

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Periklanan Indonesia lahir secara resmi dengan terbentuknya Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I) pada tahun 1972 (Parandaru, 2021). P3I memiliki visi untuk industri iklan Indonesia yang bertanggung jawab pada asas-asas negara dan dapat bersaing dalam kancah nasional dan internasional (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia, 2017). Terbentuknya P3I membuktikan bahwa iklan penting dalam persaingan ekonomi Indonesia. Iskandar (2015), sekjen P3I menyatakan bahwa periklanan Indonesia menanjak pesat dalam media cetak, luar ruangan, TV dan digital. Perkembangan ini membuktikan sesungguhnya periklanan terkonversi menjadi penjualan.

Pentingnya periklanan terbukti dalam lahirnya perusahaan-perusahaan *agency*, baik berkeanggotaan P3I maupun tidak. *Agency* komunikasi, marketing, digital, kreatif, periklanan, atau *branding* kerap mendeskripsikan layanan utama sebuah *agency*. Namun, semua *agency* bekerja sama dengan perusahaan *business-to-business* atau *business-to-client* dengan berbagai strategi dan media yang berujung pada penjualan produk atau layanan mereka (Hendrik, 2024).

Salah satu bagian penting dalam *agency* komunikasi yang bercerita melalui audiovisual adalah departemen kreatif. *Creative(s)* [noun (c)] are people whose job involves producing original ideas or doing artistic work (Cambridge University Press, 2026). Departemen kreatif terdiri atas *creatives* yang bekerja mengolah ide dan merancang pesan yang akan disampaikan dalam berbagai bentuk, terutama audiovisual, dalam konteks periklanan (Grayson et al., 2023). Departemen kreatif menjadi tulang punggung proses praproduksi sebuah iklan *Television Commercial* (TVC), *Digital Video Commercial* (DVC), dan *output* audiovisual lain untuk kebutuhan periklanan.

Penulis ingin memperdalam ilmu *storyboarding* dan visual *storytelling* dalam proses kreatif pembuatan karya TVC dan DVC. Sebagai mahasiswa perfilman, penulis tertarik dengan konsep pendekatan iklan yang bercerita. PT Estetika Surya Pesona, atau dikenal dengan Ceritera Storytelling Agency (Ceritera), adalah salah satu *agency* komunikasi Indonesia yang berpusat di DKI Jakarta. Di dalam industri periklanan yang didominasi oleh *agency* yang berfokus pada tren dan viralitas, Ceritera Storytelling Agency memiliki posisi yang unik. Ceritera memilih identitas sebagai *storytelling agency* karena Ceritera percaya bahwa kemampuan bercerita adalah pendekatan yang beresonansi dengan semua manusia dan bersifat abadi.

Sebagai *agency* komunikasi, Ceritera merupakan salah satu solusi *all-in-one* yang menyediakan layanan turunan *agency* komunikasi. Perusahaan ini berperan sebagai *agency* 360° yang menyediakan layanan periklanan, *marketing*, *branding*, termasuk dukungan strategi dan kreatif. Dengan demikian, penulis mendaftar untuk melakukan praktik kerja magang di Ceritera Storytelling Agency (PT Estetika Surya Pesona) dan berkontribusi sebagai *creative intern*.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Tujuan yang ingin dicapai penulis selama melakukan kerja magang di PT Estetika Surya Pesona adalah sebagai berikut: Tujuan utama dari kerja magang di PT Estetika Surya Pesona adalah untuk memperkaya wawasan industri periklanan di Indonesia, terutama dalam sebuah *campaign* produk. Dalam semua perusahaan *agency* yang berfokus pada *storytelling* dalam karyanya, hal ini berkesinambungan dengan jurusan perfilman di Universitas Multimedia Nusantara yang diambil oleh penulis. Penulis bertujuan mengobservasi penerapan langsung proses kreatif dalam *marketing*, *branding*, dan terutama iklan *Television Commercial* dan *Digital Video Commercial* (KBLI 73100) (Badan Pusat Statistik, 2025).

Selanjutnya, penulis bertujuan mengembangkan keterampilan interpersonal dalam kerja sama tim. Bekerja dalam tim dan berkoordinasi antardivisi adalah kegiatan rutin dalam sebuah *agency*. Penulis akan terlibat langsung dalam divisi, koordinasi, dan juga presentasi yang akan melatih kemampuan tersebut. PT Estetika Surya Pesona merupakan tempat yang sempurna untuk mengembangkan keterampilan berkoordinasi dan presentasi karena semua proyek merupakan kerja sama antar banyak tim dan divisi.

Pada akhirnya, penulis bertujuan untuk menerapkan keterampilan teknis penulisan naskah dan pengadeganan dalam perancangan konsep iklan digital. Dengan menerapkan keterampilan ini penulis dapat melatih kepekaan dalam merancang konten audio-visual yang estetik namun tetap memiliki pesan yang jelas. Untuk menggenapi tujuan magang yang sudah ditentukan, penulis mendaftar sebagai anggota tim kreatif di Ceritera.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis menetapkan untuk mengambil *Career Acceleration Program Track 2* sebagai program MBKM untuk syarat kelulusan. Pada bulan Desember 2025, penulis melakukan persiapan *curriculum vitae*, *portfolio*, dan daftar perusahaan yang ingin dituju untuk melaksanakan program kerja magang. Penulis tidak mendapatkan informasi tentang lowongan magang dari pihak eksternal, melainkan penulis mendaftar akibat adanya lowongan kerja yang dibagikan di akun Instagram @ceritera\_id. Pada awal bulan Januari 2026, penulis memilih dan mendaftar di PT Estetika Surya Pesona melalui email [hello@ceritera.id](mailto:hello@ceritera.id). Penulis mendaftar sebagai bagian dari tim kreatif, atau *Creative Department*.

Pada tanggal 23 Januari 2026, penulis diundang untuk menghadiri *interview* secara *online* melalui Zoom Meeting dengan salah satu *Head of Creative Department*, Nadia Hidajat. Pada hari Senin, tanggal 9 Februari 2026, penulis menerima konfirmasi penerimaan magang untuk mulai pada keesokan harinya,

yaitu hari Selasa, tanggal 10 Februari 2026. Penulis diterima sebagai *creative intern* dalam salah satu tim *Creative Department* yang dipimpin oleh Maria Albesta dan Mufti Abdila.

Penulis bertanggung jawab kepada *Creative Department* yang dipimpin oleh Maria Albesta, yang juga berlaku sebagai *Supervisor* Magang. Tanggung jawab penulis kepada kampus Universitas Multimedia Nusantara dan PT Estetika Surya Pesona adalah waktu kerja sebanyak 640 jam, atau diperkirakan sampai dengan 10 Juni 2026. Pengisian *Dailytask* di situs [prostep.umn.ac.id](http://prostep.umn.ac.id) dan bimbingan bersama dosen sebanyak 8 kali membuktikan pelaksanaan kerja magang.

Durasi magang diperkirakan kurang lebih 4 bulan, terhitung dari tanggal 10 Februari 2026. Penulis mengikuti sistem kerja magang *work from anywhere*, dari pukul 09.00 sampai dengan 18.00 WIB, setiap hari Senin sampai dengan Jumat. Pengecualian jam kerja magang dapat terjadi untuk menyesuaikan jadwal *pitching*, *internal meeting*, ataupun kegiatan kantor Ceritera.

