

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, informasi lebih cepat disebarkan. Kita juga mudah dalam mendapatkan informasi melalui media digital. Salah satu bentuk media digital adalah media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Tiktok, Youtube, dan lainnya. Dari data yang ditunjukkan dalam gambar di bawah, terjadi perkembangan pengguna media sosial di Indonesia dari tahun ke tahun. Pada tahun 2022, pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta pengguna. Jumlah ini mengalami peningkatan sebanyak 12,35% dari tahun sebelumnya (Mahdi, 2022).

Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia saat ini, perusahaan besar melirik media sosial untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Dari data bulan Februari 2022, pengguna media sosial dapat menemukan produk baru dari beberapa sumber. Persentase penemuan produk baru dari iklan di media sosial menjadi yang tertinggi kedua yaitu sebesar 35,7%. Hal ini berarti perusahaan besar semakin banyak menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk atau merek mereka (Orenzi, 2022). Tiga dari lima media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia pada tahun 2022 adalah media sosial berformat video. Penggunaan sosial media ini juga meningkat dari tahun ke tahun terutama Youtube sebanyak 26,4 jam/bulan dan Tiktok sebanyak 23,1 jam/bulan. Maka, bisa diartikan bahwa produksi konten berformat video akan meningkat beberapa tahun mendatang.

Bali United sebagai salah satu perusahaan besar di Indonesia melihat adanya kesempatan periklanan dalam bentuk konten kreatif berformat video. Melalui PT. Kreasi Karya Bangsa atau *United Creative*, Bali United membentuk PT. Kreasi Karya Bangsa atau *United Creative* sebagai *Creative Agency* untuk memproduksi konten kreatif dan periklanan. Terdapat kebutuhan produksi video dalam pembuatan konten kreatif untuk media sosial termasuk *video editing*. Prospek besar dalam produksi konten kreatif dan kebutuhan *video editing* dalam *Creative Agency*,

mendorong penulis memilih *Creative Agency* untuk pelaksanaan magang. Penulis melaksanakan magang sebagai *Video Editor Intern* dan masuk dalam pilar *United Studio*. Penulis mengerjakan *offline editing* dan *assembly* sebelum diserahkan kepada *Video Editor* utama.

### 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Melalui kerja magang ini, penulis memiliki tujuan untuk mengetahui proses produksi konten kreatif terutama *video editing* dalam agensi. Selain itu, penulis juga ingin mendapatkan koneksi dan relasi dalam agensi. Data yang sudah dikumpulkan penulis memperlihatkan adanya potensi agensi berbasis digital untuk menjadi hal yang akan dibutuhkan merek dalam mempromosikan produk mereka dalam beberapa tahun ke depan. Penulis juga ingin mengasah *soft skill* seperti komunikasi, kerja tim, dan etos kerja yang baik dalam pekerjaan melalui kerja magang ini. Melalui karya, kreativitas, dan etos kerja yang baik, penulis ingin memberikan kontribusi dalam bentuk produktivitas perusahaan yang baik.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang penulis di *United Creative* berlangsung selama 800 jam sesuai dengan ketentuan magang Universitas Multimedia Nusantara. Magang ini terhitung dari tanggal 14 Juni 2022. Kegiatan kerja magang ini dilaksanakan secara *hybrid* dengan *Work From Home* (WFH) dan *Work From Office* (WFO). Kerja magang ini berlangsung selama 9 jam dari pukul 09.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB setiap hari, 5 hari dalam seminggu.

Tabel 1.1 Prosedur Pelaksanaan Magang

No.	Kegiatan	Tanggal
1.	Pembekalan magang yang diselenggarakan oleh UMN prodi Film dan Animasi.	1 April 2022

2.	Mencari perusahaan yang sedang melaksanakan Internship sesuai dengan ketentuan UMN prodi Film dan Animasi.	April-Mei 2022
3.	Mengirim <i>curriculum vitae</i> (CV) dan <i>showreel</i> kepada HRD <i>United Creative</i> melalui email dan <i>link</i> google drive.	18 Mei 2022
4.	Melakukan registrasi di <a href="http://merdeka.umn.ac.id">merdeka.umn.ac.id</a> dan mengajukan <i>cover letter</i> .	20 Mei 2022
5.	Mengirim <i>cover letter</i> kepada HRD <i>United Creative</i> melalui email.	27 Mei 2022
6.	Melakukan interview dengan <i>User/Produser United Studio</i> dan HRD, dan diterima sebagai <i>intern editor</i> .	6 Juni 2022
7.	Mendapat surat penerimaan kerja magang dari <i>United Creative</i> dan menginput di <a href="http://merdeka.umn.ac.id">merdeka.umn.ac.id</a> .	9 Juni 2022
8.	Melakukan pengisian KRS di <a href="http://my.umn.ac.id">my.umn.ac.id</a> dan memilih Internship Track 1.	11 Agustus 2022
9.	Melakukan magang selama 800 jam di <i>United Creative</i> sebagai Video Editor intern.	14 Juni 2022 – 30 November 2022
10.	Menyusun laporan magang dan melakukan bimbingan 8 kali, dan melakukan sidang magang berdasarkan laporan yang sudah dibuat.	14 Oktober 2022 -

Sumber : Catatan Pribadi

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA