

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi ikut membuat salah satu medium untuk bercerita, animasi, mengalami banyak perkembangan. Dari yang awalnya hanya bisa dibuat secara tradisional menggunakan kertas dan pensil, hingga mempunyai *software* tersendiri yang dapat membuat animasi secara *digital*. Perkembangan ini sangat membantu para animator dalam membuat efek visual dan grafis yang tidak bisa dicapai dengan peralatan di zaman dulu. Beragam jenis animasi yang baru seperti *3D animation* dan *motion graphic* juga terlahir berkat perkembangan tersebut. Banyaknya jenis animasi yang ada saat ini, memberikan kebebasan bagi siapapun untuk memilih *style* animasi mana yang cocok dengan konten yang ingin mereka buat. Hal tersebut kemudian menarik minat banyak orang untuk membuat konten menggunakan animasi, termasuk untuk pembuatan iklan komersial.

Menurut Thompson dan Cook (2019) dalam bukunya yang berjudul *Animation and Advertising*, terdapat 4 alasan mengapa animasi mempunyai peranan penting dalam iklan komersial. Alasan yang pertama adalah karena orang-orang senang menonton film kartun sehingga animasi di periklanan dapat berperan untuk menarik perhatian audiens. Kedua, animasi dapat menciptakan identitas yang unik dari sebuah *brand*. Selain itu, animasi juga dapat membuat ide yang kompleks menjadi sesuatu yang sederhana. Terakhir, animasi dapat memberikan kehidupan pada ide yang abstrak sekalipun.

Dalam pembuatan iklan komersial sendiri, seringkali tipe animasi yang digunakan adalah *motion graphic*. *Motion graphic* dianggap lebih efektif dalam mengkomunikasikan banyak informasi dalam waktu yang singkat, tanpa mengurangi nilai estetikanya. Hal ini sangat cocok dengan konsep periklanan yang biasanya butuh menjelaskan banyak hal dalam waktu sesingkat mungkin. Proses produksi *motion graphic* juga lebih efisien karena menggunakan aset digital yang dapat diubah-ubah sesuai kebutuhan, sehingga apabila ada revisi tidak perlu

melakukan penyewaan peralatan ataupun syuting ulang. Hal ini juga membuat biaya produksinya yang cenderung lebih murah sehingga *motion graphic* menjadi pilihan yang populer dalam pembuatan iklan.

Di Indonesia sendiri, penggunaan animasi dalam bidang komersial sudah semakin banyak peminatnya, terlihat dari banyaknya iklan-iklan yang menggunakan animasi sebagai mediumnya. Melihat hal ini, serta banyaknya badan usaha yang bermunculan di Indonesia, penulis merasa pekerjaan *motion graphic designer* untuk dunia periklanan akan semakin diperlukan. Alasan tersebut kemudian membuat penulis ingin menjadi seorang *motion graphic designer*. Meskipun demikian, untuk masuk ke dunia profesional, penulis merasa ilmu dan pengalaman kerja penulis masih kurang. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk mencari pengalaman dengan bekerja di salah satu perusahaan yang menawarkan jasa pembuatan iklan menggunakan *motion graphic*, yaitu Linikini.

Penulis sendiri telah mengenal Linikini semenjak awal masuk kuliah. Pindahannya penulis dari Pontianak ke Jakarta membawa penulis mengenal adanya transportasi umum seperti KRL (Kereta Rel Listrik) yang tidak pernah terlihat di kampung halaman penulis sebelumnya. Selama perjalanan menggunakan KRL, penulis merasa konten Linikini sangat menghibur dan edukatif. Hal lain yang memikat penulis terhadap Linikini adalah penggunaan teknik *motion graphic* hampir di setiap kontennya. Melihat hal tersebut, membuat penulis memutuskan untuk melamar kerja magang di Linikini.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang di Linikini dengan tujuan untuk menambah wawasan di bidang *motion graphic* dari proyek-proyek yang akan dikerjakan. Wawasan ini diharapkan dapat membantu penulis lebih menguasai program-program yang digunakan di industri *motion graphic*. Selain itu, dengan melakukan praktik kerja magang ini, penulis dapat menambah pengetahuannya mengenai alur produksi sebuah konten ataupun video pesanan klien di dunia profesional. Melalui kerja magang ini, penulis juga berkesempatan untuk melakukan *networking* yang

dapat berguna di masa depan. Tak hanya itu, penulis juga dapat melatih kedisiplinannya, kemampuan berkomunikasi, serta bekerjasama dalam suatu tim.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Setelah mendapatkan pembekalan magang di mata kuliah *Professional Development*, penulis mulai membuat CL (*Cover Letter*), CV (*Curriculum Vitae*), dan *showreel* untuk dikirimkan ke beberapa perusahaan yang ingin dilamar. Sembari penulis mempersiapkan data-data keperluan untuk melamar, penulis mengajukan KM-1 ke *website* merdeka.umn.ac.id untuk mendapatkan surat pengantar magang dari kampus yang akan dikirimkan berbarengan dengan CV, CL, dan *showreel* penulis. Pada tanggal 19 Mei 2021, penulis mulai mengirimkan surat lamaran ke perusahaan-perusahaan yang sudah dicari oleh penulis.

