

## Artistic Intern Pada Produksi Iklan Tiket.Com Di PT. Untouchable Art Team

Aryandi Mulya Ernawan<sup>1\*</sup>, Hery Sasongko<sup>2</sup>, Dynia Fitri<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Televisi dan Film, Institut Seni Indonesia Padang Panjang

<sup>2</sup> Institut Seni Indonesia Padang Panjang

<sup>1</sup>[aryandiernawan22@gmail.com](mailto:aryandiernawan22@gmail.com), <sup>2</sup>[herysasos6@gmail.com](mailto:herysasos6@gmail.com), <sup>3</sup>[niafitri.1793@gmail.com](mailto:niafitri.1793@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dan implementasi kompetensi seorang Artistic Intern selama program magang Riset dan Pengembangan Profesi di PT. Untouchable Art Team, Jakarta. Program ini dilaksanakan untuk mengaplikasikan ilmu perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata, khususnya pada bidang Produksi Film dan Iklan, serta membangun mentalitas profesional mahasiswa. Kegiatan magang dilaksanakan dari 13 Februari 2025 hingga 27 Februari 2025. Metodologi yang digunakan adalah observasi partisipatif dan keterlibatan langsung sebagai Artistic intern dalam proses produksi iklan, khususnya pada proyek iklan Tike.com yang mencakup proses pembentukan sebuah properti yang digunakan. Hasilnya menunjukkan bahwa peran Artistic sangat krusial dalam mendukung estetika dalam proses produksi dari awal hingga akhir, mencakup tanggung jawab Continuity alat, teknis, stand by di lokasi, hingga manajemen waktu. Pengalaman ini menyimpulkan bahwa magang di PT. Untouchable Art Team memberikan bekal yang komprehensif dan aplikatif serta keprofesionalis penulis untuk membangun fondasi karier di industri kreatif.

**Kata Kunci:** *Artistic Intern*, Untouchable Art Team, Iklan, Riset Profesi

### PENDAHULUAN

Iklan merupakan media komunikasi visual yang berbayar dan persuasif untuk menyampaikan pesan tentang produk, jasa, atau ide kepada audiens yang ditargetkan. Untuk menjembatani kesenjangan antara pengetahuan akademis dan praktik profesional, mata kuliah Riset dan Pengembangan Profesi menjadi komponen wajib bagi mahasiswa di Institut Seni Indonesia Padang Panjang.

Program ini dilaksanakan melalui magang di PT. Untouchable Art Team, sebuah perusahaan atau agensi kreatif yang didirikan pada tahun 2014 oleh dua orang Art Director yakni Wisnu Joko Cahyono dan Ahmad Syaefudin. Perusahaan ini dikenal luas karena menyediakan jasa Art Direction dan Set Design yang mencakup seluruh tahapan produksi, development, hingga eksekusi iklan atau video klip, serta telah menangani proyek berskala nasional maupun internasional.

Penulis memilih PT. Untouchable Art Team karena perusahaan ini menyediakan kesempatan belajar yang nyata melalui keterlibatan langsung dalam proyek-proyek profesional. Penulis berposisi sebagai Artistic Intern, yang bertempat sebagai Runner Artistic, sebuah peran yang ikut andil dalam berbagai aspek teknis dan pembentukan konsep artistik dalam produksi iklan, seperti membantu kebutuhan properti, menjaga kontinuitas properti dalam produksi. Tujuan utama dari kegiatan magang ini adalah untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat selama perkuliahan ke dalam bidang Artistic, serta mempersiapkan mentalitas profesional untuk berkarya di industri kreatif.

### METODE

#### Tahapan Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam laporan ini didasarkan pada observasi partisipatif dan keterlibatan langsung sebagai Artistic Intern dalam produksi iklan profesional. Proses magang dilaksanakan dari tanggal 13 Februari 2025 sampai dengan 27 Februari 2025. Penulis bekerja di lingkungan kerja PT. Untouchable Art Team yang berlokasi di kota Depok, Jakarta..

Kegiatan sehari-hari meliputi tugas pra-produksi hingga produksi, khususnya pada proyek iklan. Data dan pengalaman didokumentasikan setiap hari dalam bentuk log-book dan laporan kegiatan untuk melacak tugas, tantangan, dan solusi yang dihadapi selama proses produksi..

