



### **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 massa merupakan perangkat teknologi perpanjangan manusia untuk membuat, mengirim, menerima, dan memproses pesan ataupun informasi berupa gambar. Ada banyak fungsi atau peran media massa, tetapi pada dasarnya fungsi dasar dari media massa yaitu memproduksi dan mendistribusi pesan (Ruben, 2006:189).

Melalui media massa, dunia jurnalisme memiliki tujuan-tujuan yang mengutamakan kepentingan khalayak. Dan, di antara tujuan-tujuan tersebut, memiliki inti tujuan adalah menyediakan informasi yang diperlukan orang agar bebas dan bisa mengatur diri sendiri (Kovach, 2006: 6).

Pada umumnya, media massa dibagi menjadi dua jenis, yaitu media cetak dan media siar. Media cetak berarti menggunakan unsur teks, baik tulisan maupun gambar pada media datar seperti koran, majalah, buku, tabloid, dan lain sebagainya. Sedangkan pada media siar, pesan dikemas dalam format audio atau visual atau audio visual dan menggunakan frekuensi untuk menyebarkannya.

Namun, seiring perkembangan zaman, saat ini juga dikenal adanya media online. Yaitu media massa yang menggunakan jaringan internet sebagai penghubung antara khalayak dengan pesan yang akan disampaikan. Format pesan pada media online, bisa dalam bentuk teks, gambar, video, atau format multimedia lainnya.

Dari ketiga jenis media massa di atas, media massa yang dianggap paling memiliki pengaruh besar dalam merubah tindak atau perilaku khalayak adalah televisi. Anggapan ini berangkat dari asumsi Gerbner yang mengatakan bahwa televisi merupakan media yang secara esensi dan fundamental, berbeda dengan bentuk-bentuk media massa lainnya. Dalam artian, televisi merupakan media yang menampilkan konten dalam format atau bentuk audio dan visual.

Sehingga, televisi dapat dengan mudah pula membentuk cara berpikir dan membuat kaitan dari masyarakat (Turner, 2008:85).

Televisi memiliki pesan atau informasi yang biasa disebut dengan konten. Konten yang dimiliki televisi untuk kemudian disampaikan kepada khalayak sebenarnya tidak hanya program atau acara TV. Namun, juga iklan-iklan yang disiarkan oleh televisi juga termasuk dalam konten TV.

Pengertian dari iklan sendiri bentuk komunikasi berbayar yang menggunakan media massa dan media interaktif untuk menjangkau audiensi yang luas dalam rangka menghubungkan sponsor yang jelas dengan pembeli (audiensi sasaran) dan memberikan informasi tentang produk (barang, jasa, dan gagasan) (Moriarty, 2009:9).

Dikatakan juga bahwa pada intinya, iklan dimaksudkan untuk menciptakan dampak, yakni respons konsumen, seperti memahami informasi atau membujuk seseorang untuk melakukan sesuatu.

Maka, jika bicara mengenai iklan dan media massa, maka iklan dengan format televisi (audio dan visual) seakan cenderung efektif. Iklan yang efektif adalah iklan yang dapat menimbulkan dampak (minat atau ketertarikan) yang besar. Hal ini penulis sampaikan karena mengingat sifat televisi yang kuat sebagai media massa, ditambah pula dengan iklan yang memiliki tujuan mendapatkan respon besar dari audiens.

Dari pemikiran di atas, penulis memutuskan untuk melakukan *internship* atau kerja magang di *Production House* atau Rumah Produksi yang membuat iklan atau TVC (Television Commercial) untuk kepentingan televisi (audio dan visual). Penulis ingin tahu betul bagaimana proses pembuatan iklan dari tahap awal hingga iklan sampai ditayangkan di televisi.

Rumah produksi *Growing Up Films*, merupakan perusahaan yang kemudian memfasilitasi penulis untuk melakukan kerja lapangan. *Growing Up Films* bertempat di Jalan Brawijaya 1b No. 88, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Indonesia. Penulis melakukan kerja lapangan selama dua bulan di PH yang berdiri sejak bulan Januari 2013 tersebut.

Selama kerja lapangan, penulis menjadi *Production Assistant* atau biasa disebut dengan *PA*. Seorang *PA* dalam rumah produksi memiliki fungsi atau peranan sebagai orang yang bertanggung jawab atas detail produksi dari awal sampai produksi itu selesai (Fachruddin, 2012:458).

*PA* adalah anggota dari kru film dan jabatan yang digunakan dalam pembuatan film dan televisi untuk orang yang bertanggung jawab untuk berbagai aspek produksi. Tugas *PA* dapat sangat bervariasi tergantung pada anggaran dan persyaratan tertentu dari produksi serta apakah tidak produksinya serikat.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Dunia kerja merupakan hal yang pada umumnya belum dicapai oleh mahasiswa, termasuk penulis. Oleh karena itu, universitas mengadakan program kerja magang bagi mahasiswa tingkat akhir untuk dapat lebih mengenal dunia kerja yang sesungguhnya. Sehingga dapat mengalami langsung dan memahami dengan baik proses kerja, maupun orang-orang yang terbilang senior dalam pekerjaan tersebut. Kedua hal tersebut, tidak akan didapat oleh mahasiswa dalam keseharian kuliah.

