila dilihat perkembangan teknologi komunikasi. Terdapat beragam definisi komunikasi menurut para ahli, antara lain adalah:

Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak), (Hovland dan Kelley, 1953).

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain (Berelson dan Steiner, 1964).

Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi dilakukan dari satu individu ke seorang individu lain atau lebih, mengandung pesan, membutuhkan media, memiliki tujuan, dan memberi dampak bagi penerimanya. Media sangat berperan aktif, terutama sebagai alat pengontrol dalam komunikasi. Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media memproduksi dan menyalurkan pesan-pesan ke publik dan

proses yang luas di mana pesan dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh khalayak (Heru, 2005:54).

Disebut komunikasi massa apabila berdampak luas, seperti Menurut Gerbner (1967), komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat. Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, terdapat banyak media yang tersedia bagi praktik komunikasi massa. Mulai dari ditemukannya surat kabar, radio, televisi, dan yang paling luas jangkauannya yaitu internet. Tiap individu mencari informasi yang dibutuhkan dengan memilih media yang mengandung informasi yang dicari tersebut. Menjadi dasar media sebagai penyaring informasi yang dibagikan bagi masyarakat, hal ini merupakan hal yang penting karena media memberikan dampak yang sangat besar bagi masyarakat. Namun pada praktiknya banyak informasi berlebihan yang tidak disaring, bahkan informasi dapat dikurangi atau dilebih-lebihkan sesuai dengan kebutuhan kantor beritanya untuk kepentingan profit ekonomi atau politik. Agenda media yang telah terpengaruhi itu menjadi berubah, bukan sebagai perantara lagi, pada poin ini jurnalis sesungguhnya diuji.

Bentuk komunikasi massa yang dilakukan penulis saat praktik kerja magang adalah persuasi pesan melalui iklan dan penyampaian gagasan, emosi, atau apresiasi seni melalui video klip musik.

Rumah produksi adalah suatu organisasi atau wadah untuk menampung minat dan bakat di bidang audio visual dalam dunia perfilman

dan televisi (gambar bergerak). Sekumpulan orang bekerja sama membentuk badan usaha terstruktur yang melakukan kegiatan memproduksi video sebagai produk, yang nantinya digunakan untuk berbagai kepentingan, demi menghasilkan profit dan kepuasan pelanggan akan rumah produksi tersebut. Rumah produksi memiliki struktur yang dinamis, yaitu hanya beberapa pekerja tetap yang ada dalam satu rumah produksi walau pun dalam suatu produksi membutuhkan banyak orang, sisanya adalah pekerja lepas yang direkrut sesuai dengan bidangnya berdasarkan pada kebutuhan tiap produksi.

Produk dari rumah produksi antara lain adalah film layar lebar, film dokumenter, film semi dokumenter, film instruksional, film *company profile*, sinetron, iklan layanan masyarakat, iklan komersil, video klip dan jasa kreatif. Di ibukota Jakarta ini ada banyak rumah produksi yang beroperasi, ada bermacam-macam rumah produksi, ada yang memproduksi film, iklan, atau pun sinetron. Biasanya satu rumah produksi memiliki spesialisasi produk yang dihasilkan. Dalam hal ini penulis melakukan praktik magang di suatu rumah produksi yang menghasilkan iklan dan video klip musik.

Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi massa dengan maksud memberikan informasi atau mempengaruhi pemirsa. Menurut Rhenald Kasali, iklan adalah: Segala bentuk pesan tentang suatu produk dan jasa yang disampaikan lewat media dan dibiayai oleh perusahaan yang dikenal serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat. Iklan memiliki bentuk yang mengikuti medianya, contohnya pada surat kabar iklan berbentuk gambar atau tulisan grafis, pada radio iklan dalam bentuk rekaman suara, dan

yang paling besar pengaruhnya adalah iklan audio visual. Iklan jenis inilah yang dihasilkan di rumah produksi.

Video klip musik sebagai salah satu bentuk komunikasi massa selain dari lagunya sendiri, video menggambarkan lebih jelas pesan yang ingin disampaikan oleh lagu tersebut. Sesuai dengan pengertian komunikasi menurut (Berelson dan Staine, 1964) diatas, komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain, melalui penggunaan symbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka dan lain-lain. Video klip adalah kumpulan potongan-potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu dan disesuaikan berdasarkan ketukan-ketukan pada irama lagu, nada, lirik, instrumennya dan penampilan penyanyi, band, kelompok musik untuk mengenalkan dan memasarkan produk (lagu) agar masyarakat dapat mengenal yang selanjutnya membeli kaset, CD, DVD.

Terdapat tiga tahapan dalam proses produksi di suatu rumah produksi, yaitu *pre-production*, *production*, dan *post-production*. *Pre-production*, yang dilakukan dalam tahap pertama ini adalah penjadwalan proses produksi, penentuan lokasi syuting, *budgeting*, perekrutan kru syuting, pencarian talent atau *casting*, peminjaman alat dan sebagainya. *Production*, yaitu hari dimana syuting atau pengambilan gambar dilakukan. *Post-production*, tahapan terakhir dilakukan editing hasil pengambilan gambar disusun menjadi satu sampai menjadi satu video audio visual yang utuh dalam proses editing.