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisa Program

PT. Untouchable Art Team adalah industri periklanan merupakan sektor ekonomi yang memfasilitasi komunikasi pemasaran antara produsen dan konsumen melalui penyampaian pesan tentang produk, layanan, atau ide, dengan tujuan membangun kesadaran serta memengaruhi perilaku audiens (Putra, 2015). Dalam perspektif akademik, definisi ini selaras dengan pandangan bahwa periklanan adalah komunikasi non-personal berbayar yang menggunakan media untuk membujuk atau memengaruhi pemirsa, berperan penting dalam membentuk identitas merek, menyampaikan informasi produk, serta mendukung tujuan bisnis secara strategis di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Dalam konteks studi ini, Untouchable Art Team Jakarta berperan sebagai lembaga pendukung produksi yang mengkhususkan diri pada aspek artistik. Mereka memproduksi iklan Tiket.com. Sebuah media promosi untuk layanan pemesanan online yang menyediakan berbagai kebutuhan perjalanan, seperti pembelian tiket pesawat, kereta api, bus, hotel, dan atraksi wisata. Aplikasi ini memudahkan pengguna untuk merencanakan perjalanan secara praktis dalam satu platform digital. Proyek ini dilakukan dirancang untuk layanan digital (*digital campaign*) yang direncanakan untuk rilis pada bulan ramadhan, proyek ini menggunakan teknik pengambilan gambar dinamis dengan perpaduan medium shot, close-up, dan tracking shot untuk menonjolkan ekspresi model serta suasana perjalanan yang menyenangkan. Dari segi artistik, video ini memanfaatkan pencahayaan cerah dan palet warna kontras biru-oranye, khas identitas visual Tiket.com, untuk menciptakan suasana optimistis dan hangat. Komposisi setiap frame tersusun rapi dengan prinsip center framing dan rule of thirds, menjaga fokus visual tetap pada tokoh dan produk tanpa meninggalkan vibes dari bulan ramadhan itu sendiri.

### Konsep Program

Nama Program : Iklan Tiket.Com

Kategori : *Digital Campaign*

Durasi : 1 menit 30detik

Sasaran Program : SU

### Konsep Produksi

#### 1. Pra-Produksi

Pra-produksi merupakan tahap persiapan yang sangat penting sebelum proses produksi dimulai, mencakup kegiatan seperti penentuan konsep, perencanaan lokasi dan set, rekrutmen tim produksi, serta persiapan editing, yang berfungsi untuk memastikan seluruh elemen produksi telah siap dan terorganisir dengan baik sebelum pengambilan gambar (Faliha, 2024).

#### 2. Produksi (*Shot Days*)

Tahap produksi merupakan fase utama dalam proses pembuatan karya audio-visual, di mana seluruh perencanaan yang telah dirumuskan pada tahap pra-produksi direalisasikan melalui kegiatan pengambilan gambar dan perekaman suara. Pada fase ini, sutradara menjalankan peran sentral dalam mengoordinasikan pelaksanaan adegan agar selaras dengan naskah, konsep visual, dan ritme penceritaan yang telah ditetapkan. Seluruh kru teknis, termasuk penata kamera, penata cahaya, penata artistik, dan teknisi suara, dituntut menjalankan fungsi masing-masing secara optimal dalam satu kesatuan kerja. Produksi menjadi tahap yang paling intensif karena melibatkan integrasi seluruh unsur teknis dan artistik, sehingga kualitas hasil visual sangat ditentukan oleh efektivitas koordinasi antar departemen, ketepatan teknis pengambilan gambar, serta konsistensi interpretasi kreatif terhadap visi penyutradaraan (Pratista, 2017).

#### 3. Pasca-Produksi dan Administrasi

Tahap pasca-produksi merupakan fase akhir dalam proses pembuatan karya audiovisual, di mana seluruh hasil rekaman gambar dan suara yang diperoleh selama produksi diolah menjadi satu kesatuan yang utuh dan siap dipublikasikan. Pada tahap ini dilakukan berbagai kegiatan seperti penyuntingan (editing) video dan audio, penambahan efek visual (VFX), color grading, penyusunan musik latar, serta penambahan teks atau grafis agar hasil akhir terlihat lebih menarik dan komunikatif. Menurut Faliha (2024), pasca-produksi adalah tahapan penyempurnaan karya yang berfungsi untuk memperbaiki kesalahan teknis, menata alur cerita, dan menyesuaikan hasil visual dengan pesan yang ingin disampaikan. Dengan demikian, tahap pasca-produksi memiliki peran penting dalam menciptakan karya audiovisual yang tidak hanya estetis, tetapi juga efektif secara naratif dan emosional dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

### Kegiatan Yang Dilakukan

Kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama Riset dan Pengembangan Profesi di *Untouchable Art Team* Jakarta berfokus pada peran *Art Person* atau Asisten Art pada proyek Iklan Tiket.com. Iklan ini dirancang untuk kebutuhan kampanye digital (*digital campaign*) yang dirilis pada bulan ramadhan 2025

## a. Pra - Produksi

## 1. Pembuatan Properti

Menyiapkan kebutuhan artistik seperti *mockup* (model skala atau representasi awal visual) yang digunakan untuk perencanaan set. Setelah pembentukan model *mockup* selanjut team artistic akan mulai membentuk model *mockup* tadi kedalam set yang akan dilakukan produksi. Set yang digunakan dibuat terlebih dahulu pada software agar mempermudah pembentukan konsep artistik nya

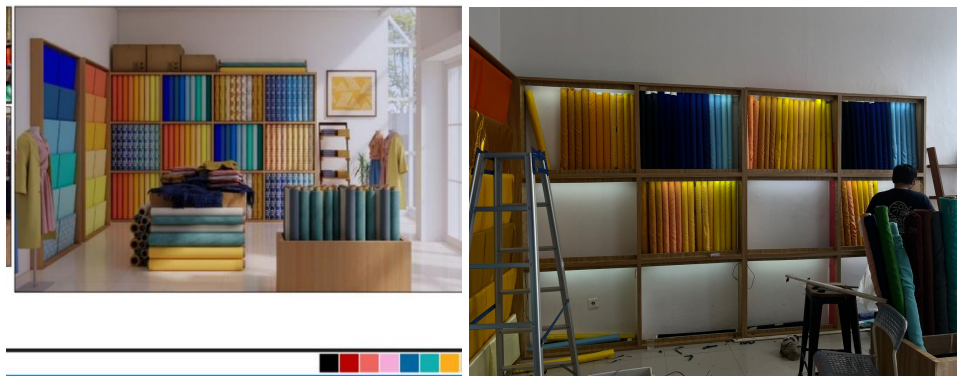


Gambar 1 Pembuatan properti  
(sumber : Dokumen pribadi aryandi mulya ernawan, 2025)

Setelah pembentukan model *mockup* selanjut team artistic akan mulai membentuk model *mockup* tadi kedalam set yang akan dilakukan produksi. Set yang digunakan dibuat terlebih dahulu pada software agar mempermudah pembentukan konsep artistik nya

## 2. Set Properti di Lokasi

Setelah pembentukan model *mockup* selanjut team artistic akan mulai membentuk model *mockup* tadi kedalam set yang akan dilakukan produksi. Set yang digunakan dibuat terlebih dahulu pada software agar mempermudah pembentukan konsep artistik nya



Gambar 2 set lokasi dan konsep set  
(sumber : Dokumen pribadi aryandi mulya ernawan, 2025)

Setelah set yang menggunakan *mockup* selesai, maka penulis berpindah ke set selanjutnya dimana set selanjutnya menggunakan set ala classic karna menggunakan properti yang berkesan lama. Set ini dibuat untuk menggambarkan cerita dari rumah orang tua.



Gambar 3 set lokasi rumah orang tua.  
(sumber : Dokumen pribadi aryandi mulya ernawan, 2025)

### b. Produksi

Pada fase ini, Art Person/Asisten Art bertugas menjaga kualitas visual dan memastikan kelancaran proses pengambilan gambar. Pada tahap produksi, Art Person atau Asisten Art menjalankan peran strategis dalam menjaga kesiapan teknis, kesinambungan visual, dan kelancaran proses kerja di lokasi syuting. Peran ini diwujudkan melalui kegiatan *standby set* yang bersifat proaktif dalam mengantisipasi kebutuhan artistik selama pengambilan gambar berlangsung.

