



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

New Media merupakan sebuah produk komunikasi yang didukung oleh teknologi modern. Media online tersebut dapat digunakan melalui hardware digital yang dapat di akses dengan mudah oleh para penggunanya (Creeber dan Martin, 2009, h. 160). Kehadiran media baru tersebut dibarengi dengan pesatnya penggunaan internet. Internet merupakan salah satu bagian dari new media yang dikelola oleh sejumlah organisasi seperti provider dan badan telekomunikasi. Pengendalian dan pengelolaan internet tidak dimiliki oleh salah satu pihak atau maupun badan organisasi tunggal (McQuail, 2009, h. 28-29).

Salah satu jenis media baru yang saat ini sedang berkembang pesat adalah youtube. Menurut Wardhana dan Makodian, (2010, h. 175) dimana kontennya yang beragam dan dapat diakses secara gratis dengan mudah, menjadi incaran para penggunanya terutama anak muda. Kemudahan yang media baru ini tawarkan menjadi daya tarik tersendiri, yang kemudian menjadi perhatian para pengiklan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Dalam proses kerja magang yang penulis lakukan dalam VIP Kompas Gramedia, Filler youtube menjadi salah satu produk new media yang penulis produksi. Filler youtube merupakan salah satu media promosi yang dapat diakses dengan mudah melalui internet pada zaman new media saat ini. Sama seperti

pembuatan iklan pada umumnya, proses produksi filler youtube juga menggunakan teknik-teknik produksi iklan TV *commercial*. Menurut Madjadikara, (2005, h..49) pada umumnya iklan TV *commercial* akan berdurasi sekitar 30 sampai 120 detik. Hal tersebut tentu dipengaruhi oleh biaya produksi dan pemasangan iklan itu sendiri. Jika dalam penayangan tv commercial terdapat keterbatasan waktu, untuk filler youtube kita dapat membuat video dengan durasi yang lebih panjang. Hal tersebut yang membedakan kehadiran filler youtube dan iklan TV pada umumnya.

Madjadikara, (2005, h. 64) menyatakan, setiap media atau biro periklanan memiliki susunan departemen dan eksekusi ide kreatif yang berbeda-beda. Hal tersebut dapat disesuaikan berdasarkan kebutuhan klien, dan budget yang dimiliki. Sebagai asisten produksi dalam VIP Kompas gramedia, penulis bertugas serta bertanggung jawab atas kelangsungan proses produksi dari tahap pra produksi hingga proses produksi berlangsung. Selain itu, Madjadikara, (2005, h. 6) juga menjelaskan, ada kalanya departemen produksi berada di bawah kuasa departemen kreatif dan keuangan, yang membuat seorang asisten produksi harus berusaha keras mempersiapkan segala kebutuhan kreatif dengan anggaran yang sangat rendah. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi peran seorang asisten produksi dalam melaksanakan pekerjaannya.

Dalam memproduksi sebuah iklan, departemen produksi perlu memastikan secara mendetil yang dibutuhkan untuk ditampilkan dalam sebuah iklan. Menurut Masduki, (2004, h. 73) dalam proses produksi iklan terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan, seperti melakukan riset produk, keunggulan yang ingin

ditonjolkan, pesan yang ingin di sampaikan, serta segmen pasar yang dituju. Hal tersebut perlu diketahui oleh seluruh pihak yang terlibat, terutama departemen produksi yang secara langsung menangani proyek tersebut.

Tugas dari seorang asisten produksi dalam sebuah departemen kreatif tidak hanya berhenti sampai membuat konsep kreatif saja. Karena menurut Madjadikara, (2005, h .86) setelah klien menyetujui ide atau konsep kreatif yang di tawarkan, maka selanjutnya adalah tugas departemen kreatif untuk menyusun segala kebutuhan visualisasi, lokasi, dan menyesuaikan anggaran produksi pembuatan iklan tersebut. Hal itu terjadi pada masa pra produksi, dan harus tetap dijaga hingga proses produksi dilakukan.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sudah menjadi kewajiban untuk melakukan Praktik kerja magang dan menjadi salah satu syarat akademis yang harus ditempuh. Bertujuan agar mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara memperoleh pengalaman praktis di dunia kerja dan mampu mengaplikasikan pengalamannya yang sejauh ini diperoleh di dunia perkuliahan demi mendapatkan gelar S-1.

Melalui praktik kerja magang, penulis dilatih untuk mempunyai tanggungjawab dalam menjalankan suatu pekerjaan di dunia kerja, dengan baik dan benar, agar mendapatkan hasil yang memuaskan. Selain itu, dengan penulis melakukan praktik kerja magang, penulis dapat merealisasikan apa yang telah penulis dapat di dunia perkuliahan dalam bentuk teori dan merealisasikan

prakteknya di dunia kerja.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang berlangsung selama tiga bulan penuh, sesuai dengan ketentuan yang ada di Universitas Multimedia Nusantara. Pada rumah produksi VIP Productions, Terhitung sejak 15 Juli sampai dengan 15 Oktober 2016.

Selama melakukan praktik kerja magang di VIP Kompas Gramedia, penulis wajib untuk mengikuti aturan yang diberlakukan dalam sistem tersebut. Penulis wajib masuk kerja mulai dari hari senin hingga jumat, dari pukul 10:00 sampai dengan 17:00 WIB. Jadwal tersebut bisa berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan produksi dalam industri tersebut.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Terdapat beberapa syarat yang ditetapkan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara kepada mahasiswa/i program S1 untuk dapat mengambil mata kuliah Internship. Diantaranya menuntaskan 110 SKS tanpa nilai E, mengikuti pembekalan praktik kerja magang yang diadakan di Student Lounge gedung B lantai 3.

Selanjutnya, penulis diwajibkan mengurus pengajuan formulir KM-01 yang akan ditandatangani oleh Ketua Prodi Ilmu Komunikasi.

Berikutnya adalah mengirimkan pengajuan CV (Curriculum Vitae) ke perusahaan yang ingin dituju.

Perusahaan media yang dipilih oleh penulis untuk melakukan praktik kerja magang yaitu, rumah produksi VIP Productions. Pada tanggal 7 Juni 2016 penulis mendapatkan panggilan wawancara di unit 2 gedung Kompas Gramedia, Jalan Panjang 8A, Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Setelah melewati serangkaian tahap, akhirnya pada tanggal 15 Juli 2016 penulis dinyatakan dapat melangsungkan praktik kerja magang di rumah produksi VIP Productions, dan di tempatkan dalam divisi produksi menjadi *Assitent Production*.

Masa periode praktik kerja magang pun berakhir, penulis melakukan konsultasi kepada Bpk. Ignatius Haryanto, selaku dosen pembimbing penulis saat membuat laporan praktik kerja magang. Penulis mendapatkan banyak revisi dari dosen pembimbing. Hal ini berguna agar laporan praktik kerja magang yang penulis buat, tidak terdapat banyak kesalahan di dalam laporan praktik kerja magang dan sidang magang.