

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Aaker (1991). *Brand awareness* atau kesadaran akan merek adalah salah satu elemen inti dalam membangun asosiasi positif dengan merek. Kesadaran akan merek merupakan faktor kunci yang tidak terpisahkan dalam memahami sejauh mana suatu merek dikenal oleh konsumen, dan bagaimana tingkat kesadaran tersebut mempengaruhi persepsi dan preferensi konsumen terhadap merek tersebut. Selain itu, konsep kesadaran akan merek juga memegang peranan penting dalam memahami keberhasilan suatu merek dalam pasar dan persaingan bisnis.

Produksi konten video memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kesadaran akan sebuah merek atau perusahaan. Dalam era digital yang begitu kompetitif, konten video memungkinkan merek untuk mengekspresikan pesan mereka dengan cara yang lebih menarik dan dapat diingat oleh audiens. Bordwell dan Thompson dalam buku *Film Art: An Introduction*, penggunaan komposisi visual yang cermat, seperti menentukan apa yang ada pada gambar, posisi kamera, dan pergerakan kamera, dapat memberikan kesan dramatis dan memikat pemirsa (Bordwel, 2010). Elemen inilah yang paling penting dalam pembuatan konten video yang berarti komposisi visual dan narasi dalam konsep yang kuat dalam konten video mampu menarik perhatian lebih banyak orang, menyampaikan informasi dengan cara yang lebih efektif, dan menciptakan hubungan emosional yang mendalam dengan audiens. Hal ini tentunya membantu dalam memperkuat identitas merek, menciptakan pengikut setia, dan memperluas jangkauan merek di media sosial dan platform digital lainnya. Dengan kata lain, produksi konten video bukan hanya alat yang ampuh untuk memperkenalkan merek, tetapi juga untuk mempertahankan dan memperluas dampak positifnya dalam industri yang terus berubah dan berkembang.

Melihat perkembangannya yang sudah sangat besar dalam pemasaran secara internal, PT Mitraco Citraniaga Pusaka mulai terhubung dengan era digital dengan membentuk tim produksi video untuk menangani produksi konten youtube melalui channel MAINan Anak Indonesia & MTC Toys Official. Produksi video yang tepat dapat membantu menciptakan cerita merek yang kuat dan mengkomunikasikan nilai-nilai merek kepada audiens target. Selain itu, tim produksi video juga akan menyediakan berbagai konten yang dibutuhkan oleh PT Mitraco Citraniaga Pusaka untuk meningkatkan brand awareness kepada masyarakat yang lebih luas.

Dalam rangka menyempurnakan proses akademis pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara pada kesempatan magang kerja yang penulis tempuh di semester tujuh (VII) ini, penulis melakukan praktik kerja magang di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi mainan, yaitu PT Mitraco Citraniaga Pusaka. PT Mitraco Citraniaga Pusaka merupakan salah satu perusahaan produksi mainan kecil terbesar yang sudah berdiri selama 23 tahun melalui merek mainan yang dikenal sebagai MTC Toys. Tersebar di seluruh penjuru negeri mainan MTC Toys sudah menjadi sahabat bermain bagi anak-anak Indonesia. Penulis mengambil posisi sebagai videografer dalam produksi konten mainan, dan juga produksi konten gambar bergerak sesuai kebutuhan dari PT Mitraco Citraniaga Pusaka. Penulis bertugas sebagai konseptor, videografer yang merekam materi video yang berkualitas tinggi, menangkap detail produk mainan sebagai fokus utamanya juga konten gambar bergerak lainnya yang dibutuhkan PT Mitraco Citranaga Pusaka, hingga di tahap akhir sebagai online editor sambil mengecek konten video yang dihasilkan sebelum akhirnya diserahkan kepada pimpinan PT Mitraco Citraniaga Pusaka. Praktik Kerja Magang ini diharapkan dapat membuka peluang untuk penulis dapat berpartisipasi langsung guna memperkokoh pengalaman dalam memimpin, dan juga merealisasikan ide-ide sesuai dengan yang ditargetkan PT Mitraco Citraniaga Pusaka.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan kerja magang:

1. Berpartisipasi secara langsung dalam dunia kerja profesional sehingga dapat menerapkan materi yang didapat selama proses pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn.).
3. Meningkatkan kemampuan akademis dengan belajar secara langsung selama proses magang.
4. Melihat dan mempelajari kemungkinan-kemungkinan yang dapat terjadi dalam dunia industri sehingga nantinya penulis dapat lebih baik lagi dalam mengambil keputusan dalam dunia kerja sebenarnya.
5. Membantu PT Mitraco Citraniaga Pusaka dalam meningkatkan kesadaran akan merek kepada pasar yang dituju dan juga kepada banyak orang.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara adalah 800 jam kerja. Pada pelaksanaannya dalam PT Mitraco Citraniaga Pusaka tidak memberikan jadwal yang mengikat sehingga penulis dapat leluasa bekerja sesuai dengan kebutuhan perusahaan juga mengacu kepada target mingguan. Pada umumnya penulis diwajibkan untuk melakukan kerja magang pada hari senin hingga jumat dengan jam kerja senin hingga jumat 8 jam kerja yang dimulai pada pukul 09:00 – 18:00 WIB dan pada hari sabtu dimulai pada pukul 10:00 – 15:00 WIB. Jam kerja pada PT Mitraco Citraniaga Pusaka seringkali tidak dapat ditentukan sehingga bergantung pada selesainya target mingguan video, dan juga kebutuhan-kebutuhan tambahan yang tidak bisa ditentukan.. Penulis berkewajiban untuk magang sesuai kontrak yang disepakati pada tanggal 1 Juni 2023 sebanyak 800 jam kerja sesuai dengan peraturan yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara.