

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan kemajuan dan kecanggihan internet di masa kini, banyak orang memakainya sebagai sarana promosi dan iklan dari produk atau jasa yang dimiliki agar dapat menarik perhatian masyarakat. Berbagai perusahaan di zaman sekarang cenderung mengiklankan produk atau jasa mereka melalui *platform advertising* dalam bentuk *digital*. Mereka dituntut untuk memahami *digital advertising*, hingga berdampak pada munculnya pertumbuhan pesaing yang meningkat di bidang periklanan (Ramadhani, 2020).

Tasruddin (seperti dikutip dalam Poerwanto dan Zakaria, 2016, hlm 190) mengemukakan bahwa *digital advertising* tersebut muncul karena pemasaran secara konvensional mendapat perhatian yang menurun dari masyarakat. Hal tersebut terjadi karena sebuah produk atau jasa ditawarkan dengan sarana berupa fisik, seperti berinteraksi secara tatap muka, membagikan brosur, dan memasang papan reklame. Pemasaran dengan metode konvensional terlalu sering dipromosikan sehingga masyarakat mudah bosan dan cenderung menolak. Dengan demikian, perusahaan memilih untuk mempromosikan produk atau jasa dengan basis *digital*, karena lebih menarik dan dipercaya mampu menyampaikan pesan dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Sebuah perusahaan juga harus membangun *content marketing* dalam mempromosikan produk atau jasa. Pada dasarnya *content marketing* memiliki tujuan agar target audiens memahami produk atau jasa perusahaan hingga menjadi konsumen, di mana audiens membeli atau menggunakan produk/jasa perusahaan yang beriklan. Oleh karena itu, strategi pemasaran ini harus berkesinambungan agar tepat pada sasaran dan membuat audiens merasakan kepuasan dari produk atau jasa yang dipromosikan (Adisaputro, 2010)

Dilansir dari Brightstars.co.id, dalam rangka membantu perusahaan menyusun strategi pemasaran, *advertising agency* hadir menjadi tangan kanan

perusahaan atau klien. Dengan kemampuan kreatifnya, mereka menyusun *content marketing* agar penyampaian pesan dari produk atau jasa menjadi lebih efektif. Konten yang dihasilkan secara *digital* tersebut contohnya seperti *television commercial video*, *company profile video*, dan *digital video advertising* yang biasanya didistribusikan ke sosial media atau televisi. Konten yang dibuat biasanya berbentuk *storyline*. *Storyline* tersebut harus mendapat persetujuan dari perusahaan/klien terkait, lalu produksi video akan dieksekusi oleh rumah produksi atau *production house*.

Salah satu rumah produksi yang mendukung produksi *digital advertising* saat ini adalah Candid Production. Telah beroperasi sejak 2018, Candid Production berkarya sebagai *creative production house*, dan siap menjadi solusi untuk *video production* mulai dari *treatment concept*, *production*, *post production*, *motion graphics*, hingga *delivery* kepada perusahaan atau klien. Dengan nama *Candid*, yang berarti *we CAN because we DID*, menjadi pegangan bahwa rumah produksi Candid Production bisa melakukannya karena mereka melakukannya. Untuk bertahan di tengah kompetitor lainnya, Candid Production memaksimalkan kinerjanya dengan berkarya secara jujur dan terus terang seperti arti dari kata *candid* (Candid Production, 2018).

Dalam melaksanakan program kerja magang di rumah produksi Candid Production, penulis berperan sebagai *Production Assistant*. Penulis ingin belajar untuk menjadi asisten produksi, membantu produser dalam hal koordinasi dengan departemen, mempersiapkan serta mencatat segala kebutuhan produksi, peka terhadap lingkungan sekitar, dan mengawasi proyek dari tahapan pra produksi hingga pasca produksi. Dengan demikian, peran *Production Assistant* dalam sebuah rumah produksi menjadi sangat penting, agar setiap departemen, kru, dan seluruh kebutuhan produksi dan kreatif yang dijalankan sudah sesuai, baik dari jadwal maupun keuangan.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang atau *internship* yang dilakukan oleh penulis adalah program magang Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) *Track 1*. Program

kerja magang dilakukan sebagai salah satu syarat wajib dari Universitas Multimedia Nusantara bagi penulis untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn.) sebagai mahasiswa program studi Film.

Berperan sebagai *production assistant intern* di rumah produksi Candid Production, penulis bertujuan melakukan program kerja magang untuk memahami bidang pekerjaan serta alur pekerjaan dari *production assistant* dalam sebuah produksi, mengenal cara kerja atau tahapan produksi video *advertising*, meningkatkan kemampuan kerja dengan terjun ke lapangan sebagai *production assistant*, serta mendapatkan pengetahuan dari tempat kerja magang yang mungkin belum diperoleh selama masa perkuliahan.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan magang di Candid Production dilakukan oleh penulis minimal 800 jam kerja. Penulis melakukan kerja magang mulai dari tanggal 3 Januari 2022 s/d 3 Juni 2022, dengan jam kerja yang dimulai pada pukul 08.00-17.00 WIB. Namun, dikarenakan metode bekerja dari rumah atau *Work From Home* (WFH), waktu jam kerja dan *jobdesc* pekerja magang di Candid Production menjadi lebih fleksibel dalam mengerjakan beberapa *project*. Berikut adalah prosedur pelaksanaan kerja magang dalam pelaksanaan program magang:

1. Penulis wajib memenuhi syarat jumlah SKS untuk melakukan program kerja magang, yakni minimal 90 SKS.
2. Penulis mengikuti pembekalan program magang dari *Career Development Centre* (CDC) Universitas Multimedia Nusantara yang diadakan pada tanggal 22 Oktober 2021.
3. Penulis memasukkan Candid Production sebagai tempat magang beserta *job description* yang dipilih melalui *website* merdeka.umn.ac.id pada menu *registration*.
4. Penulis mendapat *approval* dari koordinator magang dan memperoleh *Cover Letter* dari Universitas Multimedia Nusantara.

5. Penulis mengajukan diri untuk melakukan program kerja magang di Candid Production sebagai *Production Assistant*, dengan mengirimkan CV, *Cover Letter*, dan juga *Showreel* dari penulis melalui alamat surel pada tanggal 9 Desember 2021.
6. Penulis melakukan wawancara pada tanggal 16 Desember 2021 dengan Kak Muhammad Fadli sebagai *Managing Director* dan Kak Danny Danchow sebagai *Executive Producer* dari Candid Production melalui *Google Meet*.
7. Penulis mendapatkan informasi diterimanya sebagai pekerja magang pada tanggal 17 Desember 2021 oleh Kak Deby dari *Human Resources Development (HRD)*.
8. Penulis mendapatkan *Acceptance Letter* sebagai tanda diterimanya penulis sebagai *Production Assitant Intern* dari Kak Deby sebagai *Human Resources Development (HRD)* melalui alamat surel.
9. Penulis memasukkan *Acceptance Letter* dari Candid Production ke *website* merdeka.umn.ac.id pada menu *complete registration*.
10. Penulis mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) dengan memilih program Magang Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) *Track 1*.
11. Penulis mulai melakukan program kerja magang pada tanggal 3 Januari 2022, kemudian dilakukan *briefing* dan perkenalan visi, misi, *showreels* dan tim dari Candid Production.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA