

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Semakin pesatnya perkembangan zaman, kini iklan bukan hanya terdapat pada media cetak maupun radio. Kini iklan sudah menjamur ke ranah audio visual, setiap iklan di Indonesia selain punya bahasa *marketing* juga mempunyai ciri khas dan cerita yang membuatnya semakin seru untuk ditonton. Sama halnya dengan proses pembuatan film, iklan juga mempunyai tahapan pra-produksi sampai dengan paska produksi. Maka dari itu, penulis merasa tertarik untuk mempelajari dunia periklanan, pelajaran cara produksi iklan dapat diadaptasi ke proses produksi film. Iklan merupakan segala bentuk presentasi dan promosi ide, barang atau jasa (Kotler dan Keller (2016:582), maka dari itu penulis mau masuk periklanan dan membuat iklan yang bisa di bilang keren dan bagus untuk menyampaikan penjualan.

Penulis juga mengetahui pekerjaan di industri periklanan akan tetap diperlukan kedepannya, dapat kita lihat menurut riset oleh Lyfe Marketing tahun 2020 yang berjudul *Defining What is Digital Advertising and Why You Need It*, secara global 3,5 miliar pencarian pada google dilakukan tiap hari, dan 35% dari itu mencari produk. Maka dari itu pertumbuhan *e-commerce* sangat cepat. Selain itu, iklan digital juga menggunakan alat untuk menganalisis data-data agar dapat membuat kampanye iklan yang efektif, ditambah lagi Indonesia merupakan salah satu pasar iklan terprogram dengan pertumbuhan tercepat.

Dapat kita lihat iklan di Indonesia yang awalnya sangat banyak di televisi karena banyak orang yang menonton tv, kemudian muncul sosial media seperti Instagram dan tiktok yang tidak membuat iklan berkurang tetapi bertambah media baru. Menurut penulis ini akan sangat menarik untuk diulik, dipelajari proses *development* hingga *delivery*. Selain itu, penulis dapat mempelajari bagaimana cara berjualan dan diskusi dengan klien. Penulis ingin mengetahui proses dari awal hingga akhir pembuatan iklan, maka dari itu penulis memutuskan untuk menjadi *Production Assistant*.

Penulis mencari beberapa rumah produksi dengan gaya bekerja yang mirip dengan penulis, penulis menemukan rumah produksi Berkah Film yang dimiliki oleh *Executive Producer (EP)* Bernama Augustine Angeline dan 2 Sutradara kelas atas yang Bernama Ray Farandy Pakpahan dan Sanhaji. Terlebih lagi karena ada 2 *Director Junior* yang salah satunya merupakan lulusan Universitas Multimedia Nusantara, penulis jadi tertarik untuk belajar di rumah produksi ini. Penulis juga melihat Berkah Film memiliki koneksi yang besar ke *crew-crew* lainnya dan ke klien lainnya.

Sebelum masuk ke rumah produksi ini penulis sempat bertanya mengenai rumah produksi Berkah Films ke Angkatan 2020, respon yang diberikan sangat positif. Jadi, penulis memilih untuk magang di Berkah Film agar dapat mengembangkan keahlian dan lebih mengerti proses bekerja level industri besar. Rumah Produksi Berkah Films merupakan rumah produksi yang masih baru, tetapi sudah sering meng-*handle* klien kelas atas seperti BRI, Toyota, XL Axiata, CIMB Niaga, Disney+ Hotstar, Aqua, Pepsodent, Honda, Jenius, dan beberapa lainnya. Ini menguatkan alasan penulis masuk ke rumah produksi Berkah.

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

Selama 6 semester sebelumnya dalam perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara, penulis ingin mendalami pekerjaan di industri periklanan. Penulis ingin mengetahui proses kreatif maupun produksi yang terjadi pada industry profesional. Sebelumnya penulis pernah mengikuti mata kuliah *Commercial Production*, kini penulis ingin membandingkan kerja nyata pada dunia periklanan industri dengan apa yang sudah diajarkan pada perkuliahan.

Penulis mengambil magang di Berkah Films dengan tujuan untuk dapat mengamati proses pembuatan iklan pada industri dari tahap awal berbicara dengan klien sampai dengan akhir. Dengan menjadi *Production Assistant*, penulis dapat terlibat dalam tahap *brainstorming* untuk membuat *pitch deck* untuk klien sampai

dengan ke tahap *final present* kepada klien. Bekal ini dapat menjadi ilmu untuk penulis yang akan fokus dan meneruskan pekerjaannya di bidang penyutradaraan pada akhirnya. Penulis juga ingin menambah koneksi dan relasi kepada sesama pekerja di industri perfilman Indonesia yang dimana nantinya akan sangat berguna untuk meningkatkan kualitas kerja dalam penciptaan proyek selanjutnya.

Penulis berharap dengan menjadinya *production assistant* di Berkah Films akan mendapatkan wawasan yang dapat memberikan kontribusi dan menyediakan kebutuhan yang akan melancarkan kegiatan produksi tersebut.

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

Prosedur yang dilakukan penulis pada saat mendaftarkan magang adalah membuat CV/*Curriculum Vitae* beserta portofolio. Lalu, setelah menyelesaikan CV dan portofolio, penulis mengirimkan CV dan portofolio ke *Executive Producer (EP)* Berkah Films pada tanggal 6 Agustus 2024. Setelah mendapatkan balasan, penulis datang ke kantor untuk melakukan *interview*, pembicaraan dikantor meliputi pengalaman penulis dan kebiasaan bekerja di Berkah Films. Setelah itu, pada tanggal 18 Agustus 2024 penulis mengisi *regristration* pada laman Merdeka.umn.ac.id dan masuk magang di hari pertama per tanggal 19 Agustus 2024 untuk mengamati kegiatan *post production* proyek nutrijel, dan berpartisipasi dalam proses *pre production* proyek BRI.

Penulis masuk kerja mulai pukul 11.00 sampai dengan 20.00, tetapi jam kerja dapat menyesuaikan dengan jadwal produksi kadang dapat datang lebih siang atau pagi, dan pulang lebih malam atau lebih awal. Jadwal kerja di Berkah Film dari hari Senin – Jumat (Sabtu dan Minggu jika ada keperluan). Jika penulis ada kegiatan yang berhalangan untuk datang ke kantor, maka penulis akan izin terlebih dahulu kepada *supervisor* dan *Executive Producer (EP)*. Penulis menyimpulkan prosedur pelaksanaan kerja magang pada tabel berikut.