Karena tidak kunjung mendapatkan balasan, pada tanggal 29 Mei 2021 penulis memberanikan diri untuk mengontak *creative director* dari Linikini, Irfan Handoko, berdasarkan info yang penulis temui dari *LinkedIn*. Penulis kemudian mendapat balasan dan diminta untuk mengirimkan email ke Rian Saputra, selaku *head of design* Linikini. Setelah mengirimkan surat lamaran pada hari itu juga, penulis kemudian menunggu sekitar 6 hari dan mendapatkan undangan untuk *interview* di tanggal 4 Juni 2021 bersama Rian Saputra, Runi Istifanny (*Human Resource* Linikini), Radha Wulandari (*Project Manager* Linikini), dan Syaiful Fathah (*Head of Multimedia* Linikini, yang juga merupakan *supervisor* dari penulis selama melaksanakan kerja magang di Linikini). Dalam wawancara tersebut, penulis menyetujui untuk melakukan magang secara *work from office* dan diberi waktu sekitar dua minggu untuk persiapan pindah ke Jakarta, karena pada saat itu penulis sedang berada di Pontianak. Perusahaan juga menyetujui untuk memperpanjang waktu magang menjadi 6 bulan untuk memenuhi ketentuan magang 800 jam yang ditetapkan oleh kampus.

Penulis mulai bekerja di Linikini pada tanggal 21 Juni 2021 dan berakhir pada tanggal 20 Desember 2021. Magang dilaksanakan secara *work from office* dan penulis diharuskan untuk melakukan tes *GeNose* setiap hari sebelum memasuki

ruangan kantor. Jam kerja penulis di Linikini sebenarnya dimulai dari pukul 10.00 – 19.00 WIB di minggu pertama. Pada minggu kedua penulis kerja, keadaan pandemi semakin parah di Jakarta sehingga Linikini pun mulai menerapkan *work from home* dari 29 Juni 2021 hingga keadaan membaik. Keputusan ini pun membuat jam kerja penulis berubah menjadi pukul 09.30 – 18.30 WIB. Meskipun terdapat jam kerja yang telah ditetapkan oleh kantor, hal tersebut tidak menutup kemungkinan bagi penulis untuk mengakhiri magang lebih lama dari jam yang telah ditentukan apabila masih ada proyek yang hendak dikerjakan. Berikut merupakan informasi perusahaan tempat penulis melaksanakan praktik kerja magang.

1. Nama perusahaan : Linikini
2. Supervisor : Syaiful Fathah
3. Divisi : Multimedia
4. Periode Magang : 21 Juni 2021 – 20 Desember 2021
5. Hari Kerja : Senin - Jumat
6. Jam Kerja : 09.30 – 18.30 WIB

Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang di Linikini, penulis juga harus membuat laporan magang sebagai salah satu syarat kelulusan di mata kuliah *Internship Track 2*. Dalam pembuatan laporan, penulis dibimbing oleh Christine M. Lukmanto, S.Sn., M.Anim. Pada tanggal 30 Agustus 2021, penulis mendapatkan bimbingan pertama yang merupakan sosialisasi dari pihak kampus. Dalam bimbingan pertama tersebut, penulis mendapatkan *briefing* mengenai laporan magang dan melakukan asistensi judul. Bimbingan kedua penulis dilaksanakan pada tanggal 9 September 2021. Di bimbingan yang kedua ini, penulis melakukan asistensi pengerjaan bab 1 dan bab 2 dari laporan magang yang telah penulis buat.

Bimbingan ketiga penulis dilaksanakan pada tanggal 16 September 2021. Dalam bimbingan yang ketiga ini, penulis melakukan asistensi untuk bab 3 dan 4 laporan magang. Pada tanggal 20 September 2021, penulis mendapatkan bimbingan terakhir yang berupa *briefing* mengenai apa saja yang perlu dipersiapkan untuk menjalani sidang magang.