



### **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

Pada era digital saat ini, aspek komunikasi melewati medium visual menjadi sebuah tata cara dari berbagai variasi cara dalam melakukan aktivitas. Perubahan era mengubah beberapa cara tradisional menjadi cara yang moderen. Salah satu aktivitas adalah pada dunia periklanan. Dengan perkembangan teknologi seperti internet dan sosial media, masyarakat mulai beralih dan menggunakan teknologi sebagai kegiatan kesehariannya. Dunia periklanan pun harus mengikuti perubahan tersebut agar meningkatkan nilai jual dari produk yang telah direpresentasikan dalam iklan.

Perubahan tersebut memberikan istilah baru dalam periklanan yaitu *digital advertising* atau aktivitas periklanan digital. *Digital advertising* berfungsi untuk mengelompokan jenis media seperti *website*, *handphone*, *tablet*, dan berbagai perangkat yang dapat memberikan pengalaman periklanan (McStay, 2016, hlm. 3). Menurut Pujiyanto, Kebijakan pemerintah yaitu pasar bebas dari program AFTA tahun 2003 dan APEC tahun 2020 menyebabkan persaingan promosi menjadi lebih ramai dengan variasi barang yang ditawarkan (2003, hlm. 96). Perkembangan internet serta *smart technology* mempengaruhi rumah produksi periklanan untuk menyesuaikan strategi periklanan untuk menarik perhatian para konsumen.

Salah satu bentuk periklanan digital adalah melewati film pendek. Media film pendek merupakan sebuah media visual yang dapat digunakan untuk menyalurkan nilai-nilai keseharian. Salah satu kegunaan film adalah sebagai sarana iklan atau *advertisement*. Dalam periklanan, nilai yang direpresentasikan adalah nilai jual produk yang diiklankan. Cara merepresentasikan dalam film juga bervariasi. Strategi periklanan mengatur elemen media dan cara dalam mengiklankan produk.

Dari beberapa peluang kerja magang, penulis memilih untuk melaksanakan kegiatan magang di PT. Estetika Surya Pesona (Ceritera

Storytelling Agency). Alasan penulis dalam memilih melaksanakan kegiatan magang di tempat tersebut karena Ceritera Storytelling Agency memiliki daya saing yang besar dengan cara yang unik untuk merepresentasikan produk yaitu dengan konsep *storytelling*. Keunikan konsep ini menarik perhatian banyak *client* perusahaan besar dan ternama. Pengalaman magang di perusahaan tersebut menarik. Keramahan para karyawan dan sikap profesional saat bekerja menciptakan suasana kondusif untuk bekerja serta mengobservasi kegiatan dalam dunia periklanan.

Penulis ditempatkan dalam posisi sebagai asisten produser. Secara umum tugas asistem produser adalah membantu produser dalam menyediakan data-data proses syuting iklan setiap proyek. Keterbukaan ide-ide serta kreativitas para pekerja juga menginspirasi penulis untuk bekerja lebih giat. Sehingga menghasilkan iklan - iklan produk dengan cerita yang unik.

## 1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

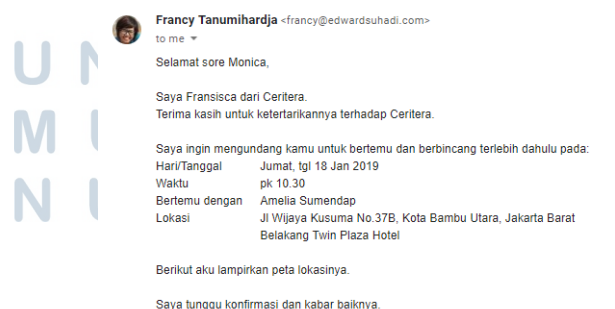
Pelaksanaan kegiatan magang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman serta wawasan dalam dunia periklanan. Pengalaman bekerja dalam bentuk pengalaman berorganisasi dan pengalaman menghadapi *client*. Penulis juga mempelajari cara dan tahap dalam melakukan produksi iklan. Penulis bertujuan untuk mendapatkan nilai yang bermanfaat saat berorganisasi dengan menghadapi karakteristik dan keunikan masing-masing kru dan *client*.

Penulis mempelajari tahap-tahap produksi iklan dari tahap praproduksi hingga pascaproduksi. Penulis mengobservasi nilai-nilai yang perlu diperhatikan dalam proses produksi iklan agar menciptakan hasil yang optimal. Nilai-nilai dalam magang yang didapatkan seperti nilai kerjasama dalam organisasi, ketepatan waktu, tanggung jawab dapat menjadi masukan bagi penulis untuk bekerja pada waktu yang akan mendatang.

Penulis menerapkan sekaligus menyesuaikan ilmu yang telah dipelajari saat kuliah dengan ilmu yang dipelajari saat bekerja. Bagi penulis pengalaman bekerja merupakan sebuah landasan bagi ilmu-ilmu yang telah dipelajari pada saat kuliah. Landasan yang berarti menjadi sebuah tempat mempraktikkan ilmu yang dipelajari pada saat kuliah dengan cara implementasi yang riil dalam dunia kerja. Ilmu yang dipelajari yang membantu dalam proses pelaksanaan kerja magang ini adalah *Moving Image Production* dan *Documentary and Corporate Video Production* karena mata kuliah tersebut memberikan dasar tahap produksi film yang mirip ketika dipraktikkan oleh penulis pada saat magang. Pelaksanaan kegiatan magang dilaksanakan menurut ketentuan kelulusan oleh Universitas Multimedia Nusantara yaitu 320-480 jam kerja magang.

