

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dunia audio visual tidak hanya berbicara tentang film saja. Semakin berkembangnya zaman, berkembang juga media - media lain yang berhubungan dengan audio-visual itu sendiri, dan salah satu contohnya adalah iklan. Industri iklan pun semakin berkembang hingga tahun - tahun yang akan datang. Iklan seakan menjadi media audio visual yang sangat digunakan oleh kebanyakan orang dalam menginformasikan sesuatu. Iklan merupakan suatu bentuk informasi produk maupun jasa dari produsen kepada konsumen maupun penyampaian pesan dari sponsor melalui suatu media. “Periklanan merupakan proses komunikasi lanjutan yang membawa khalayak ke informasi terpenting yang memang perlu mereka ketahui” (Jefkins, 1997: 16).

Dalam dunia periklanan, tentunya memiliki banyak kru dalam proses pengerjaannya. Salah satu yang memegang peran penting dalam dunia periklanan adalah production assistant. Menjadi production assistant, berarti terlibat dalam semua proses pengerjaan proyek dari awal hingga akhir. Asisten Produser adalah seseorang yang bertugas membantu produser dalam pelaksanaan produksi, berfungsi sebagai sekretaris dan juru bicara produser. (Latief & Utud 2015:127). Pengerjaannya sebagai asisten produksi dimulai dengan melakukan segala persiapan mulai dari menyusun, mencari, mencatat, mengumpulkan, mengkoordinasikan semua fasilitas produksi, studio, desain grafis, busana, tata rias, kamera, audio, pencahayaan, merancang jadwal acara, serta skenario, dan terkadang juga berkontribusi dalam proses kreatif.

Dengan pernyataan ini dan setelah berbincang - bincang mengenai industri periklanan di Indonesia, akhirnya meyakinkan penulis untuk menjadi *production assistant* apabila ingin mempelajari bagaimana iklan dapat dibuat. Melalui beberapa pertimbangan, akhirnya penulis juga memutuskan untuk magang di rumah produksi yang fokus dalam pembuatan iklan. Penulis

mendapatkan saran agar melakukan program magang bersama sebuah perusahaan khusus rumah produksi bernama Ganesha Idea. Setelah itu, penulis melakukan riset lebih lanjut dengan melihat website, media sosial, serta youtube dari Ganesha Idea. Ganesha Idea ternyata adalah rumah produksi yang sudah sering kali membuat projek dengan keberagaman klien, contohnya dari untuk sektor produksi makanan ada Sasa, Pristine, Mie GAGA, Chitato Lite, sektor elektronik terdapat Wasser, Sharp, Indihome serta telah dipercaya oleh beberapa BUMN seperti BP Batam, bank Mandiri, Garuda Indonesia, dan masih banyak lagi. Dengan kumpulan portofolio Ganesha Idea yang telah penulis kumpulkan, penulis menjadi semakin percaya dan yakin bahwa Ganesha idea dapat memberikan pengalaman berbeda dari setiap projek yang penulis jalani karena keberagaman portofolio Ganesha Idea serta mempelajari lebih dalam industri periklanan di Indonesia.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Selama melakukan proses perkuliahan sejauh 5 semester di Universitas Multimedia Nusantara, penulis merasa penasaran untuk mempelajari iklan, terkhusus dunia periklanan dalam industri Indonesia. Iklan televisi adalah sebuah dunia magis yang dapat mengubah komoditas kedalam kegemerlapan yang memikat dan mempesona menjadi sebuah sistem yang keluar dari imajinasi dan muncul ke dalam dunia nyata melalui media Sebagai salah satu bagian dari komunikasi pemasaran (Kotler, 2005:277). Penulis pun merasa tertarik untuk mempelajari lebih dalam tentang bagaimana menciptakan iklan yang dapat menarik perhatian masyarakat dengan pesan yang berbeda - beda sesuai pasar yang dituju.

Tujuan dari penulis untuk mengambil program magang di Ganesha Idea adalah untuk belajar dan mengetahui proses pembuatan iklan dari awal hingga akhir. Dengan mengambil peran *production assistant*, penulis mampu melihat bahkan terlibat secara lengkap dimulai dari pembuatan deck pitching hingga proses final present kepada Client dan Agency. Tujuan lainnya yaitu mengambil program MBKM Track 1 yang diadakan oleh Universitas Multimedia

Nusantara adalah sebagai syarat kelulusan yang sudah diberikan oleh pihak kampus.

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

Melalui beberapa pertimbangan, akhirnya penulis memutuskan untuk melanjutkan studi semester 6 dengan mengikuti program magang MBKM Track 1. Penulis juga memutuskan untuk magang di rumah produksi yang fokus dalam pembuatan iklan, komersial, dan video musik bernama Ganesha Idea agar bisa lebih fokus belajar serta mendapat pengalaman lebih dalam industri periklanan di Indonesia. Menjelang akhir Desember 2023, Penulis mendaftarkan diri dengan mengirimkan curriculum vitae dan masuk ke tahap wawancara yang kemudian diterima untuk magang di Ganesha Idea.

Proses selanjutnya penulis mendaftarkan diri di website UMN merdeka, yang kemudian mendapatkan cover letter dari pihak UMN. Penulis memberikan cover letter tersebut kepada pihak managing director Ganesha Idea. Setelah itu, penulis mendapatkan Letter of Acceptance dari pihak Ganesha sebagai bukti bahwa penulis diterima magang. Kemudian, penulis mengumpulkan Letter of Acceptance ke website UMN Merdeka dengan tujuan kelengkapan dokumen dan dapat mengisis Daily Task setiap minggunya.

Program magang di Ganesha Idea mulai dilakukan secara offline pada tanggal 2 Januari 2024, dengan jam operasional kerja yang dilaksanakan dari jam 09.00 WIB hingga jam 18.00 WIB. Kegiatan bekerja diadakan setiap hari senin sampai jumat. Namun dengan hari dan waktu yang fleksibel, terkadang jam bekerja akan berubah menyesuaikan dengan situasi tertentu. Situasi yang dimaksudkan adalah seperti proses pengerjaan sebuah proyek yang memungkinkan syuting maupun kegiatan lainnya pada hari sabtu dan minggu, serta jam kerja yang juga dapat berubah hingga 12 jam.