

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kondisi pandemi akibat virus corona, industri kreatif banyak terhambat dalam berkarya maupun memasarkan karya yang sudah dibuat. Salah satu yang terkena dampaknya adalah para musisi. Musisi yang baru saja merilis lagu tidak dapat *perform* secara *offline* untuk para penikmatnya. Namun dengan adanya media sosial, *digital marketing* pun menjadi salah satu solusi untuk mempromosikan rilisan lagu terbaru para musisi. *Digital marketing* sendiri merupakan kegiatan memasarkan suatu produk termasuk *branding* dengan menggunakan media berbasis web (Wardhana, 2015, hlm. 329). Indomusikgram merupakan salah satu *platform* yang kegiatannya memberikan informasi mengenai rilisan lagu-lagu terbaru dan juga mengundang musisi yang baru saja merilis lagu mereka.

Indomusikgram adalah komunitas yang berada dalam naungan perusahaan bernama PT Bakat Kreasi Musik dan Visual, serta unit gabungan yang bernama Indomusikgroup. Indomusikgram sendiri merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang musik. Hasil karya Indomusikgram terdiri video yang kolaborasi dengan *client brand*, musisi Indonesia, dan membuat konten original hasil kreasi Indomusikteam. Selain kolaborasi dengan *client* dan musisi, Indomusikgram juga sering berkolaborasi dengan kreator musik, komunitas lain, dan juga label musik di Indonesia. Bersama Trinity Optima Production, Indomusikgram juga membuat label musik yang baru saja berdiri di tahun 2020 bernama Acuan Entertainment.

Hasil karya Indomusikgram diunggah di beberapa platform sesuai konten yang ada, seperti Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, dan Facebook. Selain mengunggah video hasil karya sendiri, Indomusikgram juga mengunggah hasil karya *music creator* lain yang sedang viral, maupun yang menggunakan *hashtag* #indomusikgram. Penulis

mendapat informasi bahwa Indomusikgram membuka program magang ketika sedang bekerja disebuah produksi besar yang berisikan *content creator* hebat Indonesia. Salah satu yang hadir adalah Christian Bong, yang merupakan pendiri Indomusikgram. Pada saat itu, beliau memberikan informasi bahwa Indomusikgram sedang memberikan program magang. Salah satu ketertarikan penulis terhadap industri musik menjadi salah satu alasan penulis memilih Indomusikgram sebagai tempat pelaksanaan kerja magang.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis ingin mempelajari kegiatan produksi konten yang berpusat dengan menggunakan media sosial dan mempelajari bagaimana manajemen artis bekerja. Selain itu, penulis juga ingin belajar mengulik proses pembuatan setiap konten yang dilakukan oleh Indomusikgram.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memulai proses awal kerja magang pada tanggal 18 Januari 2021 untuk perkenalan dan memulai pekerjaan dengan melihat kegiatan produksi konten pada hari itu. Proses kerja magang disesuaikan dengan jam kantor Indomusikgram yaitu setiap hari Senin sampai Jumat pada jam 10.00 hingga 19.00. Tetapi apabila terdapat produksi konten diluar jam tersebut, penulis mengikuti produksi *shooting* hingga selesai. Selain itu, penulis juga mengikuti beberapa kegiatan proyek yang diberikan oleh Acuan Entertainment.