



**PERAN ASISTEN PRODUKSI DALAM MEMPERSIAPKAN DAN
MEMENEJEMEN KEBUTUHAN KREATIF PRODUKSI , MULAI DARI
PRA PRODUKSI, PRODUKSI, HINGGA PASCA PRODUKSI.**



Oleh:

Alansyah Zainur Roshiqin

21510160008

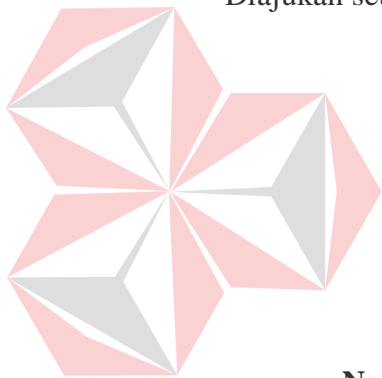
FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

**PERAN ASISTEN PRODUKSI DALAM MEMPERSIAPKAN DAN MEMENEJEMEN
KEBUTUHAN KREATIF PRODUKSI, MULAI DARI PRA PRODUKSI, PRODUKSI,
HINGGA PASCA PRODUKSI.**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Kerja Praktik



UNIVERSITAS
Dinamika

Disusun Oleh:

Nama : Alansyah Zainur Roshiqin
NIM : 21510160008
Program Studi : DIV Produksi Film dan Televisi

FAKULTAS DESAIN DAN INDUSTRI KREATIF

UNIVERSITAS DINAMIKA

2024

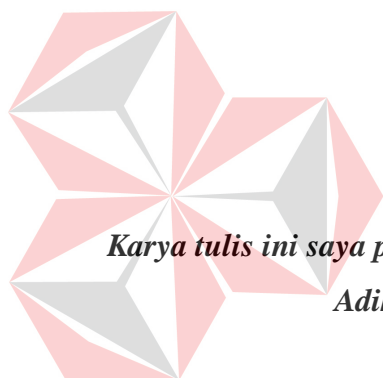
LEMBAR MOTTO



“The first step to being the best is to make your bed after waking up in the morning.”

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PERSEMBAHAN



Karya tulis ini saya persembahkan untuk Almarhum Ayah dan eyang, serta kepada Ibu dan Adik Perempuan saya yang mendukung selama kegiatan.

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

PERAN ASISTEN PRODUKSI DALAM MEMPERSIAPKAN DAN MEMENEJEMEN KEBUTUHAN KREATIF PRODUKSI, MULAI DARI PRA PRODUKSI, PRODUKSI, HINGGA PASCA PRODUKSI.

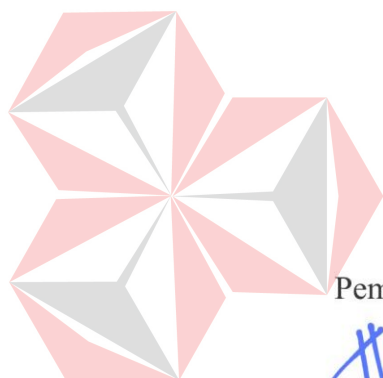
Laporan KERJA PRAKTIK oleh:

Alansyah Zainur Roshiqin

NIM: 21510160008

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 20 Juni 2024



Disetujui:

Pembimbing

Prof. Dr. Bambang Hariadi, M.Pd.

NIDN. 0719106401

Penyelia

Ivander Aditya Tiandra.

EXECUTIVE PRODUCER IGB MEDIA

Mengetahui,

Ketua Program Studi D4 Produksi Film Dan Televisi

MUH BAHRUDDIN

2024.07.20 09:14:20

+07'00'

Dr. Muh. Bahruddin, S.SOS., M.Med.Kom

NIDN. 0704017701

PERNYATAAN**PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : Alansyah Zainur Roshiqin

NIM : 21510160008

Program Studi : D4 Produksi Film dan Televisi

Fakultas : Fakultas Desain dan Industri Kreatif

Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik

Judul Karya : **PERAN ASISTEN PRODUKSI DALAM MEMPERSIAPKAN DAN MEMENEJEMEN KEBUTUHAN KREATIF PRODUKSI , MULAI DARI PRA PRODUKSI, PRODUKSI, HINGGA PASCA PRODUKSI.**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 20 Juni 2024



Alansyah Zainur Roshiqin
NIM : 21510160008

ABSTRAK

Seorang Asisten produksi bertugas membantu Sutradara dalam menjalankan produksi dan mengurus hal administrasi sebagai sekretaris serta juru bicara, perintah Sutradara terkait produksi harus disampaikan kepada seluruh kru produksi. Asisten produksi memiliki banyak tugas yang dimulai dari proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Selain itu, seorang Asisten produksi dapat mencakup peran sebagai kreatif dalam memproduksi film maupun video iklan komersil. Dalam UU Perfilman nomor 33 tahun 2009, bahwa film sebagai media komunikasi massa merupakan sarana pencerdasan kehidupan bangsa serta pemajuan kesejahteraan masyarakat, serta wahana promosi Indonesia di dunia internasional, sehingga film dan perfilman Indonesia perlu dikembangkan dan dilindungi.

