

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian mengenai asisten produksi di media Indonesia menyoroti peran krusial mereka dalam menjaga kualitas program dan mendukung proses produksi. Tugas utama dari asisten produksi adalah untuk mengkoordinasikan anggota tim, mengatur jadwal, dan memastikan pengumpulan dan pemilihan data yang tepat waktu (Dehaan et al., 2021). Tugas yang dilakukan mencakup keseluruhan periode pra produksi, produksi, dan pascaproduksi, dan juga menyiapkan, mengelola skrip, pengaturan waktu, dan tugas pascaproduksi (Sandika, 2021). Jadi secara umum, tugas seorang asisten produksi cukup penting untuk mendukung keberlangsungan dan kelancaran sebuah produksi.

Iklan merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang tersebar luas yang melingkupi kehidupan modern. Iklan juga memanfaatkan berbagai media, termasuk media cetak, radio, televisi, dan platform digital, untuk menyampaikan pesan tentang produk atau layanan kepada sasaran konsumen atau publik yang tepat (Budiman, 2022). Penulis tertarik dengan cara kerja rumah produksi iklan dan bagaimana hal ini berbeda dengan memproduksi sebuah film dari segi ukuran produksi hingga persiapan yang harus dilakukan. Penulis memutuskan untuk terjun bergabung di rumah produksi iklan dengan tujuan untuk belajar mendukung sebuah produksi dari tahap awal hingga akhir dan memperhatikan segala yang terjadi. Maka dari itu penulis mencari dalam daftar rumah produksi iklan.

Karena media sosial dengan segala platformnya sedang sangat populer, maka penulis ikut penasaran untuk terjun dalam rumah produksi yang menghasilkan iklan yang secara spesifik mendistribusikan hasil karyanya di media sosial daripada komersial yang ditayangkan di televisi. Iklan media sosial, khususnya iklan yang ditargetkan secara spesifik ditargetkan kepada konsumen tertentu, terbukti menjadi lebih efektif dengan tujuan untuk lebih menegaskan kepada siapapun yang melihatnya (Auvarda & Irwansyah, 2022). Di masa

sekarang pada *platform* sosial media, pengiklanan juga menggunakan sistem algoritma yang mencocokkan pengguna media sosial dengan iklan-iklan yang mereka terima dan tonton. Sehingga, sudah menjadi tujuan dari perusahaan-perusahaan yang berusaha terlihat dalam publik untuk berlomba-lomba memikirkan cara mendapatkan perhatian yang cukup dari para konsumen. Itulah sebabnya dibutuhkan pekerja kreatif untuk membantu mendukung ide tersebut dan merealisasikannya.

Dengan industri periklanan di media sosial yang sedang meningkat, penulis yakin untuk bekerja dan berkontribusi ke dalam rumah produksi ini. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak juga *brand* dan perusahaan yang ingin berpindah dan ekspansi pengiklanan produknya tidak hanya di televisi namun juga memperbaiki tampilan sosial media dan *soft selling* mereka. Hal ini dapat mereka lakukan dengan cara menawarkan produk namun tidak terlihat memaksa dan menarik. Itulah sebabnya penulis menawarkan diri untuk magang di perusahaan yang berkulit di area periklanan untuk media sosial.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Magang atau MBKM menjadi satu dari beberapa kegiatan yang wajib untuk dilakukan supaya dapat memenuhi syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara. Kegiatan magang menjadi langkah awal seorang mahasiswa dapat langsung terjun dan mencoba bekerja di industri yang sesuai dengan pelajaran yang selama ini dipelajari. Dengan adanya periode magang ini, penulis berharap untuk bisa belajar lebih banyak tentang praktek dari apa yang sudah dipelajari dan mengaplikasikannya ke dalam proyek atau pekerjaan yang dihadapi. Harapannya adalah dengan kontribusi ini bukan hanya penulis yang mendapatkan ilmu dan pengalaman lebih namun juga kontribusi yang dapat menguntungkan perusahaan. Pekerjaan spesifik di bagian asisten produksi mendukung penulis untuk bisa membantu dan mendukung seluruh departemen yang ada di dalam produksi.

Karena itu pengalaman dan ilmu yang didapatkan pasti akan lebih banyak dan meluas dan tidak hanya menjurus kepada suatu departemen saja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis mulai untuk mencari dan menawarkan diri kepada rumah produksi untuk magang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dan mengaplikasikan CV dan portofolio ke berbagai rumah produksi yang menarik melewati surel. Beberapa hari kemudian rumah produksi Focus by Dozens membalas surel tersebut dengan mengatakan bahwa mereka tertarik dan memang sedang membutuhkan bantuan di divisi produksi. Setelah itu wawancara dijadwalkan dan akhirnya dilakukan. Pada akhirnya setelah wawancara, penulis diterima untuk mulai bekerja minggu berikutnya.

Rumah produksi *Focus by Dozens* menawarkan pekerjaan umum sebagai asisten untuk membantu berjalannya produksi. Namun, pada departemen yang lain, penulis juga diminta bantuan untuk mendukung pekerjaannya. Rumah produksi ini adalah hasil dari sebuah divisi dalam perusahaan yang mereka sebut sebagai divisi produksi. Divisi produksi ini mengerjakan segala macam konten promosi mulai dari iklan, media sosial sebuah brand, kampanye produk, dan masih banyak lagi. Sehingga pekerjaan yang diberikan setiap minggunya cukup penuh ditambah lagi sumber daya manusia yang relatif pandai di bidang mereka namun sedikit. Sehingga setiap minggunya tugas penulis adalah sebagai asisten untuk mengisi, mendukung, dan mengingatkan pekerjaan mereka supaya dapat selesai sebelum tenggat waktu yang diberikan oleh *client*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A