Sehingga, dapat dijabarkan bahwa dengan kerja magang, penulis memiliki tujuan untuk :

- 1) Dapat langsung terjun ke dunia pekerjaan, khususnya pembuatan iklan. Dengan begitu, penulis akan mengetahui dengan detail dan runtut proses kerja pembuatan iklan.
- 2) Mampu beradaptasi dan bersosialisasi dengan orang-orang atau pekerja yang terlibat dalam dunia kerja rumah produksi pembuat iklan.
- 3) Melatih diri untuk dapat lebih matang dalam berpikir dari segala aspek, tentunya yang menyangkut pekerjaan.
- 4) Mampu menyiapkan mental serta pengetahuan sebagai bekal untuk terjun langsung saat mahasiswa harus bekerja sesungguhnya.
- 5) Dapat menambah *channel* atau kenalan untuk informasi mendapatkan pekerjaan.

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

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

Penulis melakukan kerja magang di *Growing Up Films* selama dua bulan. Yakni, terhitung dari 23 Juni 2013 sampai pada 23 Agustus 2013. Ketentuan kantor menyatakan bahwa, setiap pekerja harus masuk setiap hari Senin – Jumat. Untuk jam masuk, yaitu mulai pk 09.00 WIB sudah harus siap di kantor. Sedangkan, untuk waktu pulang tidak ada ketentuan wajib. Dengan kata lain, tidak ada patokan khusus untuk waktu pulang.

Seperti yang dialami oleh penulis selama dua bulan menjalani kerja magang, penulis sering berada di kantor lebih dari 7 jam. Itu pun, juga terkadang hari Sabtu dan Minggu harus siap di kantor karena ada persiapan untuk *shooting*, dan bahkan ada jadwal *shooting* yang jatuh pada akhir minggu.

Dari deskripsi waktu yang telah dialami oleh penulis, yaitu yang dijabarkan di atas, penulis menjadi paham bahwa untuk bekerja di lingkungan rumah produksi, bukan hanya performa tenaga yang menentukan profesionalitas tetapi juga pengorbanan waktu.

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

Dengan bermodalkan IPK 3,77 hingga akhir semester 5 dan sudah mengambil 111 SKS, serta memenuhi syarat administrasi, maka penulis memutuskan untuk mengambil SKS *Internship* atau kerja magang di semester tujuh ini.

Penulis mulai mengambil formulir KM-01 dan KM-02 pada bulan Mei, yaitu formulir kerja magang sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02). Kemudian, Surat Pengantar Kerja Magang diajukan oleh penulis kepada kantor, sebagai tempat penulis melakukan kerja magang. Selain surat tersebut, penulis juga mengajukan surat lamaran untuk kerja magang beserta daftar riwayat hidup kepada rumah produksi *Growing Up Films* pada 16 Mei 2013. Penulis mengantarkan langsung surat beserta lampirannya ke alamat *Growing Up Films* berada.

Hingga akhirnya, penulis mendapatkan surat tanda diterima kerja magang dari *Growing Up Films* pada 21 Juni 2013, dengan nomor surat 103GU.EP/VI.2013. Surat tersebut kemudian

penulis berikan kepada kampus sebagai bukti diterima kerja magang oleh kantor, dan juga untuk ditukar dengan Kartu Kerja Magang (KM-03), Formulir Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Laporan Realisasi Magang (KM-05), Penilaian Kerja Magang (KM-06), dan Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang (KM-07).

Selama kerja magang, penulis menjadi *Production Assistant* yang dibimbing langsung oleh *owner* sekaligus *Executive Producer Growing Up Films*, Yonpet Derusti. Dengan kata lain, segala kegiatan yang telah dilakukan oleh penulis selama kerja magang, baik harian ataupun mingguan, harus diketahui oleh Yonpet Derusti. Hal ini direalisasikan dalam bentuk menandatangani absensi serta kegiatan penulis yang telah penulis isi dalam formulir KM-04 dan KM-05.

Setelah masa kerja lapangan berakhir, penulis diwajibkan untuk membuat laporan kerja lapangan. Penulisan laporan kerja lapangan oleh penulis, dibimbing langsung oleh Ign. Haryanto. Selama masa bimbingan, penulis bisa konsultasi ataupun berdiskusi dengan dosen pembimbing mengenai konten laporan kerja magang, hingga akhirnya laporan magang layak untuk diuji dalam sidang laporan kerja magang.