

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Melalui pesatnya perkembangan digital, media iklan berupa audio visual tidak hanya tayang di layar kaca. Video iklan bisa hadir di berbagai layar, baik itu telepon seluler, layar yang dibuat seperti *billboard* pada perempatan, mobil *box* yang di desain untuk menjadi layar berjalan, serta dinding-dinding gedung kantor yang ditempel dengan layar. Iklan merupakan faktor penting yang diperlukan setiap jasa, produk mau pun perorangan sebagai media promosi. Pembuatan iklan dapat menjadi sangat menarik dan kompleks untuk menghasilkan karya yang terkadang hasilnya tidak lebih dari satu menit.

Di masa kuliah, penulis telah mencari pengalaman sebagai penulis skenario dan produser dalam produksi film pendek, iklan serta dokumenter. Dan selama perjalanan tersebut, penulis akhirnya menemukan bahwa penulis lebih tertarik berada di posisi produser atau tim produksi. Dan setelah mengambil tugas akhir *corporate video*, penulis memahami bahwa penulis tertarik dalam memproduksi iklan berbentuk audio visual. Penulis memutuskan untuk menekuni bidang produksi dan ingin memperluas koneksi melalui proses magang. Maka dari itu, penulis mencari tempat magang yang memerlukan *production assistant* dalam produksi iklan.

Selama pandemi, penulis berselancar di *Instagram* untuk mencari rumah produksi iklan yang ada di Indonesia, terutama Jakarta. Penulis menemukan bahwa terdapat lebih dari 80 rumah produksi iklan di Indonesia. Untuk keperluan magang, penulis menentukan 10 prioritas rumah produksi yang ingin penulis tempati. Penulis akhirnya memutuskan untuk mengirim pesan surel ke 5 rumah produksi yang paling diprioritaskan. Penulis mengirim pesan surel ke Syndicate TV, Lynx Films, Seven Plus Creative, KOKAKO, dan Milkyway Studio. Penulis akhirnya dikontak kembali oleh KOKAKO dan mulai menjalani proses magang pada 18 Januari 2021 sebagai *production assistant*.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis merasa magang merupakan hal yang penting bagi mahasiswa yang akan terjun ke dunia profesional. Ada pula maksud dan tujuan kerja magang untuk penulis, yaitu:

1. Menambah wawasan mengenai industri iklan profesional.
2. Memahami struktur dan tanggung jawab setiap jabatan pada produksi iklan.
3. Mengetahui proses produksi iklan.
4. Menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari selama masa kuliah.
5. Membangun jaringan dengan pekerja iklan profesional.
6. Mempelajari itikad kerja dan profesionalitas di industri iklan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan kerja magang, penulis sebelumnya telah mengikuti rumah produksi KOKAKO melalui Instagram, sehingga penulis memahami proyek iklan dari *brand-brand* ternama yang KOKAKO pernah kerjakan. Untuk memenuhi syarat universitas, penulis melakukan kerja magang sebanyak 320 jam atau selama 2 bulan. Penulis melakukan kerja magang yang dimulai sejak tanggal 18 Januari 2021 dan selesai pada 31 Maret 2021. Selama proses pelaksanaan magang, penulis terlibat paling banyak pada proyek BCA Imlek Bagi-Bagi dan Traveloka Carey Project. Ada pula proyek dimana penulis dilibatkan namun tidak secara keseluruhan yaitu pada proyek Vidio, Traveloka Mulyani Project, Traveloka Fiesta, Unilever, dan AIA.

Pada proses magang ini, ada pula waktu kerja kantor, yang dilakukan pada hari senin hingga jumat dimulai dari jam 10.00 hingga 18.00. Namun pada saat kegiatan produksi sedang berlangsung, tidak menutup kemungkinan waktu kerja berada di luar hari dan waktu tersebut. Sebagai mahasiswa magang, penulis mendapat kompensasi transportasi per harinya. Dan pada saat produksi berjalan, penulis juga mendapatkan konsumsi dari rumah produksi di tahap praproduksi. Di hari produksi, transportasi dan konsumsi juga disiapkan dari rumah produksi KOKAKO.