

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan media di zaman sekarang ini sudah tidak bisa dipisahkan dari setiap kegiatan kita sehari-hari. Menurut KBBI, media dapat diartikan sebagai sarana komunikasi, pengantara atau penghubung dalam komunikasi. Dengan media sebagai sarana komunikasi, terdapat beberapa jenis media seperti media cetak dan media *digital*. Perkembangan zaman dan kemudahan dalam mengakses teknologi baru membuat komunikasi melalui media *digital* lebih efektif dan komunikatif, seperti media sosial.

Media *digital* sangat memegang peran penting dalam memudahkan proses komunikasi. Contoh yang dapat dilihat adalah *video* sebagai salah satu media *digital*. *Video* merupakan media yang menampilkan gambar bergerak, yang diciptakan sebagai hiburan seperti film dan dokumentasi. Kehadiran *video* mengalihkan banyak orang dan membuat banyak orang lebih menyukai *video* daripada tulisan atau gambar statis. *Video* terkesan lebih komunikatif karena memiliki visual layaknya berbicara dengan sesama orang. Dengan dukungan dan perkembangan media sosial, komunikasi dan penyebaran informasi sangat dimudahkan dan cepat. Keunggulan dari media sosial ini menghadirkan banyak profesi baru, seperti *content creator*.

Perusahaan dan sebuah bisnis, baik kecil ataupun besar sekarang ini mengandalkan konten sebagai strategi *marketing*. Konten dapat berupa gambar, suara, *video*, atau gabungannya untuk menyampaikan sebuah informasi. Membuat sebuah konten dituntut untuk selalu kreatif dan tetap original pada karyanya. Konten yang diberikan juga harus disusun dengan baik, informasi yang jelas, dan visual yang menarik sehingga mengundang orang untuk meluangkan waktu melihat dan mencerna informasi yang diberikan.

MNC Vision merupakan salah satu penyedia TV berlangganan besar di Indonesia. MNC Vision yang merupakan anak dari MNC Land memiliki tujuan

untuk memberikan tayangan hiburan ke seluruh Indonesia. Dengan produk yang ditawarkan ini, MNC juga harus bisa berkomunikasi dengan banyak orang untuk menyampaikan informasi mengenai produk-produknya. MNC memiliki cara menyampaikan produknya dengan memanfaatkan media sosial dan mengkomunikasikannya melalui konten-konten yang kreatif. Dari konten kreatif ini, MNC juga membangun *image* sebagai perusahaan yang kreatif.

Kebutuhan sumber daya manusia yang mampu menjalankan konten kreatif sekarang ini sangat dibutuhkan, terutama disaat pandemi. Peran *editor* dalam hal ini menjadi kunci utama dalam “memasak” bahan-bahan dari konten yang sudah dirancang dan disiapkan. Penulis merasa bahwa kebutuhan *editing* menjadi bagian paling penting diantara semua yang terdapat dalam *project*. *Editing* merupakan bagian yang memiliki peran dalam meningkatkan kualitas visual dan memiliki kemampuan dalam mengkomposisikan bahan-bahan video sesuai konsep. *Editor*, yang bertugas dalam meng-*edit* juga harus bisa mengatur durasi dan komposisi sehingga informasi yang disampaikan jelas.

MNC Vision mulai mengambil langkah dalam memanfaatkan konten digital kreatif sebagai langkah untuk menyampaikan informasi mengenai produk yang ditawarkan. Kebutuhan orang kreatif, seperti *copywriter*, *content maker*, dan *content editor* menjadi hal yang penting dan berpengaruh dalam menjalankan tujuan MNC Vision. Dalam hal ini, *creative editor* juga berperan dalam menaikkan reputasi perusahaan untuk mengundang banyak kerja sama dan meningkatkan angka pelanggan MNC Vision. Sebagai contoh, pertandingan bola AFC Cup 2021 ingin bekerja sama dengan MNC Vision karena tim dan hasil konten *marketing* yang diberikan kreatif dan *engaging*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis memiliki maksud dan tujuan utama kerja magang dengan mengambil kesempatan magang di perusahaan ini sebagai syarat kelulusan akademik. Selain sebagai syarat kelulusan, magang juga merupakan ajang untuk mengenal lingkungan kerja dan menyiapkan diri setelah lulus. Magang juga memberi

kesempatan untuk menguji kemampuan diri dengan praktik langsung dari materi yang sudah dipelajari. Melalui kerja magang, penulis dipersiapkan dan dituntut profesionalitasnya dalam menjalankan tanggung jawab yang diberikan.

Penulis memilih MNC Vision sebagai tempat magang karena memiliki kesamaan dalam tujuan, yaitu memberi penyebaran dan akses terhadap tayangan dan hiburan yang merata di seluruh Indonesia. Dengan kesamaan tujuan ini, penulis juga mengambil kesempatan dalam belajar dan memahami penggunaan konten kreatif sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi. Penulis juga berharap dapat menerapkan hal ini dalam lingkungan kerja. Penulis juga bisa memiliki *social interaction* dan menambah koneksi dalam lingkungan kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kesempatan magang di MNC Vision juga dibatasi oleh waktu yang diberikan oleh kampus agar memenuhi syarat akademik, yaitu 800 jam. Penulis telah mencoba memperhitungkan durasi magang penulis, dengan rincian sebagai berikut:

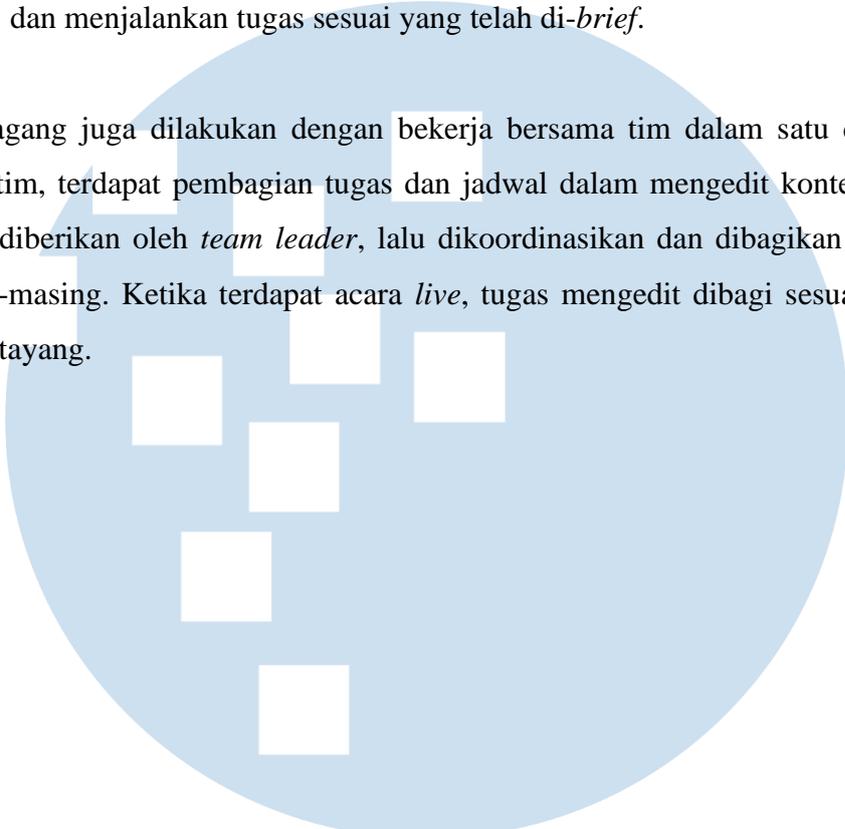
Total durasi magang dalam 1 hari	: 8 Jam
Total hari kerja dalam 1 minggu	: 5 hari (Senin – Jumat)
Tanggal dimulainya magang	: 2 Juni 2021
Tanggal perkiraan selesai magang	: 5 November 2021

Prosedur pelaksanaan magang dimulai dari:

1. Mencari informasi mengenai perusahaan yang dituju untuk magang;
2. Menghubungi perusahaan dengan mengirimkan CV dan CL, menjelaskan maksud, tujuan, dan posisi yang diinginkan melalui *email*;
3. Melakukan *online interview* melalui panggilan whatsapp;
4. Melakukan pertemuan dengan HR dan berkenalan dengan lingkungan kerja;

5. Berkenalan dengan *supervisor*, bertanya mengenai tugas rutin mingguan, dan menjalankan tugas sesuai yang telah di-*brief*.

Magang juga dilakukan dengan bekerja bersama tim dalam satu divisi. Di dalam tim, terdapat pembagian tugas dan jadwal dalam mengedit konten. Setiap materi diberikan oleh *team leader*, lalu dikoordinasikan dan dibagikan tugasnya masing-masing. Ketika terdapat acara *live*, tugas mengedit dibagi sesuai dengan jadwal tayang.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA