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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Promosi menjadi kebutuhan yang sangat penting dan dibutuhkan semua orang di dalam dunia bisnis. Dalam perkembangannya, media promosi bukan lagi lewat media cetak seperti brosur dan juga *banner*, melainkan melalui video. Video menjadi media promosi dikarenakan di era modern banyak yang memakai media sosial untuk keperluan bisnis. Media sosial berperan besar dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Semakin berkembangnya media sosial, semakin memudahkan juga dalam melakukan promosi di dunia. Instagram menjadi sarana promosi di era modern selain lewat media cetak.

Video yang berdurasi satu menit di dalam Instagram juga menjadi sarana untuk mempromosikan bisnis beberpa orang penggunanya. Video sebagai salah satu sarana yang dapat dilihat dan dinikmati secara audio visual yang bersamaan. Sehingga Instagram memiliki daya tarik yang sangat bagus dan memberi dampak positif bagi promosi melalui media sosial.

May-May Salon dimiliki oleh tiga orang kakak beradik yaitu Mei-Mei Tanie, Lily Tanie dan Yayang Tanie pada 31 Mei 1976. Saat usia remaja Ibu Mei, Ibu Lily dan Ibu Yayang Tanie telah memiliki bakat meneruskan usaha salon yang dirintis oleh Ibunda tercinta sejak tahun 1972. Empat puluh tahun sudah berlalu May-May Salon memunculkan dirinya dibidang make-up, bridal dan salon. Awal mulanya kakak beradik ini memulai karirnya di garasi rumahnya. Beberapa artis, blogger dan model ternama ikut serta dalam pemotretan promosi yang May-May Salon adakan. Bisa dibilang May-May Salon tergolong mahal diharga pasaran, namun May-May Salon memberikan pelayana yang maksimal kepada setiap tamunya. May-May Salon berkerja sama dengan beberapa merk ternama seperti L'Oréal, Kérastase dan Repit dalam bidang *makeup*. Dalam bidang *Bridal*, May-May Salon juga bekerja sama dengan beberapa *bridal* ternama seperti Saison-Blanche, Eden Bridal dan Royal Brides. Selain itu May-May Salon juga membuka

Peranan editor dalam..., Jovanka Yehova, FSD UMN, 2017

online shop dan juga menyediakan *Event/Organizer* untuk pengantin yang membutuhkan foto & video.

Penulis di May-May Salon menjadi seorang editor. Penulis berminat magang di May-May Salon karena ingin mengetahui cara promosi untuk bisnis seperti salon. Berhubungan dengan adanya mata kuliah *coorporate video*, penulis semakin yakin bahwa *cinematographer* bukan hanya untuk membuat film tetapi juga dapat melakukan promosi melalui bidang ini. Pada kesempatan magang ini, penulis mencari ilmu yang penulis tidak ketahui dibidang promosi. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dilaksanakannya kerja magang adalah bertujuan untuk:

1) Mencari pengalaman dalam bidang editor untuk promosi.
2) Untuk melatih diri dalam dunia kerja yang sebenarnya.
3) Untuk mendalami bidang editor dalam kontek dan konten.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam kerja magang penulis mendapat kesempatan untuk melakukan magang di May-May Salon. Penulis melaksanakan magang selama empat bulan, terhitung mulai 19 Oktober 2016 sampai 7 Februari 2017. Selama menjalani kerja magang penulis bergabung pada divisi promosi media sosial, dalam bidang editor.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA