

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Penggunaan internet saat ini sudah menjadi alat komunikasi di dunia pemasaran yang dikonsumsi oleh banyak orang. Fenomena ini digunakan oleh produsen untuk menjual produknya ke konsumen ke pasar digital guna menampilkan *brand awareness-nya*. Bentuk komunikasi pemasaran dapat dilakukan oleh pemegang merek untuk meningkatkan gengsi brand tertentu dengan memanfaatkan penggunaan iklan, sponsor, promosi dan sebagainya (Suhodo, 2016).

Dalam jurnalnya Appel et al (2020) menjelaskan bahwa seiring perkembangan zaman, saluran komunikasi pemasaran melalui visual atau konten iklan bagi organisasi, instansi, dan perusahaan bisnis hingga politik telah beralih ke platform digital atau media sosial. Maka dengan menggunakan media sosial sebagai tempat pemasaran, sosial media seperti Instagram, Facebook, Youtube, hingga Tiktok menjadi media berisikan konten – konten yang mengiklankan sebuah produk (Ridwan, 2023). Konten iklan di sosial media yang digunakan dapat digolongkan ke dalam beberapa jenis: Gambar digital (fotografi dan design grafis), suara (Musik dan podcast), audio visual (film dan video kreatif).

Kemunculan fenomena tersebut memicu tumbuhnya pelayanan atau jasa yang menawarkan pembuatan konten iklan yang kreatif. Agensi kreatif menyediakan layanan jasa tersebut untuk memasarkan jasa dan produk (Tamala, 2021). Agensi kreatif merupakan sebuah perkembangan dari agensi yang tidak lagi berperan sebagai konseptor iklan namun ikut mengembangkan sebuah brand (*Brand Identity*) yaitu pesan yang ingin disampaikan oleh klien. Hal ini ditekankan kembali oleh Suhodo (2016) yang menjelaskan definisi dari sebuah agensi; yaitu memberikan layanan pemasaran dengan membuat konsep/ide, memproduksi konsep/ide tersebut serta mendistribusikan iklan ke berbagai platform media.

Penulis memiliki ketertarikan untuk menjadi bagian dari tim produksi agensi. Hal ini dikarenakan selama mempelajari materi perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara, penulis mendalami proses pembuatan alur produksi film pendek. Penulis telah mempelajari mulai dari alur pembuatan film dokumenter, hingga musik video, dan pernah satu kali terlibat dalam produksi video komersil (*commercial video*). Penulis mencoba melakukan kegiatan magang praktik kerja di suatu agensi kreatif yakni *Idein Creative* sebagai asisten produksi. Agensi tersebut adalah salah satu agensi yang menawarkan *creative communication strategy* untuk meningkatkan brand awareness sebagai salah satu usaha jasa layanannya.

Penulis memilih posisi sebagai Asisten Produksi karena ingin melibatkan diri terhadap semua tahapan produksi konten iklan; mulai dari pra-produksi, produksi hingga pasca produksi. Penulis ingin memiliki visi yang cukup baik untuk menilai arah fenomena ini. Penulis juga berkeinginan mengenal lebih dalam tentang jenis usaha layanan komunikasi pemasaran visual menggunakan sosial media. Maka dari itu penulis ingin mendapatkan pengalaman dari keseluruhan alur produksi di agensi kreatif dengan berperan sebagai asisten produksi di *Idein creative*.

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

Bagian ini akan memberikan penjelasan maksud dan tujuan penulis dalam melaksanakan program magang. Berikut maksud dan tujuan penulis melaksanakan program magang di sebuah agensi kreatif yakni *Idein Creative*. Penulis mempunyai beberapa alasan dalam melaksanakan program magang ini. Pertama, program ini bersumbang sebagai salah satu syarat dari kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Seni di Universitas Multimedia Nusantara. Kedua, penulis juga ingin memperoleh pengalaman berkerja secara professional di dunia agensi kreatif khususnya di tim produksi. Ketiga, dengan menambah jejaring (*networking*) pekerjaan dengan orang baru khususnya di agensi kreatif, penulis bermaksud mengembangkan beberapa keahlian abad 21. Salah satu keahlian yang dikembangkan oleh penulis adalah *softskill* komunikasi yang baik dan efisien dalam tim produksi; serta

mengembangkan *skill time management*. Dalam program magang ini, penulis menerapkan ilmu produksi film yang dipelajari saat perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara ke dalam industri agensi kreatif.

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

Dalam mengikuti program magang yang bersifat wajib oleh kampus, pada semester ini penulis merencanakan mengikuti magang disalah satu perusahaan. Maka dari itu sejak akhir bulan November 2023 penulis telah menyusun *Curriculum Vitae* yang berisi biodata dan portofolio hasil karya dari penulis berupa *still image* film pendek dalam jenis: naratif, dokumenter, eksperimental, music video dan hasil kerja berupa design grafis. Pada dokumen curriculum vitae tersebut, penulis juga telah melampirkan dokumen yang dimaksud dan membuat akun dalam aplikasi LinkedIn, Glints, Kalibr dan juga MSIB (Magang dan Studi Independen Bersertifikat). Penulis kemudian melakukan proses *Job Hunting* / pencarian lowongan magang ke beberapa perusahaan yaitu Harian Kompas, Kementerian Keuangan, Coolvita dan dan beberapa stasiun televisi hingga rumah produksi. Penulis juga telah mengirimkan curriculum vitae dan portfolio serta mengirim email berupa cover letter kepada perusahaan-perusahaan tersebut.

Pada permulaan Bulan Desember tahun 2023, penulis dihubungi oleh beberapa perusahaan yang tertarik untuk mempekerjakan penulis, salah satunya adalah PT. Idein Kreatif Indonesia pada tanggal 24 Desember 2024. Perusahaan ini kemudian menawarkan posisi *Assistant Production Internship*. Selain jadwal interview, Perusahaan Idein Creative juga menyertakan buku panduan (*pre-interview deck*) sebagai panduan profil perusahaan untuk dipelajari sebelum melakukan interview.

Perusahaan melakukan proses interview daring melalui google meet yang dilaksanakan pada tanggal 27 Desember 2024 pukul 10.00 WIB. Setelah melakukan interview, Penulis menunggu hasil sekitar seminggu, untuk kemudian di informasikan melalui aplikasi *Whatsapp* bahwa penulis telah diterima sebagai asisten produksi internship. Setelah penulis dinyatakan diterima Saudari Risa

Cecilia selaku Human Resources dari PT. Idein Kreatif Indonesia memberikan surat kerja perjanjian magang. Surat tersebut menjelaskan perjanjian kerja antara Penulis dan Pihak Perusahaan Idein Creative. Pada surat tersebut dijelaskan perjanjian penulis dengan pihak Perusahaan bahwa penulis memulai magang pada tanggal 8 Januari hingga 8 Juli 2024.

Penulis melaksanakan kerja magang sesuai dengan perjanjian dalam surat perjanjian kerja magang, yaitu seminggu minimal *work from office* (WFO) sebanyak 3 kali kemudian maksimal *work from home* (WFH) sebanyak 2 kali. Penulis memiliki kewajiban memenuhi 9 jam kerja mulai datang pukul 09.00 WIB dan kemudian pulang pukul 18.00 WIB. Akan tetapi hal ini tidak menutup kemungkinan untuk pulang lebih dari jam kerja yang ditentukan apabila proses produksi masih berlanjut.

