



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

Ada berbagai macam hiburan di dunia. Ada film, kartun, komik, *Television (TV) show*, dan lain lain. Menurut pendapat pribadi penulis, iklan adalah jalan yang paling cepat (kebanyakan iklan tidak lebih dari 60 detik) dalam membuat orang terhibur. Penulis memilih untuk magang di *advertising* karena penulis ingin belajar cara membuat iklan yang menghibur, karena menurut penulis hal itulah tujuan utama iklan.

Selain itu, dengan magang di *advertising*, penulis dapat belajar mengenai *branding*. Penulis ingin belajar bagaimana taktik sebuah *brand* dalam menggerakkan khalayak untuk memilih *brand* tersebut ketimbang *brand* lain sejenis. Menurut penulis, memilih sebuah *brand* ketimbang *brand* lain adalah suatu bentuk “penyembahan” terhadap *brand* tersebut. Penulis ingin mencari tahu ciri pembeda *brand* A dan B yang sejenis yang membuat orang menyembah *brand* A ketimbang B. Salah satu jalan yang dapat ditempuh *brand* dalam membuat orang menyembahnya adalah melalui iklan. Dalam iklan tercermin sifat dan karakteristik *brand* yang merupakan salah satu bentuk dari ciri pembeda.

Penulis memilih Leo Burnett karena Leo Burnett adalah salah satu agensi iklan multinasional yang sudah memiliki reputasi. Penulis yakin bisa mendapat segudang ilmu bila magang di sana.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan magang penulis adalah:

1. Untuk memenuhi kewajiban mata kuliah magang dari kampus
2. Untuk belajar *hard skill* maupun *soft skill*
3. Untuk belajar bagaimana cara menghibur melalui media iklan yang benar
4. Untuk belajar mengenai *branding* yang bisa membuat khalayak menyembah sebuah *brand*/merek.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis telah melamar ke *production house* iklan D, *animation house* A, *production house* web video P, penerbit K, beberapa agensi iklan multinasional tapi tidak ada yang diterima. Saat penulis pulang dari salah satu agensi multinasional, di jalan penulis melihat logo Leo Burnett. Penulis samar-samar mengingat bahwa Leo Burnett adalah agensi iklan multinasional juga. Penulis kemudian mencari kontak Leo Burnett di *web* kemudian mengirim *email* dan portfolio kepada 2 orang; HRD dan Bahari Chandra. Bahari menanggapi email penulis dan menyuruh penulis menulis alasan mengapa ingin magang di Leo Burnett. Setelah 2 minggu tidak ada tanggapan, penulis meng-*email* lagi Bahari dan kemudian ia mengundang penulis untuk *interview*.

Saat *interview* tidak ada proses *skill test*, penulis hanya memberikan jawaban ingin belajar saat ditanya tujuan magang oleh Bahari. Waktu penulis ditanya oleh Bahari mau mulai kapan, penulis menjawab kapan saja. Bahari kemudian menantang untuk mulai magang saat itu juga. Penulis mengiyakan. Namun pihak HRD menyuruh penulis untuk istirahat dulu dan memulai magang hari selanjutnya saja.

Bahari ternyata adalah *group head* dari tim kreatif *brand* Samsung. Penulis kemudian mengurus rangkaian KM di kampus sembari magang sebagai *creative* di tim Samsung di Leo Burnett Indonesia mulai dari 16 Maret 2017 – 2 Juni 2017.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A