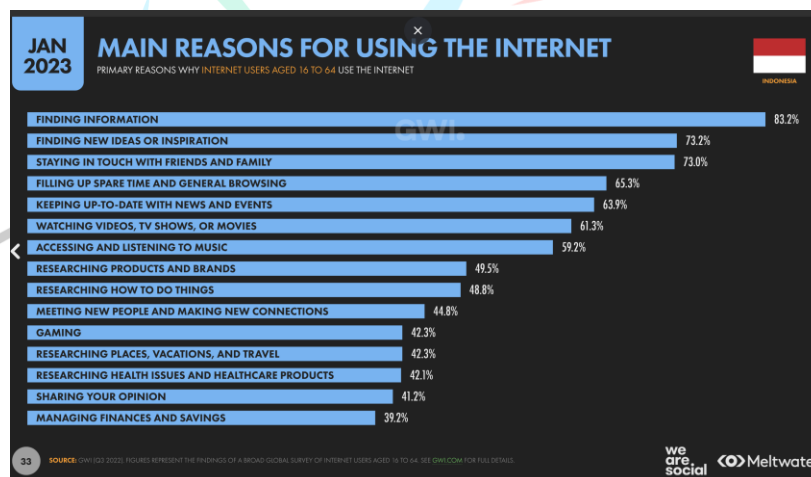


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Perkembangan ekosistem kreatif di Indonesia selalu berkembang dengan baik. Muncul banyaknya industri kreatif menjadi bukti perkembangan industri kreatif di Indonesia. Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta membuka lapangan pekerjaan melalui penciptaan dalam pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu (Sutapa, 2015). Terdapat 14 subsektor industri kreatif melalui Perpres No 8 Tahun 2008 yaitu, periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fashion, video/ film/ animasi/ fotografi, game, musik, seni pertunjukan, penerbitan/percetakan, *software*, televisi/ radio, dan riset & pengembangan. Ekosistem terbangun dengan bantuan internet yang menjadi alat bantu peningkatan konsumen pasar. Internet menjadi kebutuhan *public* karena sudah menjadi penunjang kehidupan. Data terbaru yang dilansir oleh Datareportal.com pada laporan “Digital 2023 Indonesia” jumlah penggunaan internet di Indonesia terdapat 212,9 juta pengguna internet pada tahun 2023.



Gambar 1.1 Data alasan pengguna internet  
Sumber: dataportal.com

Data diatas menunjukkan alasan rata rata orang diumur 16-64 dalam menggunakan internet. Kebutuhan masyarakat dalam mencari informasi, motivasi,

sarana hiburan, dan kebutuhan pekerjaan membuka peluang bidang industri kreatif menjadi berkembang seiring kebutuhan masyarakat Indonesia dalam mengakses internet. Bidang kreatif produksi terkhusus video/ film/ animasi/ fotografi telah menjadi salah satu pilar utama dalam industri hiburan, komunikasi, dan periklanan. Pekerjaan di dalamnya melibatkan kreasi konten visual, audio, dan multimedia yang menggabungkan unsur seni dan teknologi.

Bidang kreatif produksi telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Perubahan teknologi, pergeseran tren konsumen, dan perluasan akses terhadap media digital telah memberikan dampak besar pada industri ini. Profesi di bidang kreatif produksi mencakup berbagai jenis pekerjaan, seperti fotografi, perfilman, desain grafis, animasi, produksi musik, dan lain-lain. Para profesional di bidang ini bertanggung jawab untuk menciptakan konten visual, audio, atau multimedia yang memiliki nilai artistik dan komersial. Seiring perkembangan teknologi digital dan akses yang semakin mudah terhadap *platform online*, permintaan terhadap konten kreatif juga semakin meningkat. Oleh karena itu, perlunya pemahaman yang mendalam tentang kerja profesi di bidang kreatif produksi bagi individu yang tertarik untuk mengembangkan karir di sektor ini. Salah satu produk industry kreatif adalah *Production House (PH)*. Menurut Laksono dalam (Rezki, 2020) *Production house* merupakan sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan keahlian untuk memproduksi konten audio dan audiovisual untuk disajikan kepada khalayak. Audiovisual yang dimaksud mulai dari konten video berita informasi, hiburan, iklan, film, atau juga *web series*. Pembuatan konten terdapat proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tim yang mengerjakan mulai dari produser, *creative*, *cameraman*, *lightingman*, dan *editor*. *Hardskill* yang dibutuhkan menjadi peluang bagi anak muda untuk mengeksplorasi diri sendiri dengan peluang yang ada.

Keterampilan dalam mengembangkan *hard skills* yang disebutkan diatas, bukan hanya dipelajari di dunia perkuliahan, akan tetapi perlunya bersaing di dunia kerja. Mahasiswa dapat mengikuti program magang sebagai bentuk pengaplikasian teori-teori yang dipelajari di perkuliahan secara langsung di dunia kerja. Maka dari itu perguruan tinggi berperan penting dalam memberikan kemampuan pengetahuan dan pengalaman.

Pengembangan dalam mempersiapkan mahasiswa menjadi berpotensi dan siap untuk berada di lingkungan kerja perlunya peran dari Universitas yang

mewadahnya. Salah satunya Universitas Pembangunan Jaya merupakan kampus swasta yang berada di Bintaro, Tangerang Selatan yang memberikan peluang bagi mahasiswa/l untuk mengeksplorasi dunia pekerjaan dengan mengikuti program wajib yaitu Kerja Profesi/Magang. KP menjadi program yang bertujuan untuk mengimplementasikan konseptual yang dipelajari di mata kuliah jurusan dengan output kerja praktik di dunia pekerjaan. Kesempatan ruang kerja melatih kemampuan *hardskill* untuk mendalami pembelajaran yang diajarkan diperkuliahan.

Praktikan merupakan mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya Program Studi Ilmu Komunikasi, dengan minor *Broadcasting Journalism*. *Broadcasting* dan *Journalism* tentunya berbeda dalam tugasnya. *Broadcasting* menekankan pada pembuatan konten dengan mempelajari proses dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Secara teknis mempelajari pengambilan gambar atau video, penyiaran program, penulisan skrip, dan segala aspek dalam produksi program. Sedangkan *Journalism* sebuah kegiatan dalam menganalisa, mengumpulkan, menulis dan mengedit, dan menerbitkan pada media massa. Jurnalistik berfokus pada struktur redaksi media, produksi berita, wawancara, dan menulis artikel berita. Keduanya tentu saling berhubungan sebagai cabang ilmu komunikasi. Aspek mata kuliah yang dipelajari praktikan seperti media audio visual dan produksi berita televisi menjadi konsep yang dipelajari sebagai pendukung kerja profesi untuk mengimplementasikan di perusahaan tempat kerja profesi.

Penyempurnaan dalam pengaplikasian konsep mata kuliah pengantar jurnalistik, media audio visual, dan produksi berita televisi pastinya memilih Perusahaan yang berhubungan dalam pekerjaannya. Praktikan melakukan KP di Perusahaan PT Brand Media Indonesia di Golden Boulevard, Jl. Pahlawan Seribu No.31-32, Lengkong Wetan, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten 15322.. PT Brand Media Indonesia dibangun sejak tahun 2017 yang bergerak dibidang perencanaan dan mengelola asset konten klien agar terhubung dengan konsumen dan kebutuhan klien. Alasan praktikan memilih PT Brand Media Indonesia karena kemampuan dari BMI untuk terus berkembang dengan mengutamakan kualitas dan kepercayaan klien. BMI mendapatkan kepercayaan memegang klien dari *Panasonic*, Garuda TV, *Cookin id*, *Sea Today*, dan masih banyak lagi. Praktikan mengambil posisi sebagai kreatif untuk mendalami *hard skills* dalam pengaplikasian konsep mata kuliah yang sudah dipelajari di kampus

Tugas utama dari *Creative* terlibat dalam proses pra produksi hingga pasca produksi dengan mengimplementasikan konsep perancangan ide konten kreatif setiap program yang ada.

Praktikan berusaha mendapatkan wawasan yang komprehensif tentang profesi di bidang kreatif produksi, mulai dari pemahaman tentang jenis pekerjaan yang ada hingga tantangan, peluang, dan perkembangan terkini dalam industri ini. Laporan ini juga bertujuan untuk mengilustrasikan peran teknologi dalam mengubah cara produksi kreatif dilakukan serta dampaknya terhadap masyarakat. Dengan demikian, diharapkan laporan ini akan memberikan pemahaman berharga bagi individu yang ingin mengejar karir di bidang kreatif produksi.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi**

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi**

Maksud dari kegiatan kerja profesi praktikan sebagai *Creative* di Divisi *Infinity* dalam Perusahaan PT Brand Media Indonesia adalah sebagai berikut :

- 1) Mempelajari bagaimana menciptakan serta mengelola konten yang memiliki nilai dan dayatarik sesuai kebutuhan klien.
- 2) Meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan wawasan dalam produksi kreatif di divisi *Infinity*.
- 3) Melatih kemampuan dalam meriset, mengolah data, dan menerapkan ide-ide kreatif dalam proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
- 4) Mengasah kemampuan berkomunikasi serta menjalin kerjasama dengan tim kerja dan pihak internal Perusahaan
- 5) Mempelajari pekerjaan teknis dan konseptual yang dalam produksi program.

### **1.2.2 Tujuan Kerja Profesi**

Tujuan dari kegiatan kerja profesi praktikan sebagai *Creative* di Divisi *Infinity* dalam Perusahaan PT Brand Media Indonesia adalah sebagai berikut:

- 1) Memperoleh pengetahuan serta wawasan baru mengenai cara menciptakan konten yang menarik sesuai kebutuhan klien.
- 2) Mendapatkan keterampilan dalam melakukan riset, *survey*, *recce*, dan pembuatan skrip sebagai proses pra produksi.

- 3) Mendapatkan keterampilan dalam melakukan tata pencahayaan, audio, tata letak *frame*, dan komposisi angle sebagai proses produksi.
- 4) Memperoleh keterampilan dalam melakukan *copy* data dan melakukan *rough cut* sebagai proses pasca produksi.
- 5) Mengasah kemampuan dalam berkomunikasi dan pemecahan masalah.
- 6) Memperoleh pengalaman kerja sebagai *creative* di Perusahaan berbasis *Production House*.

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

PT Brand Media Indonesia adalah sebuah perusahaan di Indonesia yang berfokus pada industri media atau pemasaran. Nama perusahaan ini menunjukkan bahwa BMI bergerak dalam bidang *branding* dan media, yang meliputi berbagai aspek seperti periklanan, strategi branding, pembuatan konten, dan pemasaran digital. PT Brand Media Indonesia menyediakan berbagai layanan untuk membantu perusahaan atau merek dalam membangun citra dan meningkatkan visibilitas di pasar.

PT Brand Media Indonesia berfokus pada membantu perusahaan atau merek mengembangkan identitas merek mereka. Ini mencakup perancangan logo, penentuan pesan merek, dan strategi komunikasi merek. BMI menawarkan layanan pemasaran yang meliputi iklan, promosi, dan kampanye pemasaran untuk membantu pelanggan mencapai audiens mereka. PT Brand Media Indonesia terlibat dalam penempatan iklan, termasuk iklan televisi, iklan *online*, atau pemasaran media sosial. Sehingga dapat membantu klien memilih saluran yang paling efektif untuk mencapai target pasar mereka. Perusahaan ini bisa menyediakan layanan produksi konten, termasuk video, foto, atau konten tertulis untuk kampanye pemasaran dan promosi. PT Brand Media Indonesia juga berfungsi sebagai konsultan pemasaran dan *branding*, memberikan saran kepada klien tentang bagaimana mereka dapat meningkatkan citra merek dan strategi pemasaran mereka. Dalam era digital, perusahaan ini melakukan strategi pemasaran online, termasuk pemasaran melalui media sosial, iklan PPC (*pay-per-click*), dan optimisasi mesin pencari (SEO). PT Brand Media Indonesia mungkin memiliki tim desainer yang berpengalaman dalam menciptakan materi promosi, situs web, dan materi desain lainnya.

## 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1. 1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

No	Kegiatan	April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Membuat CV, Portofolio. dan Linkend	■	■	■	■																				
2	Sosialisasi Kerja Profesi oleh Prodi					■																			
3	Mencari Lowongan magang di media sosial					■	■																		
4	Mengirimkan permohonan surat pengantar magang dari Prodi						■	■																	
5	Mengirimkan file lamaran ke perusahaan Trans 7									■	■														
6	Mengirimkan file lamaran ke perusahaan MNC GROUP									■	■														
7	Mengirimkan file lamaran ke perusahaan PT Brand Media Indonesia									■	■														
8	Mendapatkan panggilan diterima dari HRD PT Brand Media Indonesia									■	■														
9	Pelaksanaan Kerja Profesi										■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
10	Melakukan bimbingan kerja profesi													■											