Dalam aspek kesiapan teknis dan artistik, Art Person melakukan pengecekan terhadap kondisi properti dan set sebelum, selama, dan setelah pengambilan gambar. Tugas ini mencakup memastikan kebersihan, kelayakan, serta kesesuaian elemen visual dengan konsep yang telah ditetapkan, serta melakukan penyesuaian cepat apabila terjadi perubahan blocking talent, sudut pengambilan gambar, atau arahan kreatif dari sutradara dan Art Director. Dengan demikian, Art Person berperan sebagai penjaga stabilitas visual dalam dinamika produksi.

Dalam menjaga kesinambungan visual (*continuity*), Art Person bertanggung jawab memastikan konsistensi posisi, kondisi, dan detail visual properti serta set antar-take dan antar-adegan. Pengawasan terhadap detail seperti orientasi produk, kondisi kemasan, dan tata letak properti dilakukan untuk menjaga kesinambungan naratif dan kualitas estetika iklan. Secara keseluruhan, peran Art Person pada tahap produksi menjadi penghubung penting antara perencanaan artistik dan realisasi visual di lapangan, serta berkontribusi langsung terhadap efisiensi kerja dan kualitas visual iklan yang dihasilkan.



Gambar 4 proses produksi  
(sumber : Dokumen pribadi aryandi mulya ernawan, 2025)



Gambar 5 proses produksi dan stand by  
(sumber : Dokumen pribadi aryandi mulya ernawan, 2025)

### c. Pasca Produksi

Pada fase Pasca-Produksi, tugas *Art Person* atau *Asisten Art* difokuskan pada Reset Properti atau *Strike Set*. Tugas ini dimulai dengan melakukan pembongkaran set dan properti secara terorganisir setelah seluruh proses produksi selesai. Selanjutnya, *Art Person* bertanggung jawab penuh atas manajemen aset dengan menginventarisasi, mengemas, dan memastikan semua properti artistik, termasuk *mockup* dan Box warna warni, aman untuk dikembalikan ke studio atau gudang Untouchable Art Team. Hal ini penting untuk menjaga aset perusahaan dan memudahkan penyimpanan serta penggunaan kembali di proyek-proyek berikutnya.



### KESIMPULAN

Pada kegiatan riset dan pengembangan profesi ini, penulis berhasil mendokumentasikan dan menganalisis secara komprehensif implementasi peran dari penulis yang magang di Untouchable Art Team ini sebagai Art Person. Tugas dan tanggung jawab penulis terbagi beberapa bagian terstruktur melalui tiga fase produksi audio-visual.

Dari fase pra produksi, produksi, hingga pasca produksi selama kegiatan berlangsung menjadikan ini sebuah pengalaman dari manajemen waktu dan membuat penulis belajar berpikir kritis dalam mengambil keputusan dalam bekerja di produksi ini.

Keseluruhan proses ini dilakukan dengan tujuan untuk menghasilkan sebuah produksi iklan yang berjalan lancar sesuai dengan misi dan konsep kreatif yang telah dirancang. Penulis sebagai mahasiswa magang di departemen artistik telah belajar dan mengembangkan kemampuan dalam menciptakan sebuah proyek komersial yang profesional, serta bagaimana merealisasikan konsep kreatif menjadi konten visual yang utuh dan efektif

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada Untouchable Art Team Jakarta atas kesempatan dan dukungan yang diberikan selama pelaksanaan riset dan pengembangan profesi ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing Program Studi Televisi dan Film yang telah memberikan arahan akademik serta masukan konstruktif dalam proses penyusunan artikel ini. Selain itu, penghargaan disampaikan kepada seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan produksi iklan digital Tiket.Com, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Faliha, A. (2024). *Preproduction dan perencanaan produksi*. Poltek STIA LAN Makassar.
- Putra, R. D. (2015). *Think Out of The Box: Proses Kreasi Kreatif dalam Industri Periklanan*. Jakarta: Universitas Multimedia Nusantara
- Putri, A. P. (2024). *Komunikasi visual dalam pemasaran digital: Tren dan implikasinya pada perilaku konsumen*. Tugas Mahasiswa Fisipol, 1(2).
- Walisyah, T. (2019). *Bentuk-bentuk komunikasi visual dalam periklanan*. *Jurnal Komunika Islamika*, 6(1).