



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi yang semakin pesat di era serba digital ini sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Berbagai macam konten dan informasi dengan mudahnya didapat hanya dengan bermodalkan *smartphone* dan koneksi internet, termasuk juga konten audio visual. Konten video yang tadinya hanya bisa diakses melalui televisi, kini dapat diakses dengan mudah melalui sosial media seperti *Instagram*, *TikTok*, dan lain-lain. Hal ini sangat mempengaruhi industri kreatif.

Menurut Vivi Wang (dalam Iskandar, 2019), seorang *business development director* di Mobvista Asia Tenggara, dalam diskusi panel dengan tema revolusi video, perkembangan penggunaan sosial media ini merupakan peluang besar bagi pekerja industri kreatif, khususnya pembuat konten video, dalam berkarya. Melihat peluang ini, penulis kemudian merasa perlu untuk mempelajari industri media digital lebih dalam, mengingat fokus penulis selama proses perkuliahan lebih mengacu pada industri perfilman. Apalagi, semakin banyak perusahaan, khususnya yang bergerak di bidang media dan industri kreatif kini berfokus ke konten video di sosial media. Salah satunya adalah PT. C Channel Media Indonesia.

PT. C Channel Media Indonesia merupakan perusahaan media berbasis digital yang berfokus pada pembuatan konten *beauty* dan *lifestyle*. Selain memproduksi konten video untuk kepentingan *brand* dan sosial media C Channel Indonesia sendiri, PT. C Channel Media Indonesia juga sudah banyak bekerja sama dengan *brand-brand* terkenal untuk pembuatan *commercial video*, seperti *Native Ad* dan *web-series* yang ditayangkan baik di *platform* milik C Channel Indonesia maupun *platform brand* yang bersangkutan. Video-video yang diproduksi oleh PT. C Channel Media Indonesia juga kreatif dan berkualitas, sehingga penulis kemudian memilih untuk melakukan praktek kerja magang di PT. C Channel Media Indonesia.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Adapun maksud dan tujuan penulis melakukan praktek kerja magang, selain sebagai syarat kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Seni di Universitas Multimedia Nusantara, penulis juga berharap praktek kerja magang ini dapat memberikan lebih banyak ilmu di bidang produksi, terutama yang berkaitan dengan media. Selain itu, penulis juga ingin menambah relasi dan pengalaman di ruang lingkup profesional yang bisa dijadikan bekal penulis untuk memasuki dunia kerja profesional.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan praktek kerja magang sebagai *content planner intern* di PT. C Channel Media Indonesia selama 3 bulan, mulai dari tanggal 1 Juli 2020 hingga 30 September 2020. Karena pandemi COVID-19, PT. C Channel Media Indonesia mengalihkan mayoritas aktivitasnya menjadi *remote* atau WFH dengan waktu pelaksanaan yang fleksibel, sesuai dengan batas minimal perusahaan yaitu 8 jam setiap harinya. Untuk memeriksa kehadiran karyawan-karyawannya selama WFH, PT. C Channel Media Indonesia biasanya mengadakan *meeting* pagi melalui *Zoom* setiap pukul 09:00 WIB yang harus diikuti oleh setiap departemen. Mengikuti jadwal *meeting* pagi tersebut, jam kerja penulis selama WFH biasanya dimulai pukul 09:00 hingga 18:00 WIB. Namun, tak jarang penulis beserta tim lainnya harus bekerja lebih dari 8 jam, sesuai dengan kebutuhan proyek dan pekerjaan yang sedang dilakukan, terutama saat syuting.

Prosedur pelaksanaan praktek kerja magang yang penulis lakukan dimulai dari mengisi surat KM 01 dari Universitas Multimedia Nusantara. Setelah penulis mendapat surat KM 02 dan perusahaan yang ingin dituju disetujui oleh universitas, penulis baru mulai mengirim *curriculum vitae* dan portofolio kepada pihak perusahaan melalui *e-mail*. Setelah mendapat balasan dari pihak HR perusahaan, penulis melakukan 3 kali tahap wawancara. Wawancara pertama bersifat tertulis, melalui *Google Form*. Setelah melewati wawancara tertulis, penulis kemudian melanjutkannya dengan wawancara bersama pihak HR lewat telepon, terakhir penulis juga melakukan wawancara dengan *creative lead* dan *content planner*

melalui *Zoom Meeting* sebelum akhirnya diterima untuk masuk ke dalam PT. C Channel Media Indonesia sebagai *content planner intern*. Setelah pihak perusahaan mengeluarkan surat penerimaan kerja magang, penulis melanjutkannya dengan mengurus surat-surat lain yang dibutuhkan selama praktek kerja magang, yaitu surat KM 03 sampai dengan KM 07, sembari melakukan proses praktek kerja magang selama 3 bulan.