

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi massa menurut Biagi (2016) adalah sebuah komunikasi antara seseorang atau sekelompok orang yang disebarkan ke banyak orang melalui sebuah medium (hlm. 5). Beliau juga membagi komunikasi massa tersebut menjadi delapan: buku, koran, majalah, rekaman, radio, film, televisi, dan internet. Weddingku masuk ke dalam dua kategori komunikasi massa yang dijelaskan oleh Biagi (2016), yaitu majalah dan internet (hlm. 7 dan 9). Walau pun sekarang sudah tidak memproduksi majalah, namun hal tersebut menjadi salah satu hal yang membuat nama Weddingku muncul di dunia media serta menunjukkan bahwa Weddingku bertumbuh mengikuti zaman.

Sejak pertumbuhan internet pesat, Weddingku mulai beralih ke internet dan menggunakan *website* beserta media sosial. Sesuai dengan tulisan Biagi (2016), internet adalah medium baru yang menggantikan media secara tradisional (hlm. 9). *Website* yang dimiliki oleh Weddingku memberikan informasi – informasi mengenai pernikahan, begitu pula dengan media sosial mereka. Weddingku mampu menjangkau banyak *customer* hanya melalui dua hal tersebut.

Media sosial sendiri adalah sebuah fasilitas *online* yang menghubungkan dua orang atau untuk membagikan konten (Zimmerman dan Shalin, 2010). Weddingku menggunakan fasilitas tersebut untuk memberikan informasi dan juga mempromosikan beberapa vendor yang sudah menjadi anggota mereka beserta memberi informasi mengenai beberapa acara yang ada, khususnya di Jakarta. Dikarenakan alasan tersebut, maka penulis ingin magang di Weddingku. Tidak hanya menambah pengalaman namun juga menambah keahlian dalam memanfaatkan internet sebagai medium untuk berbisnis.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Selama tiga bulan, penulis menjalankan magang di PT Menaravisi Mediatama atau lebih dikenal dengan Weddingku dengan tujuan untuk memperkenalkan diri dengan dunia kerja yang sebelumnya tidak pernah ditemui saat kuliah di Universitas Multimedia Nusantara.

Maksud lain dari penulis dalam menjalankan magang ini adalah untuk menambah wawasan dan keahlian yang sudah penulis pelajari dari Universitas Multimedia Nusantara, seperti *video editing* beserta pembuatan *moodboard*.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang penulis di PT. Menaravisi Mediatama (Weddingku) dimulai sejak tanggal 1 Agustus 2019 sampai 31 Oktober 2019. Magang dilakukan dari hari Senin sampai Jumat dimulai dari jam 10.00 sampai 18.00, namun jika ada acara dan penulis harus meliput, maka bisa sampai pukul 21.00 atau lebih serta jika ada pameran yang diadakan Weddingku, maka penulis bisa mulai lebih awal dan pulang lebih malam.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah meminta KM 1 terlebih dahulu kepada admin FSD di Universitas Multimedia Nusantara. Kemudian penulis mendengar dari kenalan bahwa Weddingku membuka lowongan untuk magang, sehingga penulis mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*) beserta KM 1 kepada pihak Weddingku. Tak lama kemudian, penulis bertemu dengan pihak Weddingku dan penulis diterima serta dapat mulai kerja magang di Bulan Agustus 2019. Setelah mendapatkan surat diterima, penulis membawanya kepada admin FSD serta BAAK, kemudian meminta KM 3 sampai KM 7.

Pada awal masuk magang, penulis diberi tugas untuk membuat *moodboard* untuk pameran yang akan diadakan pada bulan November 2019. Pertama, penulis ditugaskan untuk mencari tema yang sesuai untuk pameran *Wedding Celebration Festival 2019* yang akan diadakan pada Bulan November 2019. Pada awalnya

penulis agak kesusahan dalam mencari tema yang tepat. Beberapa kali penulis berkonsultasi dengan Kak Jessica, orang yang biasanya mengurus *moodboard* pameran, namun belum juga menemukan tema yang sesuai dengan keinginan *Brand Communication Manager*. Akhirnya setelah dibantu oleh Kak Jessica dan diberi arahan lebih lagi, maka ditemukanlah tema yang tepat, yaitu pewarnaan yang sesuai dengan *pantone of the year, Living Coral*. Setelah mendalami lebih lagi, maka ditentukanlah nama tema yang tepat, yaitu *Romantic Blossom*.

Setelah tema ditemukan, mulailah penulis menyusun *moodboard*. Dimulai dari mencari *color palette* yang ada, kemudian mencari bagaimana pose foto yang akan dilakukan untuk promosi pameran, kemudian baru mencari pakaian yang akan digunakan oleh model saat *photoshoot*. Terakhir baru mencari bagaimana dekorasi yang akan dipakai saat pameran pada Bulan November 2019. Pencarian tersebut dibantu oleh Kak Jessica dan penggambaran Kak Lizzie, *Brand Communication Manager*, yang sudah beliau pikirkan sebelumnya.

Setelah pembuatan *moodboard* disetujui dan direvisi, maka penulis diberi tugas lain untuk membuat video yang menjelaskan isi dari sebuah artikel secara singkat. Penulis ditugaskan untuk membuat video tersebut setiap hari satu video. Beberapa kali pula penulis diajak untuk meliput, seperti pada acara JFFF 2019 (*Jakarta Fashion and Food Festival*). Penulis juga ditugaskan untuk membuat sebuah *motion graphic* untuk promosi pameran Weddingku pada Bulan November ini, yaitu *Wedding Celebration Festival* atau jika disingkat menjadi WCF.