

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam sekolah film, mahasiswa mempelajari beberapa *software* untuk membuat film. Beberapa di antaranya termasuk *software editing (video, sound, color grading, dll)*, hingga *software 3D*. Berbekal keterampilan yang telah dipelajari di bangku kuliah, penulis mampu berkontribusi secara kinerja, baik berupa *soft skill* maupun *hard skill*, dalam perusahaan-perusahaan yang membutuhkannya.

Pada kesempatan magang kali ini, penulis bekerja sebagai *video editor* dan *videographer* di perusahaan yang bergerak dalam bisnis konsultan pendidikan internasional. Secara spesifik, penulis berkontribusi dan menjadi bagian dari divisi *Brand Communication* dari perusahaan tersebut. Secara singkat, konsultan pendidikan internasional adalah perusahaan yang menyediakan bantuan berupa jasa konsultasi dan layanan lainnya bagi pelajar yang ingin meneruskan studi ke luar negeri. Jasa yang ditawarkan termasuk konsultasi gratis, belajar bahasa Inggris, pengurusan visa dan dokumen penting lainnya, hingga bantuan pencarian akomodasi.

Penulis berharap bisa belajar banyak hal dalam kesempatan magang ini. Salah satunya yaitu menemukan formula baru terkait *video editing*, karena pada dasarnya *video editing* untuk film cukup berbeda dengan *editing* yang dibutuhkan untuk keperluan *branding* sebuah perusahaan.

Dalam hal bisnis, media sosial menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh. Dengan menggunakan media sosial seseorang dapat mempromosikan bisnisnya secara lebih efektif dan efisien. Aktivitas promosi ini contohnya adalah

sebuah usaha dapat mengunggah konten yang ditujukan untuk audiens mereka dalam bentuk desain grafis ataupun video. Melalui media sosial, informasi mengenai produk atau jasa yang dipromosikan dapat tersalurkan dengan lebih cepat, mudah, dan menarik secara visual.

Memasuki era digital, masyarakat dapat mengakses internet dengan mudah, hal ini tidak terkecuali berlaku bagi media sosial. Media sosial mempunyai peran untuk komunikasi yang berkontribusi pada komunitas, berinteraksi, berbagi konten, dan berkolaborasi.

Memahami pentingnya peran media sosial bagi usaha di era digital ini, penulis mampu berkontribusi kepada perusahaan melalui pembuatan *commercial video*, *motion graphic*, *content video*, hingga *company profile*, untuk membangun memperkuat aktivitas *branding* serta menyampaikan kebutuhan konsumen di media sosial.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pada kesempatan magang ini, penulis bermaksud mengembangkan ilmu perfilman melalui dunia industri kreatif media sosial dengan tujuan untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana proses kerja di sebuah perusahaan korporat, serta menambah pengalaman bekerja dalam segi seni perfilman.

Selain itu, penulis ingin mengeksplorasi dalam hal mengembangkan kemampuan sebagai seorang *videographer*, cara membuat *brand* tetap terjaga dalam aspek *design*, bagaimana audiens tetap tertarik pada jasa atau produk yang dipromosikan melalui media sosial, formula baru dalam hal *editing*, dan lain-lain.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang diawali dengan melamar melalui salah satu situs lowongan kerja. Penulis melamar sebagai pekerja magang pada 21 Juni 2022. Kemudian pada 28 Juni 2022 penulis diwawancara secara online melalui platform Google Meet, serta mendapatkan tes yang perlu dikerjakan sebagai video editor. Akhirnya pada 15 Juli 2022 penulis memasuki hari pertama kerja sebagai video editor dan videografer.

Untuk waktu pelaksanaan kerja magang sendiri berjalan pada setiap hari Senin-Jumat dari pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB. Pada akhir jam kerja, penulis wajib mengirim email berupa report yang mencantumkan apa yang dikerjakan pada hari tersebut kepada supervisor. Meski begitu, dalam satu minggu penulis mendapatkan dua kali jatah work from home (WFH) dan sisanya kerja di kantor.