IGB Media merupakan production house yang membantu Masyarakat dalam promosi baik Orang Perseorangan maupun Perusahaan dalam bentuk video iklan komersil, short movie, hingga social media social media engagement, tentunya sesuai kaidah – kaidah dan aturan yang terdapat pada UU Perfilman nomor 33 tahun 2009. Production House ini bersifat komersil yang berbadan hukum. Sifatnya yang komersil menandakan bahwa Production House ini memiliki tujuan demi keuntungan. Sumber pembiayaannya bisa berasal dari iklan hingga sponsor yang bekerjasama dengan Production House ini.

Penulis melaksanakan kegiatan magang ini di departemen produksi. Posisi penulis yang menjadi seorang Asisten Produksi mengharuskan penulis untuk terus mengikuti proses produksi dari mulai pra produksi, produksi, pasca produksi. Penulis juga harus memastikan alat yang dipakai sudah sesuai dan layak, membuat storyline/ide cerita, membreakdown storyboard yang sudah dibuat bersama crew, melakukan crew call, memastikan materi tayangan sesuai dengan storyboard yang telah disepakati oleh crew, talent, dan client, melakukan preview tayangan bersama Sutradara dan Produser.

Kata Kunci: Video iklan komersil, Short Movie, Asisten Produksi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penyusunan Laporan MBKM dengan judul “Peran Asisten Produksi Dalam Mempersiapkan Dan Memenejemen Kebutuhan Kreatif Produksi Mulai Dari Pra produksi, Produksi, hingga Pasca Produksi” dapat diselesaikan dengan baik.

Dalam Penyelesaian laporan MBKM ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan masukan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu diucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Orang tua (Ibu) serta keluarga yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan selama proses penyusunan Laporan MBKM.
2. Bapak Ivander Aditya Tjandra Selaku pimpinan IGB MEDIA
3. Bapak Prof. Dr. Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor Universitas Dinamika
4. Bapak Karsam MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Desain dan Industri Kreatif.
5. Dr. Muh. Bahruddin, S.Sos., M.Med.Kom. selaku Ketua Program Studi DIV Produksi Film dan Televisi.
6. Prof. Dr. Bambang Hariadi, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing Kerja Praktik.

Demikian Laporan MBKM ini disusun jika terdapat kesalahan dalam penulisan, maupun penyusunan Laporan MBKM ini dimohon memberikan kritik dan saran. Sehingga Laporan MBKM ini menjadi lebih baik. Semoga Laporan MBKM ini dapat bermanfaat bagi teman-teman yang membaca khususnya bagi teman-teman Prodi DIV Produksi Film dan Televisi Universitas Dinamika.

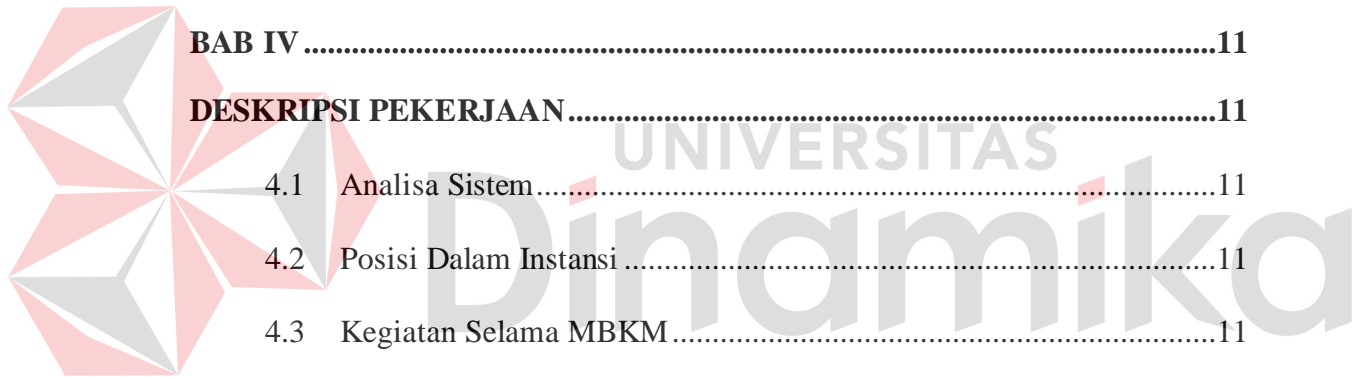
Surabaya, 20 Juni 2024

Alansyah Zainur Roshiqin
Penulis

DAFTAR ISI

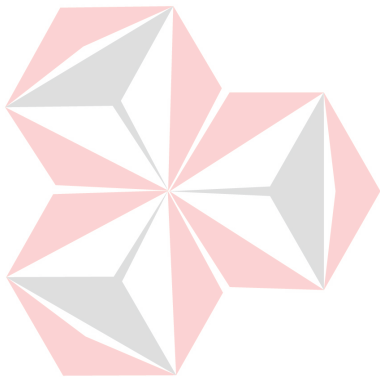
	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	..iii
LEMBAR MOTTO.....	..iv
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	..v
LEMBAR PERNYATAAN.....	..vi
ABSTRAK.....	..vii
KATA PENGANTAR.....	..viii
DAFTAR ISI.....	..ix
DAFTAR GAMBAR.....	..xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	..xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan.....	2
1.5 Manfaat.....	2
1.5.1 Manfaat bagi Mahasiswa.....	2
1.5.2 Manfaat bagi Perusahaan.....	2
1.5.3 Manfaat bagi Akademik.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	4
2.1 Profil Instansi.....	4
2.2 Sejarah Singkat IGB MEDIA.....	4
2.3 Overview Instansi.....	5
2.4 Visi, Misi, dan Tujuan D4 Produksi Film dan Televisi.....	7

