



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam era industri komersil yang terus bersaing dan juga skala kebutuhan iklan yang terus membesar, penulis melihat potensi kerja pada iklan memiliki banyak ruang. Industri ini sudah lama dikuasai oleh perusahaan multinasional yang mendirikan kantornya di Indonesia, agar karya lokal dapat diperhitungkan, saya rasa patut untuk ikut dan melihat proses bekerja dalam penembangan konsep dari pembuatan iklan. Hal tersebut tentu mencakup proses pra produksi dari pembuatan iklan tersebut, mulai dari mencari client, pembuatan rencana dan strategi, hingga memilih konsep kreatif yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan *client*.

Penulis memutuskan untuk mendaftar di beberapa perusahaan multinasional yang mana diterima oleh PT. BBDO INDONESIA. BBDO adalah *agency network* terkemuka di dunia yang memiliki perusahaan utama di New York, perusahaan ini dibuat pertama kali oleh George Batten pada tahun 1891 yang kemudian melakukan *merger* dengan Alex Osborn, Roy Durstine dan Bruce Barton pada tahun 1928 hingga terbentuk nama BBDO. Sedangkan BBDO Indonesia berkantor pada gedung EightyEight@Kasablanka Tower setelah bergabung dengan PT Komunika Cergas Ilhami, dan mulai memegang *client-client* besar seperti ExxonMobil, Guinness, Lasalle Group, Mercedes, dan lainnya.

Kesempatan ini memaksa saya untuk bisa mengikuti *workflow* yang sudah paten dengan kelas profesionalisme yang menuntut terbiasanya kita untuk mengolah ide dengan cepat dan mempelajari seluk beluk dari *brand* yang dikerjakan, sehingga pantas untuk bertanggung jawab dalam pembuatan ide-ide kampanye iklan yang tak hanya meliputi video, namun seluruh aktivasi dalam output ATL, BTL, dan juga Digital.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Tujuan utama penulis dalam kerja magang ini adalah untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana seni (S.Ds.). Selain itu, penulis juga bertujuan untuk mendapatkan pengalaman dalam bekerjasama dengan para profesional.

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

Pada Berikut detail waktu kerja magang beserta prosedur pelaksanaan magang dari saat melamar sampai dengan selesai dari tempat magang:

### **1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pada tanggal 15 Oktober 2018, Penulis melakukan kerja magang di BBDO Indonesia selama 320 jam. Setiap harinya penulis masuk sebelum jam 10 pagi, dan bekerja sampai proyek pada hari itu selesai. Umumnya bekerja disana bisa capai jam 10 malam hingga menginap bila diperlukan. Disaat ada kebutuhan yang mewajibkan untuk menginap, biasanya karena harus menyiapkan *pitchdeck* untuk *client* baru yang mana harus bersaing dengan agensi lain. Saya bekerja setiap hari terkecuali setiap Kamis yang mana saya izin untuk menghadiri kelas perkuliahan.

Praktik Kerja magang selesai pada akhir november dikarenakan tercukupinya jumlah minimal kerja 320 jam, sehingga penulis melanjutkan kerja di BBDO Indonesia sampai akhir desember sebagai *Part-timer* dengan ekspektasi sudah mengerti *flow* kerja dan menuntut kerja secara profesional.

### **1.3.1. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur dimulai dari penulis mengajukan diri untuk magang, yang lalu dipanggil untuk menemui HRD PT. BBDO Indonesia guna menjalani proses *interview*. Setelah proses *interview* dengan HRD, saya diarahkan menemui calon pembimbing sekaligus kepala grup kreatif BBDO Indonesia. Beliau tidak langsung menanyakan karya, namun membahas mental kerja dilingkungan bilingual dan pengalaman dalam mengatasi *client*, lalu beliau mulai menanyakan kemampuan teknis dalam *layouting* dan manipulasi grafis sebagai unsur utama dalam pembuatan *key visual*.

Setelah interview selesai saya diharapkan langsung bekerja ditempat untuk melakukan tes, namun saya menolak dan mengajukan untuk langsung mulai kerja pada minggu depannya. Esoknya penulis mendapat *email* dari PT. BBDO INDONESIA mengenai kabar bahwa penulis diterima sebagai karyawan magang dibagian tim kreatif.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA