



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kreatif di Indonesia semakin hari semakin maju dan mendapat dukungan pemerintah. Hal ini bisa diketahui dari pertama kali berdirinya Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) pada tahun 2015 silam. Salah satu tujuan utama dari BEKRAF sendiri adalah memberikan informasi mengenai kebijakan, agenda kegiatan, berita, dan laporan seputar hal yang digunakan untuk memajukan industri ekonomi kreatif. Dengan berkembangnya dunia ekonomi kreatif ini, banyak inovasi yang dilakukan Indonesia untuk ikut mendukung perkembangan ini, salah satunya adalah dengan berdirinya banyak perusahaan agensi.

Dalam dunia bisnis, peran agensi sangatlah penting karena dengan adanya agensi, sebuah *brand* tidak hanya menjadi lambang melainkan bisa menjadi citra dan kekuatan bagi perusahaan. Perusahaan-perusahaan pun sekarang tidak hanya mementingkan kemajuan usahanya di bidang bisnis saja, namun mereka sekarang bersama-sama berlomba untuk meningkatkan dan mengedepankan kesadaran pasar melalui *brand* mereka. Hal ini mereka lakukan untuk membuat perusahaan mereka tidak hanya berkembang melainkan juga menjadi yang utama atau menjadi *top of mind awareness*, yaitu kondisi di mana seseorang akan memikirkan *brand* perusahaan tersebut ketika ditanya mengenai sebuah kategori yang berhubungan dengan industri *brand* tersebut (Farris, Paul W., dkk., 2010). Untuk mencapai hal tersebut, banyak perusahaan tidak hanya beriklan, melainkan juga merancang strategi *branding* yang sekiranya dapat meningkatkan *awareness*, *interest*, *desire*, dan yang akhirnya berakhir pada keputusan pembelian konsumen-konsumennya.

Maka dari itu, agensi sangatlah berperan untuk meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Dikutip dari Asosiasi Periklanan Amerika dalam Lane et. al (2011), Agensi, adalah sebuah usaha yang berdiri secara mandiri, yang di

dalamnya terdiri dari orang-orang bisnis dan juga kreatif yang mempersiapkan semua produksi iklan di media iklan mulai dari mengembangkan, mempersiapkan, dan menempatkan suatu produk perusahaan untuk dijual serta untuk mencari pelanggan bagi barang atau jasa perusahaan mereka.

Salah satu agensi kreatif di Indonesia adalah Bekantan Creative. Walaupun masih terbilang baru dalam dunia kreatif, agensi ini memiliki tujuan dan mimpi yang luar biasa besar yaitu “*evolving creativity*”. Dengan mimpi mereka, bisa dibuktikan bahwa perkembangan yang pesat bisa terlihat dari meningkatnya klien yang ditangani Bekantan Creative dari 2018 hingga sekarang tahun 2020 sudah ada lebih dari 12 *brand* yang bekerjasama dengan agensi ini. Penulis tertarik bekerja magang di Bekantan Creative ini karena penulis ingin keluar dari zona nyaman penulis di bidang pembuatan gambar bergerak. Sebagai seseorang yang memiliki *background* pembuat film *independent*, penulis sangat tertarik untuk mencoba hal baru khususnya memproduksi video yang bersifat komersil atau iklan. Di mana hal tersebut akan menambah wawasan penulis mengenai dunia kreatif pada segmen video.

Lebih lagi keinginan penulis bekerja magang di tempat ini karena Bekantan Creative memiliki mimpi yang besar dalam hal mengasah kreatifitas. Penulis percaya ada sebuah ketulusan dan kerendahan hati dalam sebuah perusahaan yang masih merintis dan ingin menjadi besar.

Selama proses kerja magang di Bekantan Creative, penulis diberikan kesempatan untuk melakukan praktik magang di divisi kreatif yang banyak berhubungan dengan visual, yaitu sebagai seorang *videographer* dan *editor*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dilaksanakannya kerja magang adalah :

1. Untuk mengembangkan *skill* khususnya keterampilan teknis yakni berupa kreativitas dalam ide-ide, visual, juga penulisan.
2. Untuk mengembangkan kemampuan dalam keterampilan non-teknis berupa kemampuan *public speaking*, komunikasi organisasi, kerja tim, keberanian berpendapat, dan sebagainya.

3. Mengaplikasikan teori-teori yang selama ini dipelajari dalam masa perkuliahan.
4. Mengetahui bagaimana realitas ruang lingkup pekerjaan sebagai divisi kreatif dalam sebuah perusahaan industri kreatif.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Waktu pelaksanaan magang berlangsung selama 100 hari kerja sesuai dengan ketentuan yang kampus berikan, sesuai yang terlampir yaitu 29 Juli 2021 hingga 15 Desember 2021.

Data pelaksanaan magang yang dilakukan sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT. Bekantan Rumah Produksi (Bekantan Creative)

Bidang Usaha : Agensi *Creative*

Waktu Pelaksanaan : Senin – Jumat
09.30 s.d 19.00 WIB

Posisi Magang : *Videographer*

Posisi magang penulis adalah *Videographer* tetapi penulis tetap menjalankan tugas lainnya seperti sebagai *copywriter* dan *editor*.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang adalah ketentuan yang berlaku dalam Universitas Multimedia Nusantara untuk memulai suatu praktik kerja magang. Penulis akan menjelaskan beberapa prosedur kerja magang yang dilalui penulis untuk dapat menyelesaikan praktik kerja magang.

1. Pada tanggal 10 Juli 2021, penulis membuat CV yang kemudian di-emailkan ke HRD Bekantan Creative. Selama kurang lebih 2 hari CV yang diberikan dipelajari terlebih dahulu oleh pihak Bekantan Creative.

2. Penulis mendapatkan informasi untuk melanjutkan fase seleksi tahap satu dengan mengisi beberapa *test* kepribadian pada tanggal 13 Juli 2021
3. Kemudian penulis mendapatkan informasi untuk wawancara pertama pada tanggal 16 Juni 2021 dari HRD Bekantan Creative pukul 10.45.
4. Setelah wawancara pertama, penulis dipanggil kembali untuk melakukan wawancara kedua pada tanggal 21 Juli 2021 pukul 18.00 oleh CEO dari Bekantan Creative.
5. Setelah wawancara, penulis mendapatkan informasi melalui email dari HRD Bekantan Creative bahwa saya diterima kerja magang di Bekantan Creative dan dapat mulai bekerja pada 29 Juli 2021.
6. Pada 22 Juli 2021 penulis mengisi formulir pengajuan kerja magang kepada ketua program studi Film (KM 01) melalui website merdeka.umn.ac.id.
7. Penulis mengirim surat pengantar kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara yang kemudian diberikan kepada Bekantan Creative (KM 02) terlampir pada tanggal 23 Agustus 2021.
8. Pihak Bekantan Creative menyerahkan kertas penerimaan kerja dan penulis mencantulkannya di [website merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id).

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA