

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang begitu cepat membuat manusia dipaksa untuk mengikuti tren yang ada. Meskipun di tengah masa pandemi, kemajuan era industri 4.0 tidaklah terhalangi. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya waktu penggunaan internet di Indonesia dari jumlah 7 jam 59 menit per hari pada 2020 menjadi, berjumlah 8 jam 52 menit per hari pada 2021 (Riyanto, 2021) (BRP Indonesia, n.d.) Selain hal tersebut, dari Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang dilakukan kepada 2.500 responden, ditemukan bahwa sebanyak 87,13 persen penggunaan internet ditujukan untuk layanan hiburan terutama di media sosial. (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa masyarakat semakin mencari dan menggunakan internet khususnya media sosial untuk bertukar informasi dan konten. Peluang kerja untuk menjadi seorang *content creator* sangatlah besar melihat perkembangan tren saat ini.

Pekerjaan *content creator* membutuhkan kemampuan manusia untuk menciptakan sebuah karya dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Menurut Street (2014), *content creator* adalah profesi yang membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, suara, maupun video. Lebih dari itu, *content creator* juga diharapkan dapat mengatur jadwal dengan baik, berpikir kritis, serta mempunyai jaringan yang luas. Terlebih, kini masyarakat dapat dengan mudah menikmati konten di berbagai *platform digital* karenanya dibutuhkan ide konten yang kreatif dan berkualitas. Konten yang berkualitas sendiri, lahir dari proses pra-produksi hingga pasca-produksi yang terkonsep dengan baik. Oleh karena itu seorang *content creator* harus menyadari pentingnya membuat konten yang dapat dinikmati serta menjadi hiburan bagi para penonton. Pada zaman yang serba cepat ini pembuatan konten yang baik tidak akan tersampaikan kepada penonton jika tidak melewati

tahap penyuntingan (*editing*). Sebagai mahasiswa film, penulis yakin bahwa pembuatan sebuah konten harus diikuti dengan tahap penyuntingan yang maksimal agar konten yang dihasilkan dapat dinikmati serta menjadi hiburan bagi para penonton. Pada saat memasuki industri yang sesungguhnya, penulis berharap dapat menciptakan konten-konten seperti video iklan, video dokumentasi, film pendek, maupun video komersial lainnya yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas. Hal ini diharapkan dapat memberikan dampak yang baik bagi penulis maupun kepada audiens yang akan menikmati konten tersebut.

Oleh karena itu, penulis melakukan praktik kerja magang di sebuah perusahaan yang bernama Bombardier Recreational Products (BRP). BRP adalah sebuah perusahaan asal negara Kanada yang bergerak di bidang bisnis pariwisata. Penulis memilih BRP sebagai tempat untuk melakukan praktik kerja magang karena menurut penulis, BRP dapat memberikan sarana serta fasilitas yang sangat baik dalam hal pembuatan konten, memberikan pengalaman baru dalam bidang *content creating* khususnya di bidang pariwisata (otomotif), serta dapat memberikan gambaran bagaimana industri kerja yang sesungguhnya di bidang *content creating*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis memilih program praktik kerja magang ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar S1. Selain itu, praktik kerja ini juga bertujuan untuk mengimplementasikan apa yang sudah penulis pelajari selama perkuliahan reguler. Mulai dari teknik dasar offline dan online editing sehingga dapat menghasilkan video berbentuk digital yang baik, dapat mengoperasikan kamera yang baik dan benar, serta bagaimana berpikir kritis dalam pembuatan sebuah cerita (konten).

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memulai pelaksanaan kerja magang di BRP Indonesia setelah mendapatkan informasi lowongan magang dengan posisi *content creator* untuk komunitas Sea-

Doo NEXT pada tanggal 22 Oktober 2021. Menanggapi informasi tersebut, pada tanggal 27 Oktober 2021 penulis mengirim pesan yang menjabarkan maksud dan tujuan dari praktik kerja magang ini serta melampirkan CV dan Portofolio berbentuk video (*showreel*) melalui WhatsApp pribadi penanggung jawab Seadoo NEXT. Melalui pesan WhatsApp tersebut, penulis diundang untuk melakukan wawancara dengan Rhea Audrey selaku *Head IT & Multimedia* BRP Indonesia, pada tanggal 12 November 2021. Wawancara tersebut dilakukan secara langsung di salah satu kantor BRP Indonesia yang terletak di Ancol, Jakarta Utara. Setelah itu, pada tanggal 19 November 2021 penulis mendapatkan arahan melalui pesan Whatsapp untuk datang ke kantor Ancol untuk diajak berdiskusi tentang dunia *content creating* khususnya di bidang *adventure* serta melihat produk dari BRP Indonesia yang nantinya akan digunakan sebagai produk yang akan dipasarkan melalui konten.

Akhirnya pada tanggal 4 Desember 2021, penulis resmi menjadi *content creator intern* di BRP Indonesia. Namun, karena situasi pandemi, sistem kerja yang diterapkan di BRP Indonesia masih menggunakan sistem *hybrid*, yaitu *Work From Home* (WFH) dan *Work From Office* (WFO) yang diberlakukan dengan tujuan untuk mengutamakan kebutuhan perusahaan dalam hal koordinasi serta pembuatan konten di dunia *adventure* dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yang sesuai dengan anjuran pemerintah. Lebih lanjut, untuk jam kerja yang dilaksanakan di BRP Indonesia pada formalnya adalah jam 10 pagi hingga jam 5 sore. Namun, jam kerja yang dilaksanakan di BRP Indonesia juga menyesuaikan dengan pekerjaan yang sedang digarap, sehingga tergolong fleksibel. Terakhir, untuk durasi praktik magang yang penulis lakukan adalah selama 5 bulan yang berakhir pada tanggal 4 Mei 2022.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A