2.4.1	Visi	7
2.4.2	Misi	7
2.4.3	Tujuan	7
BAB III LANDASAN TEORI		8
3.1	Produksi Video.....	8
3.1.1	<i>Video iklan komersil</i>	8
3.2	Produser	9
3.2.1	Tugas Asisten Produksi	9
3.2.2	Tugas Asisten Produksi dalam Produksi <i>Video Iklan Komersil</i>	10
BAB IV		11
DESKRIPSI PEKERJAAN		11
4.1	Analisa Sistem.....	11
4.2	Posisi Dalam Instansi	11
4.3	Kegiatan Selama MBKM.....	11
4.3.1	Minggu Ke -1.....	11
4.3.2	Minggu Ke-2.....	12
4.3.3	Minggu Ke-3.....	12
4.3.4	Minggu Ke-4.....	11
BAB V PENUTUP		14
5.1	Kesimpulan.....	14
5.2	Saran	14
DAFTAR PUSTAKA		15
BUKU CATATAN HARIAN (LOG BOOK).....		15



DAFTAR GAMBAR

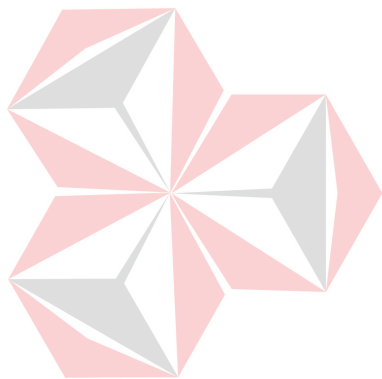
	Halaman
Gambar 2. 1 Logo IGB MEDIA.....	5
Gambar 2. 2 Peta Lokasi IGB MEDIA	5
Gambar 2. 3 Letak lokasi IGB MEDIA	6
Gambar 2. 4 Website IGB MEDIA.....	6
Gambar 3. 1 Ilustrasi Produksi Video.....	8
Gambar 3. 2 Asisten Produksi koordinasi dengan crew dan talent.....	9
Gambar 4. 1 Dokumentasi Bedah Naskah dan <i>Jobdesk</i>	12
Gambar 4. 2 Dokumentasi <i>Breakdown Script</i>	12
Gambar 4. 3 Dokumentasi Proses <i>Recce</i>	13



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tahapan Produksi.....10



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penerimaan KERJA PRAKTIK.....	16
Lampiran 2. Sertifikat KERJA PRAKTIK	21
Lampiran 3. FORM KP-5 (Acuan Kerja)	16
Lampiran 4. Form KP 5 (Garis Besar Rencana Kerja Mingguan).....	21
Lampiran 5. Log Harian dan Catatan Perubahan Acuan Kerja.....	16
Lampiran 6. Kehadiran Kerja Praktik.....	21
Lampiran 7. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing.....	21



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Praktik Sebagai Asisten Produksi

Minat pribadi yang kuat terhadap dunia perfilman, pertelevisian, atau pertunjukan mendorong saya untuk mencari pengalaman langsung dalam proses produksinya. Industri kreatif, khususnya bidang produksi, menawarkan peluang untuk menggabungkan passion, bakat, dan keterampilan dalam sebuah karya yang dapat dinikmati banyak orang.

Melalui magang sebagai asisten produksi di Perusahaan IGB Media, saya ingin memperdalam pengetahuan tentang berbagai aspek dalam proses produksi, mulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi. Hal ini termasuk mempelajari tahapan perencanaan, koordinasi, eksekusi, dan penyelesaian proyek produksi. Selain itu, saya ingin mengembangkan keahlian yang dibutuhkan asisten produksi, seperti komunikasi, problem solving, time management, dan teamwork.

Magang memberikan kesempatan berharga untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di bangku kuliah dalam situasi kerja yang nyata. Pengalaman langsung di lapangan akan membantu saya memahami kompleksitas proses produksi dan meningkatkan kemampuan dalam bekerja sama dengan tim yang profesional.

Memiliki pengalaman magang sebagai Asisten produksi akan meningkatkan daya saing dalam mencari pekerjaan di bidang industri kreatif. Pengalaman dan keahlian yang diperoleh selama magang dapat menjadi bukti kompetensi dan menarik minat para calon pemberi kerja.

Melalui magang, saya berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi perusahaan dengan membantu kelancaran proses produksi. Selain itu, saya ingin meningkatkan kualitas diri dan mengembangkan potensi untuk menjadi profesional yang kompeten di bidang industri kreatif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam Kerja Praktik ini yaitu bagaimana cara melaksanakan tugas “Menjadi Asisten Produksi di IGB MEDIA dalam melaksanakan pra produksi, produksi, hingga pasca produksi untuk Video Iklan Komersil

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pekerjaan yang akan dilakukan selama Kerja Praktik di IGB Media dibagi menjadi 3 hal, meliputi:

Pra produksi, Produksi, Pasca Produksi :

Pra Produksi :

1. Membantu pengembangan proyek
2. Membuat dan mengelola anggaran
3. Menyiapkan logistik
4. Merekrut kru dan talent
5. Mengurus perizinan
6. Membuat jadwal syuting

Produksi :

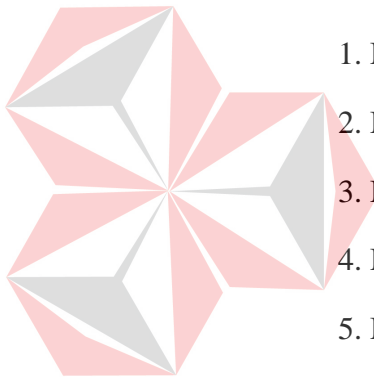
1. Memonitor dan memastikan kelancaran proses syuting
2. Mengkoordinasikan kru dan talent
3. Menangani logistik
4. Menjaga dokumentasi
5. Membuat laporan kemajuan

Pasca-Produksi :

1. Membantu proses editing
2. Menangani distribusi
3. Melakukan evaluasi

1.4 Tujuan

Tujuan dari Kerja Praktik ini adalah mendapatkan pengalaman dan meningkatkan kualitas dalam mengembangkan profesi sebagai Asisten Produksi.



1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari kegiatan Kerja Praktik ini, yaitu:

1.5.1 Manfaat bagi Mahasiswa

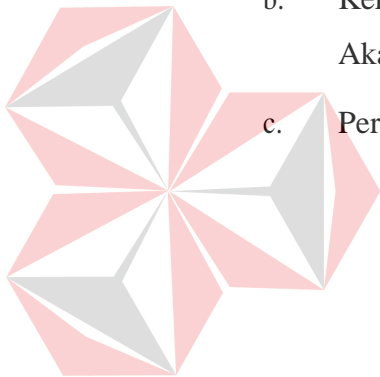
- a. Mengetahui tahapan produksi sebagai peran Asisten Produksi.
- b. Dapat menerapkan sekaligus mengembangkan ilmu yang dipelajari selama perkuliahan dengan kerja lapangan.

1.5.2 Manfaat bagi Perusahaan

- a. Mempererat hubungan antara industri dan perguruan tinggi.
- b. Instansi/perusahaan mendapat bantuan tenaga dari mahasiswa mahasiswa yang melakukan Kerja Praktik.

1.5.3 Manfaat bagi Akademik

- a. Mengaplikasikan keilmuan proses pembuatan film , video pendek maupun iklan.
- b. Kerja Praktik dapat dijadikan sebagai alat promosi keberadaan Akademik ditengah-tengah dunia kerja.
- c. Perguruan tinggi yang akan lebih dikenal di dunia industri



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Instansi

Nama Instansi	: IGB MEDIA
Alamat	: CitraLand The GreenLake, Ruko North Avenue, CB- 09, Lidah Kulon, Lakarsantri, Surabaya, Jawa Timur
Telp/Fax	: 082124937377
Email	: contact@igbmedia.com
Website	: https://igbmedia.com/

2.2 Sejarah Singkat IGB MEDIA.

IGB Media (Integrated Global Business Media) adalah perusahaan produksi branding, periklanan, dan media digital yang didirikan di Surabaya pada tanggal **6 Maret 2017** oleh **Ivander Aditya** dan **Wilmendy Tjandra**.

Awal Mula:

- Berawal dari home industri di Jalan Imam Bonjol, Surabaya.
- Klien pertama: PT Helmigs Prima Sejahtera (pembuatan website) dan Hotel Bumi Surabaya (video branding).

Perkembangan:

- Tahun 2018: Mulai dikenal dan dipercaya oleh perusahaan besar.
- Tahun 2019: Meraih klien besar dari berbagai daerah di Indonesia, seperti Jakarta, Bali, Manado, Makassar, dan Belitung.
- Tahun 2019: Meraih klien internasional dari Hotel Crown Plaza Osaka di Jepang.
- Tahun 2019: Pindah kantor ke Jalan Lidah Kulon, Lakarsantri, Surabaya.

Kunci Keberhasilan:

- Konsistensi dalam kualitas jasa.
- Kemampuan untuk memenuhi target pasar klien.
- Penerapan nilai-nilai inti perusahaan (UNITE) dalam setiap karya.

Pencapaian:

- Menjadi official sponsor dalam 17th Global Brand Conference di Edinburgh, Skotlandia.
- Mendapatkan kepercayaan dari berbagai klien besar di Indonesia dan internasional.
- Diakui sebagai salah satu creative agency terbaik di Surabaya.

Saat ini:

- IGB Media terus berkembang dan berinovasi untuk memberikan layanan terbaik bagi para kliennya.

- IGB Media berkomitmen untuk menjadi mitra terpercaya bagi para klien dalam mencapai tujuan bisnis mereka.

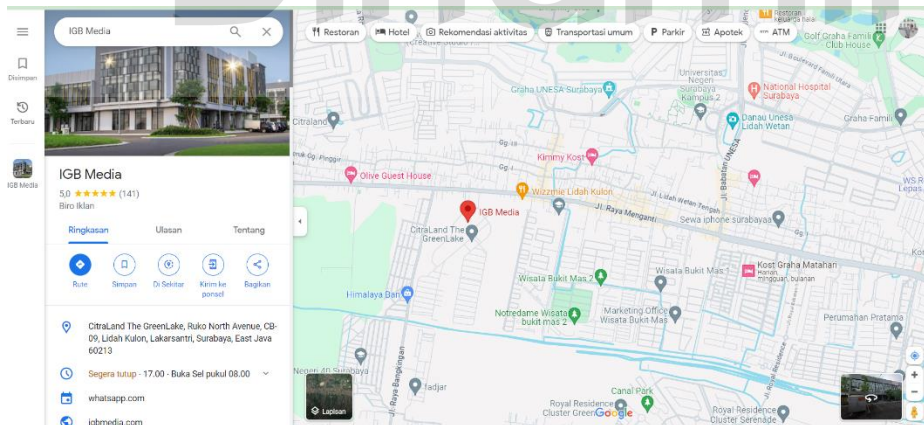
2.3 Overview Instansi

Dalam melakukan MBKM, sangat penting sekali bagi mahasiswa dalam mengenal sebuah lingkungan dari perusahaan tersebut. Baik dari segi perorangan hingga dari segi lingkungan di sekitar perusahaan. Karena ini akan sangat dibutuhkan ketika melakukan masa kerja.

IGB MEDIA beralamatkan di CitraLand The GreenLake, Ruko North Avenue, CB-09, Lidah Kulon, Lakarsantri, Surabaya. Gambar 1.1 gambar logo IGB MEDIA, 2.2 Merupakan letak peta lokasi IGB MEDIA, Gambar 3.3 merupakan tampilan website IGB MEDIA



Gambar 1.1 gambar logo IGB Media
(Source: www.igbmedia.com)



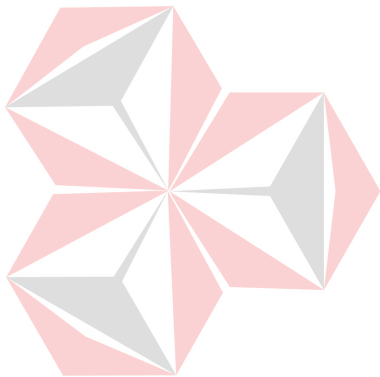
Gambar 2. 2 Peta Lokasi Universitas Dinamika
(Source: <https://maps.app.goo.gl/Mqs7iD7j8gL5P8jC9>)



Gambar 2. 3 Letak lokasi Universitas Dinamika
(Source : <https://maps.app.goo.gl/Mqs7iD7j8gL5P8jC9>)



Gambar 2. 4 Website IGB Media
(Sumber: www.igbmedia.com)



UNIVERSITAS
Dinamika

2.4 Visi, Misi, dan Tujuan IGB MEDIA

Sebagai salah satu Perusahaan yang bergerak di Industri Kreatif yang sudah Berintegrasi IGB Media memiliki Visi, Misi dan Tujuan sebagai berikut:

2.4.1 Visi

Menjadi biro iklan branding dan kreatif yang paling dicari di Surabaya, memberdayakan bisnis untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan melalui solusi pemasaran yang berdampak

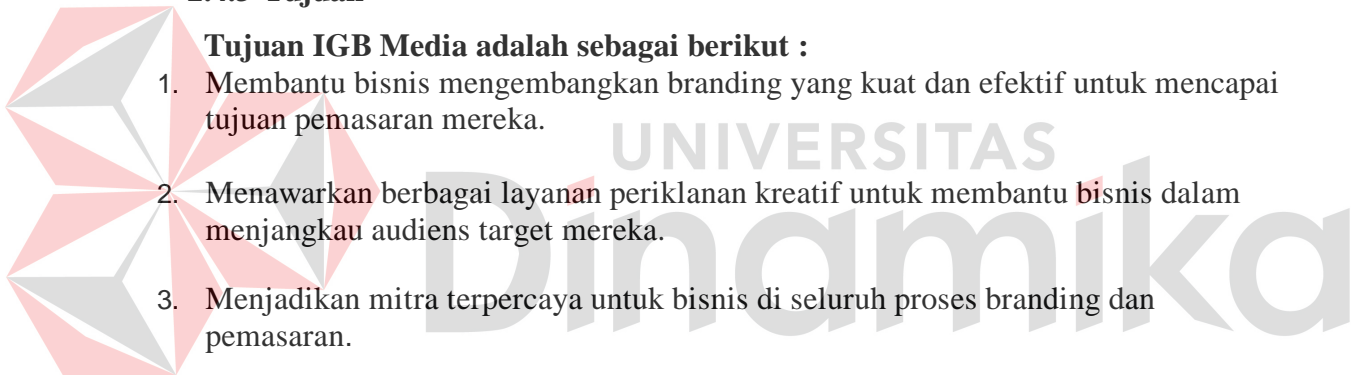
2.4.2 Misi

Untuk memberikan layanan branding dan periklanan kreatif yang luar biasa yang meningkatkan merek klien kami, menghubungkan mereka dengan audiens target mereka, dan mendorong hasil yang terukur

2.4.3 Tujuan

Tujuan IGB Media adalah sebagai berikut :

1. Membantu bisnis mengembangkan branding yang kuat dan efektif untuk mencapai tujuan pemasaran mereka.
2. Menawarkan berbagai layanan periklanan kreatif untuk membantu bisnis dalam menjangkau audiens target mereka.
3. Menjadikan mitra terpercaya untuk bisnis di seluruh proses branding dan pemasaran.



BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Landasan Teori Produksi Video Iklan Komersil

Menurut Aji Prasetyo, (Aji Prassetyo, 2023). Iklan video komersial merupakan salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa kepada target audiens. Iklan ini disajikan dalam format video yang ditayangkan di berbagai media, seperti televisi, internet, dan media sosial.

Iklan video komersial adalah salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target audiens yang luas dan meningkatkan penjualan. Dengan perencanaan dan pembuatan yang matang, iklan video komersial dapat membantu bisnis mencapai tujuannya.



Gambar 3. 1 Ilustrasi Produksi Video
(Sumber: Footage BTS IGB MEDIA)

3.1.1 Iklan Video Komersil Long-Form:

Iklan video long-form adalah iklan video yang berdurasi lebih panjang dari 30 detik. Jenis iklan ini dapat digunakan untuk menceritakan kisah yang lebih kompleks tentang produk atau jasa. Iklan video long-form harus menarik dan informatif, dan harus mampu mempertahankan perhatian audiens selama durasi iklan.

Menurut (Dr.Budiyanto, 2021) Teknologi terus berkembang, dan begitu pula dengan cara brand menggunakan iklan video long-form. Brand yang ingin sukses dengan iklan video long-form perlu mengikuti tren terbaru dan memanfaatkan teknologi yang tersedia untuk membuat iklan yang menarik, informatif, dan efektif.

3.2 Produser

Menurut (John Logan, 2022). Produser memiliki peran sentral dalam mengawasi dan mengelola semua aspek produksi, mulai dari tahap pra-produksi hingga pasca-produksi. Mereka bertanggung jawab atas kelancaran dan keberhasilan proyek, memastikan semua elemen terkoordinasi dengan baik dan sesuai dengan visi dan anggaran yang ditetapkan.

Berikut adalah beberapa tugas utama produser dalam paragraf singkat:

- **Mengembangkan dan mengelola ide:** Produser bekerja sama dengan tim kreatif untuk mengembangkan ide dan konsep untuk proyek. Mereka juga bertanggung jawab untuk menyusun anggaran dan timeline produksi.
- **Mengawasi proses produksi:** Produser mengawasi semua aspek produksi, memastikan semua elemen berjalan sesuai rencana dan anggaran. Mereka harus mampu mengatasi masalah dan membuat keputusan cepat untuk menjaga kelancaran proses.
- **Berkomunikasi dengan stakeholders:** Produser berkomunikasi dengan berbagai pihak yang berkepentingan dalam proyek, seperti klien, investor, dan distributor. Mereka harus mampu memberikan laporan kemajuan dan memastikan semua pihak terinformasi dan puas.
- **Memastikan kualitas:** Produser bertanggung jawab atas kualitas akhir produk. Mereka harus memastikan bahwa produk memenuhi standar yang tinggi dan sesuai dengan ekspektasi klien.

Secara keseluruhan, produser memainkan peran penting dalam memastikan keberhasilan proyek. Kemampuan mereka untuk mengelola tim, anggaran, dan proses produksi secara efektif sangat penting untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan memuaskan semua pihak.



Gambar 3. 2 Produser mengarahkan kru
(Source: website IGB MEDIA)

3.2.1 Tugas Asisten Produksi

Menurut Rini Puspita (Rini Puspita, 2022), Asisten produksi (asprod) memiliki peran penting dalam membantu kelancaran proses produksi, mulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi. Mereka bekerja di bawah arahan produser dan bertanggung jawab atas berbagai tugas, seperti :

Pra produksi:

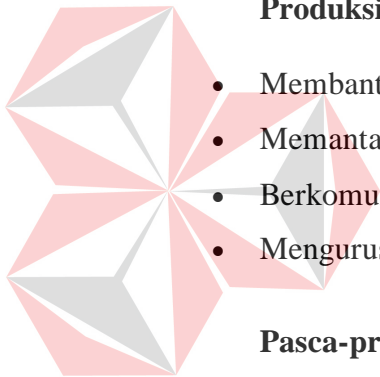
- Membantu riset dan pengembangan ide
- Membuat budget dan timeline
- Mencari lokasi dan properti
- Merekrut dan mengelola tim
- Membuat jadwal dan koordinasi
- Mengurus perizinan

Produksi:

- Membantu di lokasi syuting
- Memantau kemajuan dan menyelesaikan masalah
- Berkomunikasi dengan tim.
- Mengurus dokumentasi

Pasca-produksi:

- Membantu editing
- Membuat materi promosi
- Mengurus distribusi



3.2.2 Tugas Asisten Produksi dalam Produksi Iklan Video Komersil

Sebagai Asisten Produksi dalam produksi Video Iklan Komersil Long Form di IGB MEDIA, penulis melaksanakan beberapa tugas pada umumnya seperti:

