

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi ialah proses mengantarkan pesan ataupun data dari komunikator kepada komunikan dengan memakai media selaku perantara yang dapat diungkapkan lewat bahasa lisan ataupun tulisan, foto, isyarat, bunyi-bunyian serta wujud kode lain yang memiliki makna serta gampang dipahami oleh orang lain [1]. Sebagai sumber daya manusia dituntut memiliki keahlian dan pengalaman dalam mengatasi sebuah masalah salah satunya dibidang pekerjaan. Sebagai makhluk sosial yang tinggal di negara maju, tentu kita harus bisa mengikuti segala bentuk perkembangan dalam berbagai bidang sebagai bentuk upaya mengangkat derajat negara kita. Hal tersebut dapat dilakukan pada perkembangan bidang ekonomi, sosial, budaya, maupun agama. Hal inilah yang dilakukan oleh Ivisual Indonesia.

Masyarakat ikut berkembang seiring berganti dan berkembangnya waktu, hal tersebut yang mengakibatkan pengetahuan dan pendapatan yang semakin meningkat. Dari pengetahuan yang berkembang tersebut itulah lahir berbagai kebutuhan serta keinginan yang kompleks. Salah satu perkembangan yang dimaksud yakni perkembangan dalam dunia media produksi fotografi dan videografi. Banyak masyarakat kita yang ingin segala sesuatunya diabadikan dengan indah dan menarik. Oleh karena itu, melihat kurang berkembangnya dunia fotografi dan videografi dalam berbagai acara dan perayaan, Ilham Teguh Setiyaji selaku pendiri sekaligus pemilik Ivisual Indonesia tergerak untuk membangun perusahaan yang bergerak dalam bidang media ini, untuk membantu memenuhi kebutuhan masyarakat. Sehingga, masyarakat kini bisa lebih mudah jika membutuhkan dokumentasi yang kelas nasional tapi dengan harga yang lebih terjangkau. Perusahaan media Ivisual Indonesia didirikan sejak tahun 2017 silam. Saat ini, Ivisual sudah berdiri selama kurang lebih hampir 4 tahun lamanya.

Seiring berjalannya waktu, banyak masyarakat yang mulai mempercayai Ivisual Indonesia untuk mengabadikan momen mereka. Banyak juga acara dan perayaan yang diabadikan oleh tim Ivisual Indonesia. Mulai dari perayaan pesta rakyat hingga kelas nasional. Sebagai contoh, sepanjang tahun 2020 ditengah pandemi yang sedang merebak, Ivisual Indonesia berhasil mengabadikan 230 wedding, 10 music video, serta 5 BUMN *Company*. Semua itu pasti tidak terlepas dari sistem kerja dan pemasaran yang dikemas dan dipikirkan secara matang serta baik dan benar.

1.2 Tujuan Kerja Praktik

1. Memahami dan mendapatkan pengalaman di lingkungan kerja yang sebenarnya.
2. Mengaplikasikan pengetahuan dan pengalaman mengenai keilmuan program studi serta melihat relevansinya di dunia kerja.
3. Meningkatkan softskill dalam dunia kerja yang sebenarnya.

1.3 Batasan Kerja Praktik

1. Mahasiswa dituntut untuk bisa berfikir cepat dan kreatif setiap saat.
2. Jumlah *project* yang masuk kadang melebihi ketersediaan alat yang tersedia sehingga harus mencari penyewaan kamera dan alat yang dibutuhkan lainnya.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1. Bagi Mahasiswa

Manfaat kerja praktik bagi mahasiswa itu sendiri adalah mahasiswa bisa mendapatkan gambaran tentang bagaimana bertindak dan bersikap ketika dilapangan. Selain itu mahasiswa juga mendapatkan banyak pengalaman, tidak hanya pada lapangan tetapi juga praktiknya.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya kerja praktik mahasiswa Institut Teknologi Telkom Purwokerto ini tentunya memberikan manfaat bagi instansi terkait. Manfaat yang dimaksud adalah menambah relasi dan membuka kerjasama antara instansi terkait dengan perusahaan pelaksana kerja praktik.

3. Bagi Institut Telkom Purwokerto

Dengan adanya kerja praktik ini akan menjalin hubungan antara perguruan tinggi dengan instansi tempat kerja praktik sebagai sarana silaturahmi dan menambah rasa persaudaraan.