



### **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

Media memiliki peranan penting dalam menyalurkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat, dimana media memiliki peran vital dalam penyebaran sebuah informasi. Media dikatakan sebagai sebuah media massa karena alurnya memiliki sebuah skala, bisa dalam skala sempit dimana hanya melibatkan beberapa orang maupun dalam skala luas yang melibatkan semua masyarakat (Morissan, 2013, hlm. 479).

Salah satu bagian dari penyebaran informasi melalui media elektronik adalah video, dimana menurut Thompson (2009), sebuah video dikatakan berhasil jika dapat membuat penonton mengerti terhadap pesan yang ingin disampaikan oleh video tersebut. Sedangkan salah satu bagian fungsi video sebagai salah satu penyebaran informasi adalah digunakan sebagai iklan, dimana iklan digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produk atau jasanya kepada konsumen, dikatakan bahwa menurut Moriarty, Mitchell dan Wells (2011), jika konsumen mampu bereaksi terhadap iklan tersebut maka iklan tersebut akan dikatakan efektif.

Tjiptono (2002) mengatakan bahwa iklan adalah sebuah bentuk komunikasi yang didasari pada sebuah informasi keunggulan suatu produk baik barang dan jasa yang disajikan perusahaan tersebut, iklan merupakan salah satu sarana yang banyak digunakan perusahaan untuk dapat memasarkan produknya (hlm. 219). Dengan kemajuan teknologi saat ini, banyak perusahaan yang lebih memilih menggunakan

video sebagai media *advertising*, dimana media video lebih mudah untuk disebarluaskan dan akan lebih diingat oleh calon konsumennya.

Dalam proses kerja magang kali ini, penulis akan bekerja pada bagian video editing dalam sebuah Production House, dimana PH merupakan sebuah badan jasa yang juga turut berperan besar dalam memuat informasi yang kemudian akan dikonsumsi oleh publik seperti iklan. Dalam hal ini PH juga memerlukan sebuah video yang kemudian akan ditunjukkan kepada perusahaan guna menarik minat mereka untuk menggunakan jasa untuk membuat iklan yang dibutuhkan perusahaan tersebut. Penulis akan bekerja dalam membuat berbagai video yang akan digunakan untuk Ganesha Idea tempat penulis bekerja dapat menyampaikan kualitas dari jasa yang hendak mereka tawarkan kepada perusahaan tersebut.

### **1.1 Maksud Dan Tujuan Kerja Magang**

Penulis melakukan praktik kerja magang di Ganesha Idea dengan tujuan untuk memenuhi nilai mata kuliah magang di Universitas Multimedia Nusantara. Beberapa hal yang penulis lakukan ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mengaplikasikan teori dan kemampuan yang didapatkan penulis semasa perkuliahan.
2. Mengetahui bagaimana sebuah Production House bergerak dalam memasarkan jasanya kepada klien.
3. Mendapatkan pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk digunakan penulis agar dapat bekerja secara professional dalam dunia kerja.
4. Salah satu syarat kelulusan mata kuliah *internship*.

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

### **1.3.1 Waktu pelaksanaan Kerja Magang**

Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis dimulai sejak 29 Oktober 2018 hingga 11 Maret 2019. Kerja magang dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 3 bulan sudah dipotong dengan libur akhir tahun atau 320 jam aktif. Kantor berlokasi di Jalan Benda No. 90, Kemang, Jakarta Selatan. Waktu kerja yang berlaku sangat fleksibel, dengan penulis yang sedang magang yaitu dengan jam masuk 09.00 hingga 17.00 WIB dengan sistem 5 hari kerja dan 2 hari libur.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis mencari informasi mengenai tempat magang yang sesuai dengan bidang penulis, dimana penulis telah mengirim *email* yang berisikan CV kepada beberapa perusahaan, penulis melakukan interview kepada dua perusahaan yaitu dengan Kompas dan Ganesha Idea.

Pada saat penulis melakukan interview pada waktu yang dijanjikan kepada pihak Ganesha 25 Oktober 2018 dan bertemu dengan Executive Producer, Pak Raditya. Dalam interview singkat tersebut penulis diminta membawa CV *printout* dan juga menceritakan mengenai diri dan pengalaman penulis dan program apa saja yang bisa penulis gunakan sebagai editor, jangka waktu magang, transportasi dan lokasi tempat tinggal penulis. Setelah interview singkat, penulis mendapatkan jadwal kapan penulis bisa mulai masuk dan magang di PH tersebut dan kesepakatan mulai masuk pada tanggal 29 Oktober 2018.

Dan penulis melakukan pengurusan permohonan magang dari fakultas Seni dan Desain untuk Ganesha Idea dan kepengurusan dokumen penerimaan magang untuk ditukarkan kepada BAAK yang kemudian ditukar untuk Lembr KM 03 s/d KM 07 sebagai berkas data kerja yang baru terhitung mulai tanggal 26 Oktober 2018.

Selama proses kerja magang tersebut, penulis ditempatkan sebagai offline editor, dimana penulis akan ditempatkan dibawah bimbingan supervisor Kevin Anderson yang bertugas sebagai editor utama dari PH tersebut. Penulis bertugas untuk membantu supervisor dalam membuat berbagai showreel untuk berbagai kebutuhan dan mengelompokkan jenis dari setiap *showreel* tersebut guna disesuaikan kepada klien. Untuk kepentingan laporan sendiri penulis diarahkan dibawah bimbingan bapak Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds.