Tabel 3. 1 Tahapan Produksi

No	Tahapan	Proses	Keterangan
1	Pra Produksi	Pertama	Development ide bersama Produser dan Sutradara
2		Kedua	Membuat Storyline
3		Ketiga	Membuat Storyboard
4		Keempat	Melakukan riset lokasi dan properti
5		Kelima	Membuat breakdown Storyboard
6		Keenam	Membuat Jadwal Produksi
7		Ketujuh	Mengurus logistik
8		Kedelapan	Membuat anggaran
9		Kesembilan	Berkomunikasi dengan tim
10	Produksi	Kesepuluh	Membantu di lokasi syuting : menyiapkan set, mengatur kru dan aktor
11		Kesebelas	Mengawasi Logistik
12		Keduabelas	Memantau Kemajuan
13		Ketigabelas	Menangani Masalah saat syuting
14		Keempatbelas	Melaporkan kepada produser hasil syuting
15		Kelimabelas	Membantu menyelesaikan masalah yang muncul di lokasi syuting
16		Keenambelas	Menjaga semangat dan motivasi kru dan aktor
17		Ketujuhbelas	Memantau kemajuan syuting
18	Pasca Produksi	Kedelapanbelas	Membantu proses editing
19		Kesembilanbelas	Membuat laporan akhir
20		Keduapuluh	Mengarsipkan semua materi produksi, seperti naskah, foto, dan video.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

IGB MEDIA merupakan perusahaan Industri Kreatif yang berintegrasi dan bertaraf Internasional. Pada pelaksanaan KERJA PRAKTIK, Pimpinan Perusahaan melihat penulis memiliki kemampuan mengelola Sumber Daya Manusia dengan baik serta memahami SOP (Standar Operational Procedure) dengan baik. Oleh karena itu, Penulis diberikan kepercayaan untuk menjadi Asisten Produksi pada pembuatan Video Iklan Komersil Di IGB MEDIA.

4.1 Analisa Sistem

Kerja Praktik yang dilaksanakan ialah sebagai berikut:

Nama Institusi : IGB MEDIA

Profesi : Asisten Produksi

Tempat : Surabaya, Indonesia

MBKM dilaksanakan selama 1 bulan, dimulai pada 20 Juni 2024 sampai 20 Juli 2024, dengan alokasi waktu Senin sampai Jum'at pada pukul 08.00 - 17.00 Waktu Indonesia Barat.

4.2 Posisi Dalam Instansi

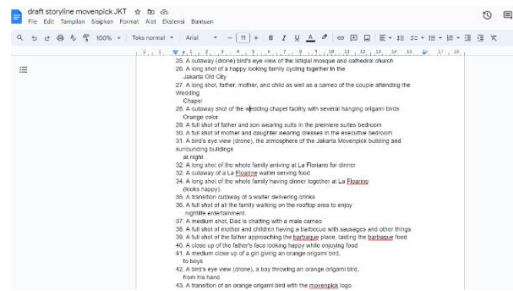
Pada saat pelaksanaan Kerja Praktik, posisi yang didapat oleh penulis ialah sebagai Asisten Produksi, yang memiliki tugas membantu Produser dan Sutradara, mulai dari Pra Produksi hingga Pasca Produksi.

4.3 Kegiatan Selama KERJA PRAKTIK.

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan Kerja Praktik dilaporkan dengan rincian sebagai berikut. Laporan kegiatan disertai gambar hasil pekerjaan serta keterangan pada tiap gambar.

4.3.1 Minggu Ke -1

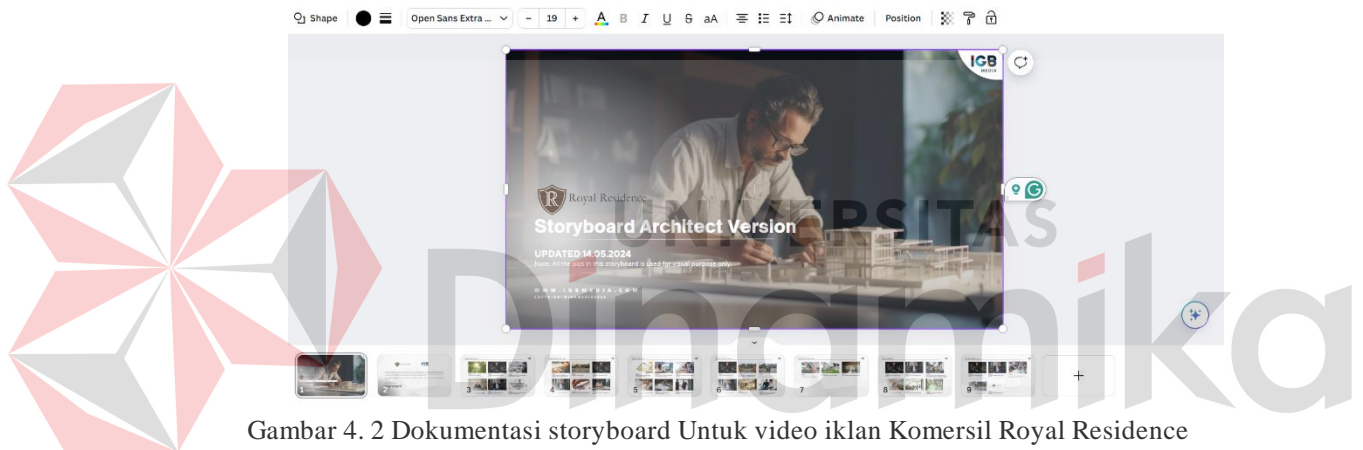
Di minggu ke 1 Saya membuat storyline untuk video iklan komersil Movenpick Jakarta.



