

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, perkembangan teknologi dalam menyampaikan informasi pun semakin berkembang pesat dan mempengaruhi berbagai aspek di dunia, salah satunya dalam media promosi. Dalam media promosi, ada banyak media yang bisa digunakan untuk mempromosikan suatu informasi seperti *flyer*, papan *billboard*, poster, majalah, koran, iklan televisi, iklan *online*, spanduk, dan masih banyak lagi. Dapat dilihat dari inovasi teknologi dalam mempromosikan suatu informasi, terdapat beberapa cara yang dapat digunakan, salah satunya adalah *motion graphic*.

Motion graphic menurut Barnes (2019) adalah suatu rangkaian gabungan dari desain – desain media visual seperti animasi tipografi, animasi 2D, dan 3D. Yang mana *output* dari *motion graphic* ini berupa format *file* digital yang kemudian akan ditampilkan ke publik melalui berbagai media. Secara singkatnya, *motion graphic* merujuk pada visual grafis yang bergerak (hlm 135). Dengan menggunakan *motion graphic* sebagai cara untuk menyampaikan informasi, membuat informasi tersebut menjadi semakin menarik, dinamis, dan tidak membosankan untuk dilihat. Dapat dilihat bahwa pada zaman sekarang, maraknya iklan-iklan baik di televisi, *website*, maupun media sosial yang menggunakan *motion graphic* untuk menyampaikan informasi. Tidak hanya itu, banyak juga perusahaan yang kini membuka lapangan pekerjaan untuk *jobdesc motion graphic* untuk kepentingan dalam mempromosikan perusahaan mereka atau yang lainnya.

Melihat hal ini, penulis merasakan potensi bahwa *motion graphic* akan semakin berkembang ke depannya. Penulis juga ingin tahu dan belajar bagaimana alur kerja di industri media pertelevisian dalam mempromosikan suatu informasi. Oleh karena itu, saat penulis sedang mencari tempat kerja, penulis mendapatkan informasi dari salah satu teman bahwa MNC Channels sedang mencari pekerja sebagai *motion graphic*. Penulis pun melakukan riset singkat bahwa MNC Channels adalah salah

satu saluran televisi berlangganan dari MNC Vision Networks yang kini telah tersedia dalam medium *Pay TV* (melalui satelit), *internet protocol*, OTT, dan *live streaming*. Setelah melalui beberapa proses, akhirnya penulis melamar di MNC Channels sebagai *intern*, ketika diterima penulis pun ditempatkan di Divisi *Promo On-Air & Creative* sebagai *Motion Graphic Artist*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan penulis melakukan praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni Program Studi Film pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
- 1.2.2 Dapat memberikan pengalaman bagi penulis untuk terjun langsung di dunia kerja industri kreatif sehingga dapat mempelajari *motion graphic* lebih dalam baik secara teknik maupun alur kerja yang ada di dalamnya.
- 1.2.3 Tidak hanya dari segi teknis, namun juga memberikan pengalaman untuk beradaptasi, meningkatkan *softskill*, belajar untuk bertanggung jawab, dan menambah koneksi dengan pihak-pihak lain yang berada di bidang yang sama.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur untuk melaksanakan kerja magang didapatkan dari pembekalan magang yang pertama kali diadakan pada tanggal 19 Februari 2021 dan yang kedua 7 Mei 2021. Dari pembekalan itu, dijelaskan apa saja yang perlu disiapkan, kapan harus mulai mencari tempat magang, dan bagaimana cara mengisi MBKM 01 dan MBKM 02. Proses untuk mencari tempat magang pun dimulai sejak awal Mei 2021 karena dianjurkan dari dosen untuk mencari lebih awal. Penulis mulai mencari-cari tempat kerja dan melamar di beberapa tempat. Hingga akhirnya penulis mendapatkan informasi mengenai lowongan untuk *jobdesc motion graphic* dari salah satu teman penulis di salah satu media televisi MNC Channels. Kemudian penulis pun direkomendasikan oleh teman tersebut.

Penulis pun melakukan pengajuan lamaran (CV dan *showreel*) dan melakukan *interview* bersama HRD dan supervisinya. Setelah itu, penulis diterima dan diposisikan ke Divisi *Promo On-Air & Creative*. Pelaksanaan kerja pertama dimulai pada tanggal 28 Juni – 10 Desember 2021 dengan waktu kerja Senin – Jumat dari jam 9 pagi sampai dengan jam 6 sore. Di hari pertama, penulis mendapatkan arahan dan penjelasan dari *manager* dan *supervisor* mengenai bagaimana *workflow* yang ada di divisi tersebut serta siapa saja yang bertanggungjawab dalam divisi itu.

Penulis pun mengisi daftar perusahaan yang ingin dituju di *website* Merdeka UMN. Setelah mendapat *approval* dari Ketua Program Studi Film barulah mendapatkan MBKM 01 sebagai Surat Pengantar Magang. Lalu menyelesaikan registrasi dengan *download form* Kartu MBKM 02, penulis mengisi dan menandatangani *form* serta meminta tanda tangan ke supervisi. Kemudian, mengunggah *file* tersebut ke *website* Merdeka agar dapat mengisi *daily task*.

Dikarenakan himbauan pemerintah untuk melakukan PPKM, maka *Manager Promo On-Air & Creative* membuat jadwal untuk timnya masuk ke kantor secara bergantian, akan ada yang *work from home* (WFH) dan juga *work from office* (WFO). Setelah seminggu masuk ke kantor, PPKM pun semakin diperketat sehingga selama 3 minggu lebih penulis melakukan pekerjaan dari rumah (WFH). Kemudian menjalankan himbauan WFH, pada tanggal 9 Agustus 2021, penulis dan rekan *intern* lainnya diminta untuk kembali bekerja di kantor namun tetap mengikuti jadwal masuk yang bergantian (hari ini WFH, besoknya WFO, dan seterusnya).

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A