

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah teknologi mengalami perkembangan yang sangat cepat baik di dunia internasional ataupun lokal. Perkembangan yang sangat terlihat adalah dalam dunia digital. Perubahan perilaku dan sikap seseorang juga dapat berubah dengan adanya perkembangan media sosial. Saat pandemi *covid-19* tentunya interaksi setiap orang dengan dunia digital atau dunia maya sangat meningkat. Dalam media sosial terdapat sebuah iklan ataupun konten berbentuk promosi dari suatu *brand* perusahaan. Setiap konten atau iklan tersebut mempunyai tujuannya masing-masing yaitu menarik perhatian konsumen, menaikkan popularitas dari sebuah *brand* produk atau bahkan sekedar menghibur penontonnya saja.

Iklan adalah berbagai pesan yang memiliki unsur teks atau tulisan, seni, foto-foto, slogan, judul dan elemen-elemen lain yang dikembangkan untuk kepentingan masyarakat (Rahman, 2012). Pemasaran adalah keseluruhan sebuah sistem dari setiap pelaku usaha yang ditujukan dalam promosi, perencanaan, penentuan harga, hingga pendistribusian suatu barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau pembeli dan masyarakat potensial (Stanton, 2013).

Media periklanan terdapat berbagai jenis tergantung dari pendekatan yang ingin dicapai oleh pembuat iklan agar penonton atau pembeli merasa tertarik atau terhibur terhadap sebuah *brand*. Proses pembuatan sebuah iklan memiliki proses yang cukup panjang, dan terdapat beberapa tugas yang harus dikerjakan mulai dari penerimaan konsep dari pihak klien, pembuatan sebuah ide dari agensi hingga produksi video yang dilakukan oleh suatu *production house*.

Hal ini menjadi ketertarikan sendiri bagi penulis karena sebuah produk atau konten video berupa iklan menjadi peran yang sangat penting bagi sebuah perusahaan ataupun *brand* bahkan masyarakat. Oleh karena itu, penulis menemukan sebuah agensi bernama Idenya Flux. Beberapa *brand* atau perusahaan yang telah dikerjakan oleh Idenya Flux cukup banyak seperti XL Axiata, BNI,

Garuda Indonesia, Kimia Farma, Uniqlo, Sony dan masih banyak lagi. Selain itu, Idenya Flux merupakan agensi yang memfokuskan layanannya terhadap konten-konten digital di berbagai media platform. Idenya Flux juga menyediakan layanan berupa *360 strategy campaign*, *video commercials*, *TVC (television commercial)*, *video digital ads* (Instagram, YouTube, Tiktok, dll) hingga strategi marketing suatu perusahaan.

Penulis menjadi sangat tertarik untuk melakukan proses magang di agensi Idenya Flux. Penulis mengambil pekerjaan sebagai *Videographer* dalam agensi tersebut. Penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai proses dan teknis dalam pembuatan sebuah produk video berupa iklan yang dilakukan oleh sebuah agensi mulai proses pencarian ide hingga video dipublikasikan. Selain memperdalam kemampuan dalam bidang teknis perkameraan, penulis juga dapat belajar banyak mengenai proses-proses *brainstorming* ide, pembuatan *caption* atau *copy* dan masih banyak lagi. Selain itu, hal yang membuat penulis tertarik untuk magang di agensi Idenya Flux adalah karena telah banyak klien yang bekerja sama dengan Idenya Flux sehingga membuat penulis ingin memperoleh banyak pengalaman dalam agensi ini.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Universitas Multimedia Nusantara memberikan sebuah syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa/i yaitu untuk melakukan praktik kerja magang. Dengan adanya praktik kerja magang tersebut, penulis dapat memperoleh banyak pengalaman dan pembelajaran yang berbeda ketika belajar di kampus. Penulis juga dapat mempelajari hal-hal baru yang dapat menjadi hal yang sangat cocok dengan penulis di masa depan.