Dengan tiga tahapan tersebut iklan dan video klip di produksi di rumah produksi Guava Production Jakarta. Prosesnya yang tidak mudah,

terstruktur, dan dinamis membuat penulis tertarik untuk bekerja di rumah produksi untuk kedepannya. Maka dari itu penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di Guava Production Jakarta. Berbekal pelajaran yang didapat di kampus dalam kelas 'Videografi' dan 'Produksi dan Pasca Produksi', penulis mempraktikkan apa yang diajarkan secara langsung di lapangan.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Kerja magang ini memiliki maksud dan tujuan:

1. Mengaplikasikan ilmu jurnalistik yang telah diterima selama tujuh semester di Universitas Multimedia Nusantara. Sehingga tidak hanya sekedar belajar teori saja, tetapi juga dapat menerapkannya dalam dunia kerja.
2. Melengkapi teori yang diterima selama bangku kuliah dengan pengalaman yang didapatkan selama kerja magang supaya keterampilan yang dimiliki semakin meningkat.
3. Mengenal dunia kerja terlebih dahulu dan mengetahui apa saja yang diperlukan dalam dunia kerja sebelum benar-benar terjun dalam dunia kerja. Keuntungannya adalah kita akan lebih cepat beradaptasi dengan lingkungan kerja ketika sudah terjun dalam dunia kerja.

4. Sebagai perbandingan antara ilmu yang di dapat dalam perkuliahan dengan praktik dalam dunia kerja sesungguhnya. Dan memberikan realita antara teori dan praktek.
5. Sebagai syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara untuk mengambil mata kuliah kerja magang

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

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

Pelaksanaan praktik kerja magang dilakukan selama tiga bulan, sejak tanggal 7 Oktober 2013 sampai dengan 7 Januari 2014. Selama bekerja penulis tidak diwajibkan datang ke kantor setiap hari kecuali pada masa produksi. Waktu datang dan pulang dari kantor tidak menentu tergantung dari pekerjaan yang dilakukan. Ada masa dimana penulis sampai menginap di kantor bersama dengan rekan yang lain untuk keperluan syuting besoknya. Ada lagi dimana penulis harus bekerja di hari sabtu dan minggu, namun di waktu lain penulis juga sempat mengalami empat hari tidak diwajibkan ke kantor. Pada saat produksi atau syuting, waktu kerja ditentukan oleh *call sheet*, yaitu jadwal produksi hari itu dan daftar pengambilan gambar.

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

Sebelum mengambil mata kuliah praktik kerja magang penulis diwajibkan memenuhi persyaratan dari kampus, yaitu mencukupi jumlah sks

yang disyaratkan. Setelah mengambil mata kuliah praktik kerja magang penulis mulai mencari tempat kerja magang sendiri dengan membuat *Curriculum Vitae*, surat pelamaran kerja, serta surat keterangan dari kampus untuk melakukan praktik kerja magang. Bulan-bulan pertama penulis sempat merasakan susahnya mendapatkan tempat magang yang diinginkan. Timbul dilemma antara melakukan kerja magang di kantor yang telah memiliki nama yang baik atau di kantor yang masih merintis dari awal. Antara melakukan kerja magang secepatnya atau menunggu kabar dari kantor yang penulis inginkan.

Sampai akhirnya mendapatkan berita bahwa Guava Production Jakarta menerima kerja magang, penulis langsung mengirimkan CV beserta surat-surat yang diperlukan via email. Keesokan harinya penulis langsung diminta datang ke kantor untuk melakukan wawancara. Proses wawancara langsung oleh Tessa Antonis selaku produser, dan langsung diperkenalkan dengan Luthfie Abdulah selaku sutradara dan pemilik dari Guava Production Jakarta. Penulis diberikan penjelasan mengenai sistim kerja di kantor, pekerjaan yang akan penulis lakukan, dan diperkenalkan dengan seorang mahasiswa yang juga melakukan praktik kerja magang sebagai editor dari Universitas Trisakti. Terhitung hari itu, Senin, 7 Oktober 2013, penulis langsung diminta mulai bekerja.

Pada hari pertama bekerja penulis mengenal hampir semua pekerja tetap di kantor, produser, sutradara, editor, kurang seorang lagi yaitu asisten sutradara yang penulis temui hari berikutnya. Hari pertama penulis

mendapatkan penjelasan mengenai proyek yang akan diproduksi dalam waktu dekat, dan proyek-proyek lain yang akan di produksi. Penjelasan selesai, penulis langsung diberikan sejumlah nomor telfon kru mulai dari *gafter*, *grip*, *stylist*, *makeup artist*, *talent management*, unit, dan lain-lain. Setelah menyimpan sejumlah nomor, penulis mulai menghubungi nomor-nomor tersebut dan melakukan perekrutan untuk produksi yang akan datang.

Setelah magang selesai penulis melakukan konsultasi kepada bapak Lilik selaku dosen pembimbing untuk membuat laporan magang. Selama beberapa minggu penulis menyelesaikan laporan magang, dan kemudian menyerahkan laporan kerja magang ke kantor. Laporan yang telah disetujui oleh pembimbing lapangan dan dosen pembimbing kemudian dipresentasikan dalam ujian praktik kerja magang.

UMMN