

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Film maupun iklan sebagai media audio-visual dibangun dari dua elemen utama, yaitu visual dan audio, yang bekerja secara sinergis dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Audio tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap visual, tetapi juga memiliki peran penting dalam memberikan informasi, mengarahkan alur, serta menghadirkan kedalaman emosional. Menurut Viers (2017), suara dapat hadir melalui dialog, efek suara, maupun musik yang kemudian memberi kehidupan pada sebuah karya. Murray (2019) juga menegaskan bahwa *sound design* dan musik merupakan elemen fundamental dalam menyampaikan makna penting dari media audio-visual. Dalam konteks iklan, keberadaan *sound effects* menjadi salah satu aspek yang sangat berpengaruh dalam memperkuat pesan, membangun atmosfer, dan menciptakan pengalaman imersif bagi penonton., sekaligus memahami standar profesional yang berlaku di industri dan lingkungan profesional.

Setiap proyek iklan memiliki kebutuhan audio, termasuk penggunaan *sound effects* untuk mendukung pesan dan suasana yang ingin disampaikan. Pembuatan maupun penataan elemen suara, baik dialog, musik, maupun efek, umumnya dilakukan di tahap *audio post production* agar hasilnya sesuai dengan kebutuhan narasi dan atmosfer iklan. Tahap ini mencakup sinkronisasi suara, pengeditan dialog, *ADR*, dan juga pengisian *SFX*. Wyatt dan Amyes (2005) dalam Bagaskara (2024) menyebutkan bahwa *audio post production studio* merupakan tempat penyuntingan dan penyempurnaan audio yang didapat dari produksi film.

Hal ini mendorong penulis untuk mempelajari lebih dalam proses kerja seorang *sound engineer* di industri. Dengan minat dan pengalaman di bidang audio yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, penulis memilih untuk

melaksanakan magang di Blue Magic Audio Post sebagai *sound engineer*. Blue Magic Audio Post merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *audio post production*, mencakup layanan seperti *voice over*, ADR, *sound effects*, *mixing*, dan *mastering*. Perusahaan ini telah mengerjakan berbagai proyek, di antaranya iklan BCA “Don’t Know, Kasih Nomor” serta iklan Pertamina MotoGP. Reputasi dan pengalaman tersebut menjadikan Blue Magic Audio Post sebagai tempat yang tepat bagi penulis untuk memahami secara langsung bagaimana audio digunakan dalam produksi iklan.

Magang di Blue Magic Audio Post memberikan kesempatan bagi penulis untuk melihat secara langsung bagaimana standar profesional diterapkan dalam produksi iklan, mulai dari tahap diskusi kreatif hingga proses teknis. Melalui pengalaman ini, penulis ingin memahami bagaimana suara digunakan secara strategis, sekaligus belajar tentang kedisiplinan, kerjasama tim, dan cara berkomunikasi dengan klien. Penulis berharap pengalaman magang ini dapat menjadi bekal untuk mengembangkan keterampilan di bidang audio serta menambah wawasan mengenai workflow industri post-production, khususnya dalam ranah periklanan.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Maksud dari pelaksanaan magang di Blue Magic Audio Post adalah untuk memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam memahami proses kerja di industri post-production, khususnya pada bidang *sound effects* untuk iklan. Melalui magang ini, penulis dapat mengamati dan mempelajari workflow profesional di dunia kerja, serta membandingkannya dengan teori yang diperoleh selama perkuliahan.

Adapun tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah sebagai berikut:

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

1. Memenuhi syarat kelulusan mata kuliah magang *track* dua yang merupakan bagian dari kurikulum Prodi Film Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menambah pengalaman praktis di industri *post-production*, khususnya dalam bidang *sound effects* untuk iklan.
3. Mengembangkan hard skill di bidang audio, terutama dalam hal pembuatan dan pengolahan efek suara.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis memperoleh informasi mengenai peluang magang di *post-production house* Blue Magic Audio Post melalui seorang teman. Awalnya, penulis lebih tertarik untuk mencari pengalaman magang di bidang produksi film fiksi, namun setelah melihat bagaimana dunia iklan memanfaatkan audio secara kreatif untuk membangun suasana, penulis mulai tertarik untuk mendalami peran suara dalam ranah periklanan. Hal ini mendorong penulis untuk mencoba pengalaman baru di bidang *sound post-production*, khususnya pada posisi sebagai *sound engineer*.

Setelah mendapatkan informasi tersebut, penulis segera menghubungi pihak Blue Magic Audio Post melalui *WhatsApp* pada tanggal 4 September 2025 untuk menyampaikan ketertarikan dan menanyakan ketersediaan posisi magang. Dalam komunikasi tersebut, penulis tidak hanya memperkenalkan diri, tetapi juga menjelaskan alasan ketertarikan untuk magang serta menyoroti kemampuan dan pengalaman dasar di bidang audio yang relevan dengan kebutuhan *post house*.

Beberapa hari setelah menghubungi pihak perusahaan, penulis menerima balasan berupa undangan untuk mengikuti sesi wawancara. Wawancara dilaksanakan pada tanggal 8 September 2025 bersama salah satu perwakilan Blue Magic Audio Post. Dalam sesi tersebut, penulis berusaha menjelaskan latar belakang pendidikan, pengalaman terkait audio, serta motivasi untuk mempelajari

lebih dalam peran suara dalam industri iklan. Wawancara berlangsung dengan suasana yang profesional, di mana penulis juga diberi kesempatan untuk bertanya mengenai alur kerja dan budaya kerja di Blue Magic Audio Post.

Proses dari tahap komunikasi hingga pelaksanaan wawancara berlangsung dengan cepat. Hanya sehari setelah wawancara, penulis menerima kabar baik bahwa penulis diterima sebagai mahasiswa magang di Blue Magic Audio Post dengan posisi sebagai *sound engineer*. Penulis mulai bekerja pada tanggal 9 September 2025 dengan sistem kerja *hybrid Work From Office* (WFO) dan *Work From Home* (WFH) yang berlangsung dari hari Senin hingga Jumat. Jam kerja dimulai pukul 11.00 hingga pukul 19.00 WIB di kantor Blue Magic Audio Post, Jl. Metro Duta Niaga Blok BA 4, Pd. Pinang, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12310.