Agensi Idenya Flux menjadi pilihan penulis sebagai tempat untuk melakukan praktik kerja magang karena menurut penulis sebuah agensi menjadi hal yang baru bagi penulis. Penulis juga tertarik untuk mengetahui bagaimana sebuah produk video iklan diciptakan oleh ide-ide yang dihasilkan oleh suatu agensi bersama dengan klien dan *production house*. Penulis bertanggung jawab terhadap pilihan penulis untuk magang di agensi tersebut dengan cara melakukan praktik kerja

magang sebagai seorang *Videographer* yang ingin memperdalam hal teknis serta mengembangkan kemampuan dalam proses pencarian ide-ide kreatif.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pertama-tama, penulis telah melakukan riset dan memilih beberapa tempat magang. Salah satunya, penulis mengirimkan surat lamaran kerja magang beserta portofolio yang dimiliki penulis melalui surat elektronik (surel) kepada pihak *Human Resources Development (HRD)* Idenya Flux. Penulis mengirimkan surel tersebut pada tanggal 23 Juni 2021. Setelah menunggu 1-2 hari, penulis mendapatkan panggilan telepon dari pihak *HRD*. Penulis diharuskan membuat *internship video test* berupa video *fashion*. Penulis pun membuat video tersebut dan melakukan pengumpulan kepada pihak *HRD* pada tanggal 25 Juni 2021. Kemudian penulis mendapatkan kabar bahwa telah diterima di Idenya Flux.

Pihak *HRD* meminta penulis untuk datang ke kantor pada tanggal 28 Juni 2021 bertemu dengan *CEO* Idenya Flux secara langsung. Penulis melakukan proses wawancara langsung dengan Yohanes Auri selaku *CEO* Idenya Flux. Yohanes Auri mengajukan beberapa pertanyaan kepada penulis mengenai ketertarikan penulis ingin melakukan praktik kerja magang di Idenya Flux. Selain itu, Yohanes Auri juga melakukan sesi *zoom* online bersama *Creative Head Director* untuk mewawancarai penulis. Yohanes Auri menanyakan portofolio yang penulis punya dan penulis juga sempat memperlihatkan beberapa portofolio yang dibuat kepada *CEO* Idenya Flux tersebut. Setelah melakukan proses wawancara, Yohanes Auri juga menjelaskan misi atau target perusahaan yang ingin dicapai ketika penulis bergabung di perusahaannya. Selain misi, Yohanes Auri juga menjelaskan aset dan fasilitas perusahaan secara singkat kepada penulis.

Proses wawancara telah selesai, penulis kemudian dihubungi kembali oleh pihak *HRD*. Mereka menyatakan bahwa penulis telah resmi diterima di Idenya Flux sebagai *internship Videographer*. Setelah itu, Pihak *HRD* memberikan Surat Penerimaan Magang kepada penulis dan menyepakati proses kerja magang yang akan dimulai pada tanggal 8 Juli 2021 hingga 12 November 2021. Pihak *HRD* memberitahu penulis untuk melakukan proses perkenalan dengan pihak *supervisor* penulis pada tanggal 7 Juli 2021. Dalam proses perkenalan tersebut, juga dijelaskan

bahwa pekerjaan diawal yang harus penulis lakukan adalah *editing video content*. Setelah itu, pihak *HRD* meminta kelengkapan data penulis berupa Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan mengundang penulis ke dalam aplikasi Talenta untuk sistem absensi perusahaan. Pihak *HRD* juga menjelaskan waktu kerja magang yang ditentukan perusahaan adalah senin sampai jumat dari jam 09.00 hingga 18.00 Waktu Indonesia Barat. Namun tidak menutup kemungkinan penulis untuk bekerja di hari Sabtu dan Minggu ketika ada proses syuting yang harus dilakukan.

Akan tetapi, penulis sempat terhambat untuk melakukan proses magang akibat adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang mengakibatkan kantor memberlakukan kerja dari rumah (*Work From Home*) pada 2 bulan awal dan kemudian baru menerapkan bekerja langsung dari kantor (*Work From Office*). Penulis memulai praktik kerja magang di Idenya Flux pada tanggal 8 Juli 2021.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA