

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan digitalisasi yang kian pesat membuat industri kreatif—khususnya di bidang periklanan dan konten visual—mengalami pertumbuhan yang dinamis. Perusahaan dengan spesialisasi pada produksi iklan, konten, *photo studio*, dan layanan ads lainnya memiliki keunggulan kompetitif dalam mendukung komunikasi pemasaran serta membangun citra merek yang kuat (Harry Saptarianto et al., 2024).

Kondisi pasar tentu akan makin kompetitif menuntut inovasi dan pemanfaatan teknologi digital di setiap tahap produksi, sehingga perusahaan dengan spesialisasi tersebut menjadi pilihan bijak untuk mengembangkan keterampilan praktis dan pendalaman seluk-beluk industri kreatif.

Pemilihan perusahaan periklanan sebagai lokasi magang didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama-tama, perusahaan telah menunjukkan pengalamannya dan reputasi dalam menghasilkan konten iklan berkualitas tinggi. Reputasi ini tercermin melalui portofolio proyek besar serta kemampuan dalam mengintegrasikan berbagai elemen kreatif, seperti pengambilan gambar, pengolahan *visual*, dan penyuntingan digital. Dengan posisi saya yang mana sebagai Asisten *Editor*, kesempatan untuk mempelajari teknik penyuntingan modern dan proses produksi iklan secara menyeluruh menjadi nilai tambah yang signifikan.

Perubahan paradigma dalam industri periklanan yang beralih dari media konvensional ke media digital menjadi faktor pendorong pemilihan tempat magang. Teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan terhadap cara penyampaian pesan melalui visual, sehingga inovasi digital menjadi keharusan dalam merespons tren industri (Dian Sudiantini et al., 2023). Melalui pengalaman langsung dalam produksi iklan, dapat diamati secara mendalam bagaimana tim kreatif berkolaborasi untuk menghasilkan konten yang tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan pemasaran. Interaksi dengan para profesional di bidang ini memberikan wawasan mengenai

tantangan dan peluang yang dihadapi, sehingga memperkaya pemahaman terhadap dinamika industri kreatif yang senantiasa berubah.

Industri periklanan modern telah mengalami perubahan besar dalam kompleksitas produksi video, menjadikan peran asisten video *editor* semakin penting untuk memastikan kualitas dan efisiensi dalam alur kerja produksi. (Liu et al.2018) mengungkapkan bahwa proses pengeditan video memerlukan koordinasi teknis yang rumit untuk menghasilkan konten yang mampu menarik perhatian konsumen secara efektif. Dalam produksi iklan untuk merek premium seperti L'Oréal, diperlukan standar kualitas visual yang sangat tinggi, yang mengharuskan adanya keahlian teknis khusus dalam *color grading*, koreksi warna kulit, dan efek visual yang konsisten.

Kolaborasi tim dalam produksi iklan komersial sangat kompleks dibandingkan dengan jenis produksi konten lainnya. Penelitian oleh Motion Picture Association menunjukkan bahwa 89% keberhasilan proyek bergantung pada koordinasi yang efektif antara tim kreatif, klien, dan tim pasca produksi (Motion Picture Association, 2023). Komunikasi selama putaran umpan balik antara klien dan rumah produksi dapat menjadi tantangan, terutama terkait persyaratan teknis dan penyelarasan visi kreatif. Sebagai asisten *editor*, seseorang dapat mempelajari cara mengelola ekspektasi klien, menerjemahkan ringkasan materi iklan ke dalam eksekusi teknis, dan menjaga konsistensi kualitas selama proses revisi intensif.

Permintaan akan profesionalisme di industri kreatif Indonesia semakin meningkat seiring dengan berkembangnya standar internasional dan persaingan global. Data dari Badan Ekonomi Kreatif Indonesia menunjukkan bahwa 68% perusahaan kreatif mencari pekerja dengan keseimbangan *technical* dan *soft skill*, dengan *problem solving* dan *adaptabilitas* menjadi kriteria utama perekrutan (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2024). Industri periklanan, khususnya, membutuhkan para profesional yang dapat bekerja di bawah tekanan dengan tenggat waktu yang ketat dengan tetap mempertahankan standar kualitas tinggi. Pengalaman magang dalam lingkungan berbasis proyek yang serba cepat memberikan simulasi realistis tentang kondisi kerja aktual, mempersiapkan individu secara mental dan keterampilan untuk karir profesional di industri kreatif.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis dalam Studio Fotto bermaksud untuk segi administrasi kampus dan pengembangan diri. Dari segi administrasi kampus hal yang dilakukan dalam kerja magang untuk memenuhi syarat yudisium dalam memperoleh sarjana seni. Sedangkan dari segi pengembangan diri terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai penulis sebagai berikut.

1. Melatih kedisiplinan dan profesionalitas dalam industri kreatif
2. Mempelajari lebih dalam industri kreatif dalam pembuatan visual konten maupun produksi
3. Membangun relasi dan koneksi dengan orang-orang yang terlibat dalam industri kreatif.
4. Mengamati bagaimana *problem-solving* dalam pengerjaan industri kreatif.

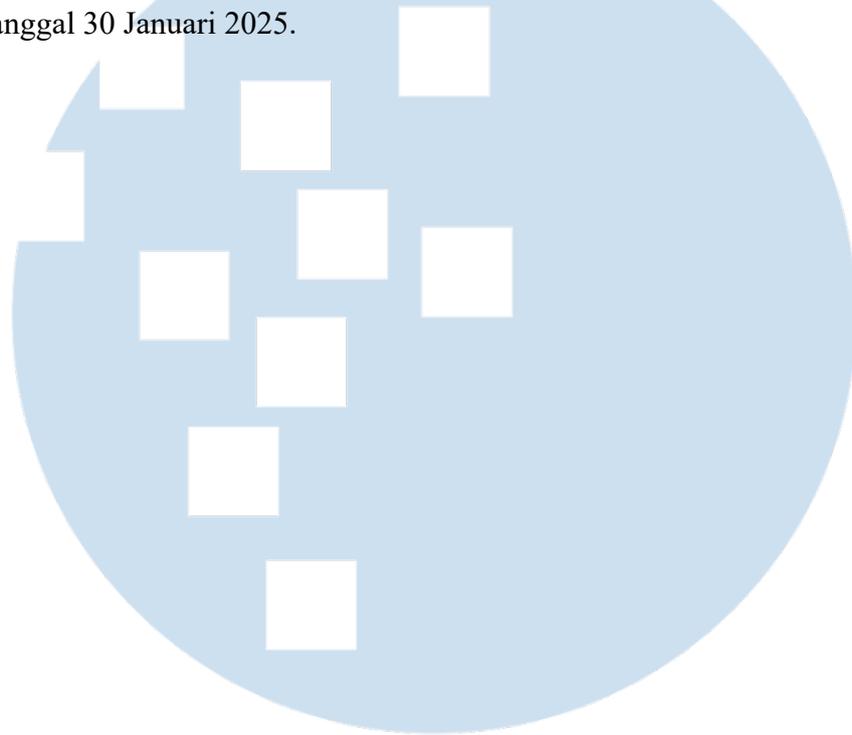
Dalam kesempatan magang ini penulis berharap dapat memberikan kontribusi kemampuan yang dimiliki penulis dalam penyuntingan gambar. Oleh karena itu, penulis ingin memberikan kontribusi untuk membantu proses produksi selain mendapatkan pengalaman magang di Rumah Produksi Studio Fotto

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang yang diberlakukan oleh kampus minimal 640 jam atau setara dengan 100 hari kerja dan waktu pengerjaan laporan magang minimal 207 jam. Waktu kerja Studio Fotto pada umumnya dilaksanakan dari hari Senin hingga Jumat pukul 08.00 hingga 19.00 WIB, tetapi waktu kerja yang diberlakukan sebenarnya bersifat fleksibel karena tergantung situasi, misalnya adanya proyek syuting. Praktik kerja yang dilakukan biasanya lembur dalam memenuhi kebutuhan produksi yang belum tercukupi. Pengerjaan laporan magang dilakukan ketika ada waktu senggang saat jam kantor dan waktu kosong di luar jam kantor.

Penulis menemukan Studio Fotto lewat promosi sosial media. Penulis berupaya mencari perusahaan magang sejak bulan November 2024. Studio Fotto menjadi pilihan penulis karena sesuai tujuan yang ingin dicapai penulis. Pada tanggal 20 Januari 2025, Penulis melampirkan *resume* beserta portofolio dan mengikuti proses wawancara bersama dengan Otto Ferdinand (Sebagai Founder

Studio Fotto) dan Anita Tambahyong (Sebagai Co-Founder Studio Fotto dan produser) melalui *platform* telekonferensi *Zoom*. Pada tanggal 29 Januari 2025, Penulis diterima sebagai peserta magang dan mulai praktik magang secara efektif pada tanggal 30 Januari 2025.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA