

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gereja masa kini menghadapi tantangan perkembangan multimedia, di mana multimedia menjadi salah satu kebutuhan penting dalam konteks peribadatan. Menurut Passaribu (2023), konten multimedia memungkinkan gereja untuk menyampaikan pesan-pesan rohani melalui media visual, seperti tampilan teks, dokumentasi foto, dan gambar, yang dapat memperkaya pengalaman peribadatan bagi jemaat. Perkembangan multimedia memunculkan kebutuhan akan pemikiran kreatif dan strategis dalam menciptakan konten multimedia yang berkualitas. Dalam hal ini, Rafli (2022) menegaskan bahwa creative industry memiliki peran penting, di mana proses kreativitas dan ide menjadi inti dalam menciptakan karya atau produk. Secara umum, creative industry diartikan sebagai segala proses penciptaan, kreativitas, ide, dan gagasan dari seseorang atau kelompok yang kemudian dapat menghasilkan karya atau produk setelahnya.

Dari informasi yang didapat melalui situs CakeResume (2024), *creative director* merupakan pemimpin kreatif yang bertanggung jawab atas merencanakan, membuat, dan menyampaikan visi strategis untuk menciptakan konten multimedia yang memenuhi kebutuhan gereja dan jemaatnya. *Creative director* memiliki tanggung jawab besar dalam mengarahkan tim kreatif untuk menciptakan konten multimedia yang sesuai dengan visi gereja. Mereka tidak hanya bekerja sama dengan art director, tetapi juga dengan tim lain seperti tim IT.

Hadijah (2021) menjelaskan bahwa peran *creative director* membimbing tim kreatif dalam memikirkan seluruh rangkaian proses kreatif, mulai dari cara membuat video, menentukan desain grafis, hingga teknik copywriting yang benar.

Dalam menjalankan tanggung jawabnya, Rochman (2022) menjelaskan bahwa *creative director* harus melakukan pengawasan pekerjaan tim secara maksimal. Pertemuan dengan klien kerap terjadi dalam waktu yang singkat, dan direktur kreatif dituntut untuk mampu mengawasi pekerjaan timnya dengan baik

agar permintaan selesai tepat waktu. Hal ini mencakup tidak hanya pengawasan terhadap pengerjaan, tetapi juga evaluasi terhadap hasil yang dihasilkan oleh timnya.

Dalam hal ini, penting bagi mahasiswa yang menjalankan peran tersebut untuk memahami lingkungan kerja dan proses kreatif dengan baik. Tak hanya itu, mahasiswa juga perlu mengingat bahwa dalam era digital ini media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap interaksi dan perilaku individu. Thamrin (2021) menjelaskan bahwa media sosial adalah sebuah media daring (dalam jaringan) online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual di seluruh dunia.

Dengan demikian, peran *creative director* di multimedia Gereja GPDI SMIRNA Balikpapan tidak hanya melibatkan aspek kreatif dalam menciptakan konten multimedia yang berkualitas, tetapi juga melibatkan manajemen proyek, koordinasi tim, dan pemahaman akan dinamika media sosial serta kebutuhan gereja dan jemaatnya dalam era digital ini. Dalam program magang ini, penulis memiliki tanggung jawab sebagai *creative director*. Penulis bertanggung jawab untuk membuat konsep dari segi *art*, *editing*, dan *shot* yang diperlukan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan magang penulis dilakukan di GPdI Smirna Balikpapan. Tujuan penulis magang di GPdI SMirna Balikpapan sebagai berikut;

1. Sebagai syarat kelulusan untuk meraih gelar S1 di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ingin ikut mengembangkan konten dari GPDI SMirna Balikpapan.
3. Menambah ilmu dan pengalaman yang tidak penulis dapatkan selama perkuliahan berlangsung.
4. Program magang ini juga membuat penulis menambah relasi dan koneksi dengan orang-orang baru.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melamar magang pada tanggal 11 Januari 2024 dengan cara mendaftar magang kepada kepala multimedia GPDI Smirna, yaitu Yonez Sirande yang menjadi supervisor penulis. Kemudian penulis diberikan kepercayaan untuk menjadi creative director setelah melihat karya-karya penulis selama program perkuliahan berlangsung. Kemudian penulis membuat *cover letter* untuk diberikan kepada Yonez Sirande dan penulis diberikan *acceptance letter* tanggal 15 Januari 2024. Kemudian Penulis memulai magang pada 16 Januari 2024.

Program magang dilaksanakan secara *work from home* dan juga *work from office*. Pelaksanaan *work from office* dilakukan di gereja atau ruang multimedia dari gereja GPDI Smirna Balikpapan. Alamat gereja GPDI Smirna adalah Sumber Rejo No.2 Balikpapan Tengah, 76113, Balikpapan Kalimantan Timur.

Terkadang pertemuan dilaksanakan di kafe terdekat untuk mencari suasana baru. Waktu pelaksanaan magang adalah jam 8 pagi hingga jam 6 sore. Namun waktu bisa berubah dan menjadi *flexible* untuk saat-saat tertentu. Waktu *flexible* seperti di hari sabtu atau hari syuting untuk konten Smirna sepekan.

Multimedia GPDI Smirna memiliki nama *Native Production* yang dimana penulis bergabung dalam *Native Production* untuk membuat konten GPDI Smirna. Pelaksanaan magang dilakukan selama 640 jam. Konten yang dibuat oleh *Native Production* akan di upload di instagram @Gpdi.Smirna dan ditayangkan di layar gereja saat ibadah hari minggu.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA