

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan perkembangan media sosial saat ini, promosi menjadi sebuah cara yang cukup penting bagi sebuah *brand* untuk membangun komunikasi dan berinovasi. Sehingga *brand* terdorong untuk membuat konten promosi, salah satunya dalam bentuk video. Video promosi tersebut terbilang cukup banyak digunakan sebagai salah satu media yang mampu menjangkau audiens dengan sifat video yang dinamis dan naratif. Sehingga dengan terdapatnya videografer sebagai pembuat video menjadi peran yang cukup penting dalam proses produksi promosi.

Terdapat beberapa cara untuk menarik perhatian audiens, salah satunya dengan periklanan (*advertising*) yang merupakan salah satu bentuk promosi yang digunakan sebagai sarana komunikasi melalui media tertentu dan terdapat sejumlah biaya yang harus dikeluarkan oleh sebuah perusahaan (Purbohastuti, 2017). Produksi promosi merupakan salah satu bagian yang cukup penting dari strategi komunikasi dalam pemasaran yang memiliki tujuan untuk membangun *brand* dan mengubah perilaku konsumen. Proses dari produksi promosi ini juga tidak sekedar fokus terhadap aspek teknis, namun harus disertai dengan kemampuan kreatif yang dapat menyusun pesan visual yang sesuai dengan tujuan promosi (Arens & Weigold, 2016)

Peran videografer tidak hanya mampu dan bisa menggunakan kamera, tetapi juga dituntut untuk bisa menjadi penghubung dalam komunikasi visual sekaligus penerjemah ide dan pesan menjadi sebuah susunan gambar bergerak yang memiliki makna. Sebagai videografer juga dituntut untuk memahami berbagai elemen salah satunya teknik pencahayaan, komposisi, dan gerakan kamera. Elemen tersebut memiliki keterkaitan langsung dengan narasi visual yang dibuat oleh videografer itu sendiri (Zettl, 2014).

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kegiatan kerja magang untuk memenuhi syarat kelulusan program studi film. Selain itu, penulis juga memiliki maksud dan tujuan melakukan kerja magang ini untuk menerapkan kemampuan yang telah dipelajari di program studi film. Penulis juga berharap dengan modal kemampuan yang telah dimiliki, penulis bisa siap untuk ditempatkan dalam dunia kerja profesional.

Harapan penulis ketika sudah menyelesaikan kegiatan magang di *Until Eight Creative* ini, penulis sudah mendapatkan pengalaman yang cukup untuk bisa menangani proyek sendiri tanpa harus melibatkan perusahaan. Dengan pengawas utama perusahaan yang merupakan seorang *content creator* yang cukup terkenal, penulis bisa memanfaatkan keadaan tersebut untuk memperluas jaringan untuk bisa mendapatkan lebih banyak peluang kerja.

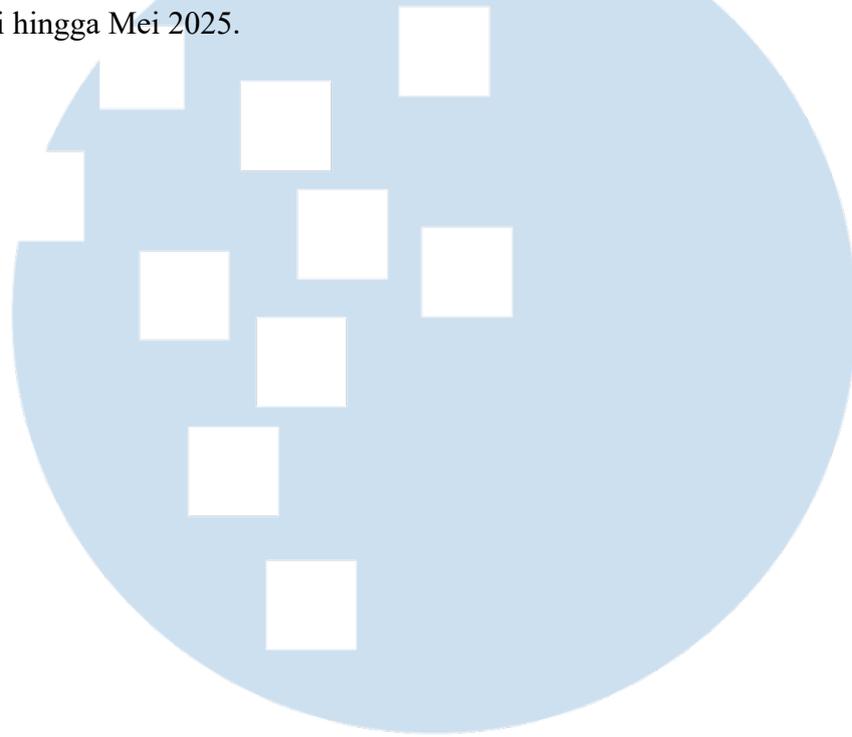
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kegiatan magang ini yang merupakan kelanjutan dari program magang pada semester sebelumnya. Karena program magang ini dapat dijadikan sebagai syarat kelulusan. Maka dari itu penulis memilih untuk melanjutkan program magang ini.

Penulis memulai kegiatan magang ini dengan mengajukan perpanjangan kontrak pada 3 Januari 2025 di kantor *Until Eight Creative*, yang terletak di Taman Ratu, Jakarta Barat. Lalu, penulis mendapatkan surat penerimaan kerja yang telah diperbarui dan melakukan pendaftaran magang di *website* kampus merdeka. Setelah itu, penulis mulai melanjutkan kegiatan magang pada 6 Januari 2025.

Penulis memiliki waktu kerja yang terhitung dari pukul 10.00 WIB sampai pukul 19.00 WIB pada hari Senin, Rabu, dan Jumat. Tetapi, terkadang terdapat pekerjaan tambahan atau proyek di luar jam kantor. Sehingga, penulis juga harus bekerja di luar waktu kerja yang telah disepakati. Pada kegiatan magang ini, penulis diberikan upah setiap akhir bulan.

Berdasarkan surat penerimaan kerja, penulis bekerja dan diawasi oleh seorang pengawas utama perusahaan yaitu Joshua Lee sebagai *Creative Director*. Kegiatan magang ini dilaksanakan oleh penulis selama 5 bulan terhitung dari bulan Januari hingga Mei 2025.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA