

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman pada era globalisasi, teknologi dan informasi memiliki perkembangan yang semakin pesat. Sebagai contoh perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat salah satunya pada bidang *marketing*. *Marketing* atau promosi dilakukan untuk menciptakan ketertarikan yang ditujukan kepada konsumen dengan tujuan pada pembelian suatu produk atau jasa (Afifah et al., 2019). Saat ini *marketing* tidak hanya dipasarkan melalui televisi, surat kabar atau *billboard*, *marketing* dapat dipasarkan melalui media sosial (Permadi et al., 2022). Media sosial pada akhirnya bukan lagi hanya sebuah wadah untuk bertukar pesan ataupun mendapatkan informasi, melainkan saat ini media sosial sudah dapat digunakan untuk melakukan *marketing* dan berjualan. Salah satu contoh *platform* media sosial yang saat ini banyak digunakan untuk melakukan *marketing* adalah Instagram.

Pada Instagram, *marketing* dilakukan dengan cara memposting produk atau jasa yang sudah dikemas secara menarik dengan berupa video ataupun gambar. Untuk itu video ataupun gambar harus memiliki daya Tarik dan keunikannya tersendiri untuk menarik perhatian konsumen. Suatu *brand marketing* yang menggunakan *marketing* media sosial selalu memiliki tim untuk membuat kontennya. Hal ini membuat peran videografer begitu penting dalam melakukan *marketing* pada media sosial. Videografer sendiri merupakan suatu pekerjaan yang mengambil suatu gambar visual dengan mengikuti arahan *script* maupun *klien* (Santoso, Adrian, & Putra, 2020).

Perkembangan industri di Indonesia menciptakan banyaknya kemunculan *brand* lokal. Masyarakat yang mengikuti perkembangan industri pun memiliki semangat untuk mencoba hal baru dengan menciptakan *brand* mereka sendiri dan mempromosikannya di media sosial. Hal tersebut meningkatkan persaingan promosi atau *marketing* yang kuat di media sosial (Rizal, 2019). Oleh karena itu

penulis sebagai generasi milenial berminat untuk mempelajari lebih dalam mengenai industri *brand* lokal dan *workflow* pada *brand* lokal.

Penulis melakukan kerja magang di salah satu *brand* lokal yang bernama FAYT sebagai videografer. Penulis bertugas untuk mengambil video produk yang mereka buat dan mengemas atau mengeditnya dengan menarik sehingga visual tersebut dapat menarik perhatian konsumen FAYT. Penulis dapat belajar mengenai industri *brand* lokal serta dapat lebih mengenal dunia profesional dan memperluas jaringan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang ini sebagai langkah awal penulis untuk mengenal industri media sosial pada *brand* lokal yang sedang berkembang. Pada program magang ini penulis juga berharap dapat dibimbing secara profesional dalam lingkungan kerja, yaitu:

1. Menambah pengalaman dalam berproduksi khususnya penerapan materi-materi pengambilan gambar.
2. Menambah pengalaman dan pengetahuan kerja dalam bidang promosi dengan orang-orang yang sudah profesional.
3. Mengetahui dan memahami alur kerja produksi video *marketing* di media sosial, khususnya pada *brand* lokal.
4. Mengetahui struktur dan tanggung jawab setiap divisi kreatif dan produksi dalam suatu *brand*.
5. Menerapkan ilmu yang sudah penulis terima selama masa perkuliahan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada semester 5, penulis mengikuti mata kuliah *Professional Development* yang membahas mengenai pembekalan magang. Mata kuliah ini sangat membantu penulis untuk bisa *survive* pada saat magang ini. Mata kuliah ini mengajarkan penulis untuk dapat mempersiapkan dan membuat CV serta portofolio dengan baik. Selain itu mata kuliah ini juga beberapa kali mengadakan *talk show* dengan mengundang pelaku profesional pada dunia industri dengan topik-topik yang membantu bagi penulis.

Penulis mulai mencari beberapa lowongan kerja magang di *production*

house. Karena penulis ingin meneruskan untuk memperdalam bidang *production design* dalam dunia industri perfilman. Namun dikarenakan sedikitnya lowongan *production design* yang ada, akhirnya penulis mencoba untuk memberanikan diri melamar kerja magang ke *brand* lokal sebagai sebagai videografer. Penulis mengirim CV dan portofolio ke beberapa *brand* lokal yang sudah penulis *research* sebelumnya, salah satunya adalah *brand* FAYT. Akhirnya pada tanggal 6 Juni 2023, penulis mendapat panggilan untuk melakukan *interview* oleh *brand* tersebut. Setelah melakukan *interview*, 2 hari kemudian penulis mendapat kabar baik bahwa penulis diterima menjadi videografer di *brand* FAYT.

Pada tanggal 26 Juni 2023, penulis resmi melakukan kerja magang di FAYT. FAYT sebagai *brand* lokal yang termasuk *startup* memiliki beberapa fasilitas yaitu *wifi*, ruang *meeting*, dan *pantry*. Jam kerja di FAYT memiliki dua *shift* yang dapat dipilih oleh karyawannya yaitu *shift* 1 dimulai pukul 08:00 – 17:00 dan *shift* 2 dimulai pukul 09:00-18:00. Penulis sendiri memilih untuk masuk kantor setiap hari di *shift* 1 pukul 08:00 – 17:00.