Gambar 4. 1 Membuat storyline video iklan komersil movenpick Jakarta

4.3.2 Minggu Ke-2

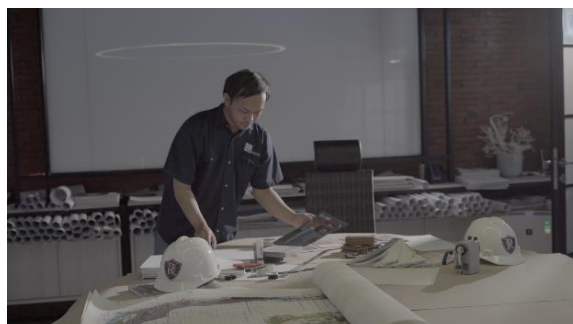
Di minggu ini saya bersama team properti sedang melakukan survei lokasi di Royal Residence.



Gambar 4. 2 Dokumentasi storyboard Untuk video iklan Komersil Royal Residence

4.3.3 Minggu Ke-3

Di minggu ini saya bersama team melakukan pembelian properti untuk produksi video iklan Royal Residence.



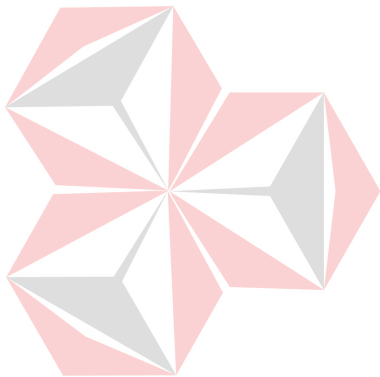
Gambar 4. 3 Dokumentasi menata set property untuk video iklan Royal Residence

4.3.4 Minggu Ke-4

Di minggu ini Saya membuat Laporan Pertanggungjawaban tentang Iklan Video Citraaland



Gambar 4.4 Dokumentasi laporan LPJ dengan Excel



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

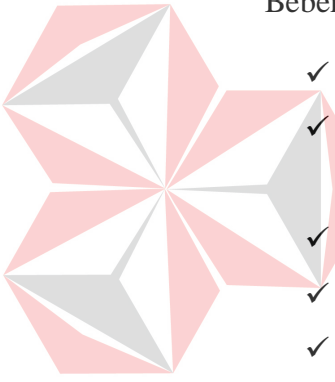
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Magang sebagai asisten produksi memberikan pengalaman berharga dalam memahami proses pembuatan film/video dari awal hingga akhir. Saya belajar berbagai aspek, mulai dari Pra produksi seperti pengembangan ide, riset, dan budgeting, hingga pasca-produksi seperti editing dan visual effects. Pengalaman ini membantu mengembangkan berbagai keterampilan penting, seperti komunikasi, organisasi, problem solving, teamwork, dan kreativitas. Selain itu, Saya juga mendapatkan kesempatan untuk membangun koneksi dengan orang-orang di industri film/video.

5.2 Saran

Beberapa Saran untuk memaksimalkan Magang :

- 
- ✓ Pelajari tentang proses produksi film/video sebelum magang.
 - ✓ Kembangkan keterampilan yang dibutuhkan, seperti komunikasi dan problem solving.
 - ✓ Siapkan portofolio yang menunjukkan minat dan kemampuan Anda.
 - ✓ Bersikap proaktif, antusias, dan profesional selama magang.
 - ✓ Jalin koneksi dengan orang-orang di industri film/video.

DAFTAR PUSTAKA

America. (2016). *Public speaking*. Boy Scouts Of America.

Antelope, S. (2024, February 1). *Susunan Lengkap Kru Film [Updated 2024] | Blog*.

Studio Antelope. https://studioantelope.com/susunan-lengkap-kru-film-pendek/#google_vignette

Heath, D. (1999). *Television Production Assistant*. Capstone Press.

Irving, D. K., & Rea, P. W. (2010). *Producing and directing the short film and video*.

Focal Press.

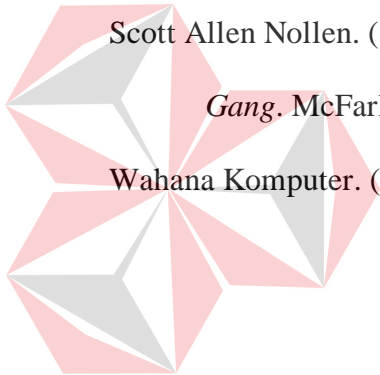
Rusman Latief, & Yusiatie Utud. (2017). *Siaran Televisi Non Drama: Kreatif, Produktif,*

Public Relations, dan Iklan. Kencana.

Scott Allen Nollen. (2016). *The Making and Influence of I Am a Fugitive from a Chain*

Gang. McFarland.

Wahana Komputer. (2008). *Video editing dan video production*. Elex Media Komputindo.



UNIVERSITAS
Dinamika