

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Iklan TVC dari televisi telah mengalami transmigrasi ke digital yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dan kebutuhan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien. Industri kreatif, khususnya dalam pembuatan video iklan digital, terus mengalami perkembangan pesat seiring dengan perubahan pola konsumsi media dan teknologi digital. Saat ini, industri periklanan tidak hanya berfokus pada media konvensional seperti televisi, tetapi juga merambah ke *platform* digital. Perusahaan-perusahaan *brand* pengiklan mulai mengalokasikan anggaran lebih besar untuk iklan berbasis digital, termasuk *content marketing*, dan *video campaign*. Di tengah kondisi tersebut, kebutuhan akan tenaga kreatif yang mampu menggabungkan *storytelling* yang kuat untuk menyampaikan *key message* yang diinginkan oleh *brand* dengan pemanfaatan teknologi semakin meningkat. Berdasarkan dari *podcast* berjudul *Hulu ke Hilir Dalam Produksi* oleh Ikatan Rumah Produksi Iklan Indonesia (IRPII, 2024).

Oleh karena itu dibutuhkan seorang sutradara untuk menjadi pilar utama dalam pembuatan video iklan digital untuk memenuhi kebutuhan industri ini. Salah satu sutradara yang memiliki rekam jejak dalam produksi iklan digital adalah Pambayun Septianto Wiguno. Seorang sutradara tidak bekerja sendiri melainkan dibantu oleh seorang *Asisstant to Director* yang bekerja atau bertindak sebagai orang yang membantu sutradara untuk mencapai visi yang sudah ditetapkan oleh sutradara. Penulis berkesempatan melakukan praktik kerja magang sebagai *Assistant to Director* yang bekerja langsung dibawah sutradara Pambayun Septianto Wiguno.

Sebagai *Assistant to Director*, tugas utama penulis ialah memastikan bahwa visi kreatif sutradara dapat terwujud secara efektif dan efisien oleh seluruh departemen yang terlibat. Penulis memilih posisi ini karena berkeinginan untuk mengetahui lebih mendalam terkait *workflow* dan cara sutradara iklan digital dalam bekerja dan memimpin tim. Dengan menjalani magang di posisi *Assistant to*

Director ini, penulis berharap dapat memperdalam pemahaman tentang proses produksi video iklan digital di lingkungan profesional, dari tahap perencanaan hingga pascaproduksi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis memilih untuk melakukan pelaksanaan praktik kerja magang dengan sutradara iklan digital Pambayun Septianto Wiguno, bertujuan untuk mengeksplorasi proses produksi iklan digital dalam lingkungan industri profesional secara mendalam dari tahap perencanaan hingga pascaproduksi. Kegiatan ini sekaligus menjadi sarana untuk mengintegrasikan pengetahuan teoritis yang penulis peroleh selama masa perkuliahan dengan penerapan praktis di lapangan. Penulis berharap dengan terlibat langsung sebagai *Assistant to Director* yang memberikan kontribusi seperti pembuatan *deck* kreatif, mencari referensi, *recce*, dan supervisi pascaproduksi, dapat mempertemukan penulis dan menjalin relasi baru dengan para pegiat atau pekerja profesional yang ada di lingkungan industri kreatif ini.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memulai program magang sebagai *Assistant to Director* untuk sutradara iklan digital Pambayun Septianto Wiguno pada periode 10 Februari hingga 10 Mei 2025. Proses pelamaran praktik kerja magang diawali dengan mengirim pesan *direct message* melalui *platform* Instagram untuk menyatakan ketertarikan bergabung dalam tim sutradara tersebut. Setelah lamaran disetujui, penulis kemudian menjelaskan mekanisme magang kampus yang harus dipenuhi. Pambayun Septianto Wiguno selanjutnya membantu penyelesaian dokumen administratif untuk pendaftaran program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Pelaksanaan magang ini menerapkan sistem jam kerja fleksibel, disesuaikan dengan tahapan produksi proyek iklan yang sedang berjalan. Mengingat status Pambayun Septianto Wiguno sebagai sutradara iklan pekerja lepas, jadwal kerja penulis mengikuti kesepakatan antara sutradara, klien dan *agency*.