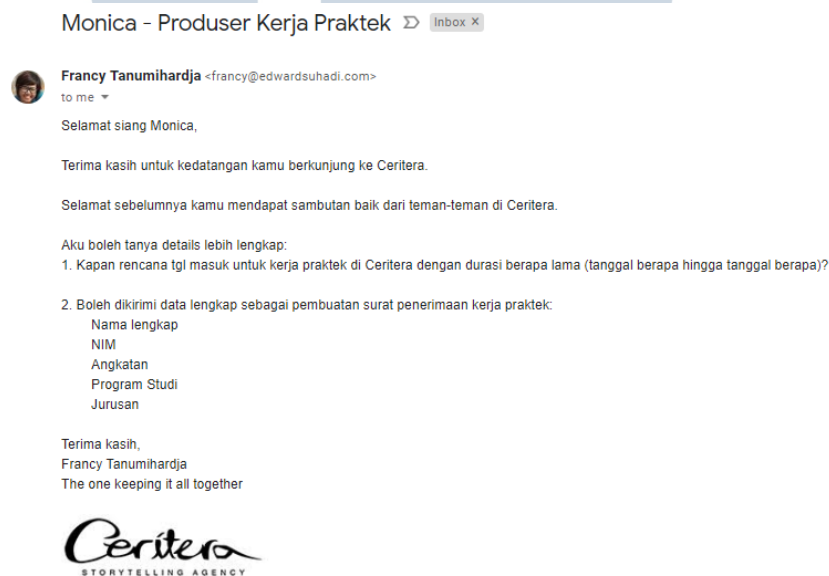
### 1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mempersiapkan pelaksanaan magang dari bulan Oktober hingga Desember 2018 dengan mengumpulkan data-data portofolio yang dibutuhkan dalam proses pembuatan surat lamaran atau CV (*Curriculum Vitae*). Setelah pembuatan CV, penulis melamar ke beberapa rumah produksi untuk melakukan aktivitas magang. Pada awal bulan Januari tepatnya tanggal 18 Januari 2019, penulis dipanggil untuk mengikuti wawancara di Ceritera Storytelling Agency.



Gambar 1.1. *E-mail* panggilan wawancara  
(Dokumentasi Pribadi)

Penulis memilih untuk bekerja di rumah produksi periklanan oleh karena ketertarikan dan keunikan cara untuk merepresentasikan produk pada era digital. Penulis melihat beberapa contoh iklan digital lewat sosial media, televisi, dan *platform* video lainnya. Ketertarikan penulis untuk memilih Ceritera Storytelling Agency adalah karena keunikan dalam menyampaikan nilai dalam produk iklannya yaitu dengan konsep *storytelling*. Sementara beberapa produk iklan lebih tertuju pada produk dan bukan kepada nilai unik dari iklan tersebut. Penulis melihat peluang ketertarikan konsumen dalam melihat iklan adalah dengan keunikan dan tanpa melupakan produk yang ingin dipromosikan.



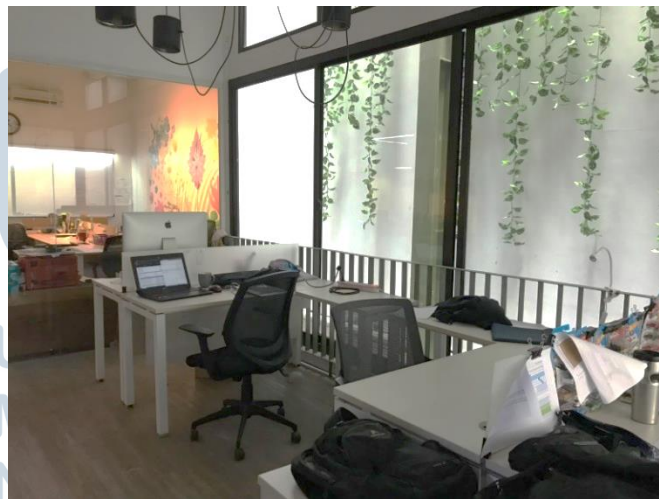
Gambar 1.2. *E-mail* penerimaan magang

(Dokumentasi Pribadi)

Pertengahan Januari, penulis mendapatkan kabar bahwa diterima untuk melaksanakan magang di Ceritera Storytelling Agency tepatnya pada tanggal 21 Januari 2019. Penulis kemudian diminta untuk memulai kegiatan magang pada akhir Januari tepatnya 25 Januari 2019. Penulis ditempatkan sesuai dengan harapannya yaitu sebagai asisten produser. Jadwal bekerja yang ditentukan adalah dari pukul 09.00 sampai dengan 17.00. Pada waktu tertentu, seperti pada tahap produksi iklan, penulis sebagai asisten produser lembur

untuk mempersiapkan dan membantu kru lainnya dalam menjalankan proses produksi. Pada setiap proyek penulis dilatih dan belajar nilai baru. Pada proyek selanjutnya penulis diberikan tanggung jawab yang lebih besar sehingga mendapatkan ilmu yang diberikan untuk diterapkan pada dunia kerja.

Dalam proses pelaksanaan magang, penulis tidak diberikan uang upah maupun uang transport, melainkan disediakan makan siang di kantor. Terkadang makan siang habis atau tidak sesuai porsi untuk para karyawan dan mahasiswa/i yang magang. Selain dari beberapa kekurangan tersebut, penulis merasakan magang di *Ceritera Storytelling Agency* memberikan banyak ilmu dan wawasan bagi penulis. Selain itu, penulis lebih merasakan kesibukan- kesibukan dari divisi lain dari pengalaman membantu proyek lain. Beberapa personil kerja ramah dan aktif dalam membantu penulis untuk menggali ilmu dari proyek yang dikerjakan.



Gambar 1.3. Suasana Ruang Kerja  
(Dokumentasi Pribadi)