

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era informasi ini, pertukaran informasi dalam kuantitas yang besar dilakukan secara pesat dengan bantuan berbagai teknologi informasi seperti internet dan sosial media. Padatnya informasi yang masuk secara digital mendorong berbagai instansi untuk melakukan efisiensi dalam mengkomunikasikan hal tersebut. Visualisasi adalah salah satu metode untuk merubah sebuah informasi menjadi bentuk visual yang lebih mudah dipahami oleh pengamat. Proses ini memanfaatkan sistem persepsi manusia yang hebat dalam memproses informasi visual.

Salah satu alat komunikasi visual yang digunakan dalam memberikan informasi atau juga menghibur penonton pada waktu yang bersamaan adalah *Digital Advertising*. *Digital Advertising* adalah bentuk komunikasi dari perusahaan untuk mempromosikan *brand* atau produk menggunakan berbagai saluran *digital* dan platform. Strategi pemasaran ini dilakukan dengan berbagai platform digital yang sedang marak digunakan, antara lain media Tiktok, Instagram, dan Youtube.

*Digital advertising* memanfaatkan sejumlah media seperti media sosial, *email*, dan beberapa situs web. Ketersediaan data pengguna dan kemampuan penargetan yang baik membuat digital advertising menjadi alat yang penting bagi bisnis untuk dapat terhubung dengan audiens mereka. Penting untuk diingat bahwa internet yang telah menawarkan cara untuk data menjangkau dan terlibat dengan pelanggan, masih ada perbedaan antara cara yang gratis atau 'organik' dengan cara berbayar atau 'anorganik'. Digital advertising adalah 'anorganik' untuk dapat menjangkau serta dapat terlibat dengan pelanggan dan prospek bisnis.

Ada banyak faktor utama yang telah mendukung pertumbuhan dunia *digital advertising* dalam industri agar merambat dengan cepat. Faktor pertama adalah banyaknya media berita, dan berbagai perusahaan berbasis *Agency* lainnya

yang mulai menemukan cara inovatif dalam memanfaatkan teknologi *digital*. Faktor kedua adalah perangkat *digital* seperti *smartphone* dan tablet yang membuka akses ke berbagai konten dan saluran media. Faktor-faktor tersebut membuktikan bahwa adanya industri *digital advertising* yang bergerak dan berkembang secara pesat.

Advertising juga efektif dalam membuat pesan yang dituju lebih berdampak berdasarkan kualitas dari penampilan dan animasi yang digunakan. Informasi dapat bertujuan untuk mengedukasi atau menarik penonton, tetapi juga menarik dan membawa nilai untuk penonton. Pembuatan konten juga harus ditekankan dalam berusaha untuk memberi sebuah solusi terhadap tantangan yang dihadapi target penonton. Berbagai jenis konten dapat diciptakan seperti infografis, foto, buku *digital*, unggahan *blog*, berita dan video.

Proses kerja sama *client* dengan *influencer* dengan penulis sebagai perantara menjadi proses yang sangat berdampingan dengan jurusan penulis yaitu mahasiswa Film. Pada dasarnya proses kerja sama ini menggunakan proses pre production layaknya dalam membuat film, dimulai dari *meeting*, membahas konsep video, pembuatan *script*, membuat *deadline*, *draft*, *shooting*, dan melakukan tahap *editing*.

Penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di PT Lagoi Commerce Indonesia karena berbagai faktor dan kesempatan yang ditawarkan untuk berkembang sebagai *Influencer and Talent Manager*. Lagoi Commerce adalah sebuah perusahaan *Soft Digital Advertising* yang bergerak dari negara China. Lagoi Commerce memberikan banyak kesempatan bagi penulis dalam membuat berbagai konten project dengan beberapa influencer dimulai dari *meeting client*, membuat konsep video, *script*, dan *editing*. Konten yang diproduksi pada umumnya bertujuan untuk menyampaikan informasi, dan promosi dari suatu *brand* tertentu.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di PT Lagoi Commerce Indonesia untuk memenuhi syarat kelulusan untuk gelar S1. Industri kreatif di Indonesia merupakan bidang yang memiliki banyak potensi untuk membuat konten *digital* dalam bentuk video maupun *design*. Implementasi pengetahuan dan kemahiran yang telah dipelajari selama perkuliahan regular dapat dilakukan melalui berbagai proyek yang akan diproduksi selama praktik kerja magang. Partisipasi penulis dalam berbagai proyek kreatif tersebut diharapkan dapat mengasah penulis dalam bekerja secara profesional terkhususnya sebagai seorang *influencer and talent manager* dalam bidang konten *digital advertising*. Penulis berharap untuk memberikan dampak yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan untuk memproduksi konten *digital advertising* dengan *clients* dan *influencer* bagi perusahaan.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang dimulai dari pemberitahuan akan lowongan magang sebagai *influencer and talent manager* pada tanggal 8 Juni 2022 melalui CEO dari perusahaan yang sekaligus menjadi pembimbing magang, Kevin. Penulis mempersiapkan e-portofolio video dan desain, beserta CV terbaru. Pada tanggal 3 Juni 2022, penulis mengirimkan aplikasi magang melalui email perusahaan beserta e-portofolio dan CV yang disiapkan.

Pada tanggal 16 Juni 2022, penulis melakukan wawancara secara tatap muka pada jam 17.00. Penulis diwawancara langsung oleh pembimbing magang, Kevin, mengenai alasan memilih perusahaan, kemahiran membuat konsep dan konten *digital*, dan juga keahlian dalam *editing* video. Wawancara berlangsung sekitar 30 menit. Setelah wawancara selesai, pembimbing magang menerima penulis untuk melakukan praktik magang. Pada tanggal 18 Juni 2022, penulis mendaftarkan diri di website merdeka untuk mengisi berbagai data dan informasi yang diberikan pembimbing magang.

Pada tanggal 28 Juni 2022, penulis mengirimkan surat persetujuan magang dari kampus kepada pembimbing magang. Orientasi mengenai perusahaan diberikan oleh pembimbing magang di perusahaan. Setelah itu surat penerimaan magang dari perusahaan dikirimkan ke sistem merdeka kampus sebagai bukti diterimanya penulis secara resmi oleh perusahaan. Pada tanggal 4 Juli 2022, pembimbing magang mengundang penulis untuk datang ke kantor untuk memulai praktek kerja magang.

