

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin ke arah digital, membuat kebutuhan produksi konten digital semakin meningkat. Konten digital adalah sebuah karya yang dapat berisikan teks, gambar, gambar bergerak, suara dan lainnya dengan menggunakan teknologi digital dan hasil akhirnya tetap dalam bentuk digital. Minat konsumen akan konten digital semakin hari semakin bertambah. Menurut Datareportal (2024), sebuah *website* yang membahas mengenai data pengguna digital di seluruh dunia. Dari jumlah 278,7 juta penduduk Indonesia, terdapat 185,3 juta orang yang menggunakan internet per bulan Januari 2024. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebanyak 0,8 persen dari tahun sebelumnya.

Kemudian, rata-rata pengguna menggunakan internet harian sebanyak tujuh jam tiga puluh delapan menit. Sedangkan, rata-rata pengguna yang berfokus pada media sosial sebanyak tiga jam sebelas menit. Kegiatan pengguna memakai internet untuk keperluan media sosial terlihat lebih tinggi dibandingkan dengan keperluan di luar sosial media. Menurut Datareportal (2024), alasan masyarakat menggunakan internet yaitu 83,1% untuk mencari sebuah informasi, 70,9% untuk bersosialisasi dengan keluarga dan teman serta 70,6% untuk mencari sebuah inspirasi. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebuah konten digital sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini.

Setiap konten digital yang diproduksi akan disalurkan lewat media digital. Media digital menjadi salah satu sarana yang tepat untuk mendapatkan informasi dengan lebih mudah. Menurut Databoks (2024), sebuah *website* yang membahas mengenai infografik, jumlah pengguna internet di dunia sudah mencapai 5,35 miliar orang. Dengan demikian pertukaran informasi yang sebelumnya dibatasi oleh jarak, saat ini sudah tidak terbatas. Pengguna dapat bertukar informasi antar negara, lebih mudah untuk mendapatkan berita terkini yang sedang terjadi dimana pun dan dapat menemukan inspirasi atau ide-ide yang menarik untuk dilakukan. Platform media

digital untuk menyalurkan konten digital pun semakin beragam, seperti Tiktok, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Pinterest dan lain-lain. Bentuk konten digital yang diperlukan juga beragam, mulai dari video *reels*, *graphic designer*, *Television Commercial (TVC)* dan sebagainya.

Dalam proses produksi konten digital, tentu melibatkan sosok *content creator* yang bertugas untuk membuat konsep sekaligus *videographer* dan *editor* hingga konten dapat disalurkan melalui media digital. Konsep yang disiapkan bertujuan untuk memberikan arahan yang jelas tentang konten yang akan dibuat. Kemudian *videographer* bertugas untuk membuat *videography* serta *editor* bertugas untuk melakukan *editing* menjadi satu kesatuan. *Videography* sendiri menurut Bob Kriger dalam Kabelen (2021), merupakan rangkaian kegiatan untuk membuat gambar bergerak mulai dari tahap pra produksi, produksi hingga pasca produksi. Sedangkan *editing* menurut Bordwell (2019), merupakan proses penyusunan dan pemotongan gambar bergerak menjadi suatu urutan atau rangkaian cerita. Tiga tugas ini sangat amat penting dalam proses pembuatan konten digital, dimana memerlukan sosok untuk membuat konsep, *videographer* untuk mengambil gambar bergerak dan *editor* untuk menyatukan gambar bergerak tersebut menjadi satu rangkaian cerita.

Melihat kondisi industri kreatif di Indonesia yang mulai berfokus kepada konten digital, membuat Navio menjadi pilihan yang tepat untuk melakukan magang. Perusahaan ini bergerak dalam bidang konten digital, mulai dari konsultasi, pembentukan konsep, produksi, pasca produksi hingga pemasaran. Kemudian *Client* yang telah menggunakan jasa pelayanan dari Navio cukup banyak dan beberapa merupakan merek yang cukup besar di Indonesia, seperti Frozz, Choco Mania, Claris dan beberapa brand lainnya. Penulis juga memilih Navio sebagai tempat kerja magang karena penulis telah dan ingin mempelajari lebih dalam tentang produksi konten digital yang beredar di platform-platform media. Penulis memilih posisi dalam tim multimedia sebagai *content creator* di Navio karena penulis memiliki pemahaman dan pengalaman dalam membuat serta mengedit film pendek, video musik hingga video dokumentasi untuk beberapa kegiatan acara.

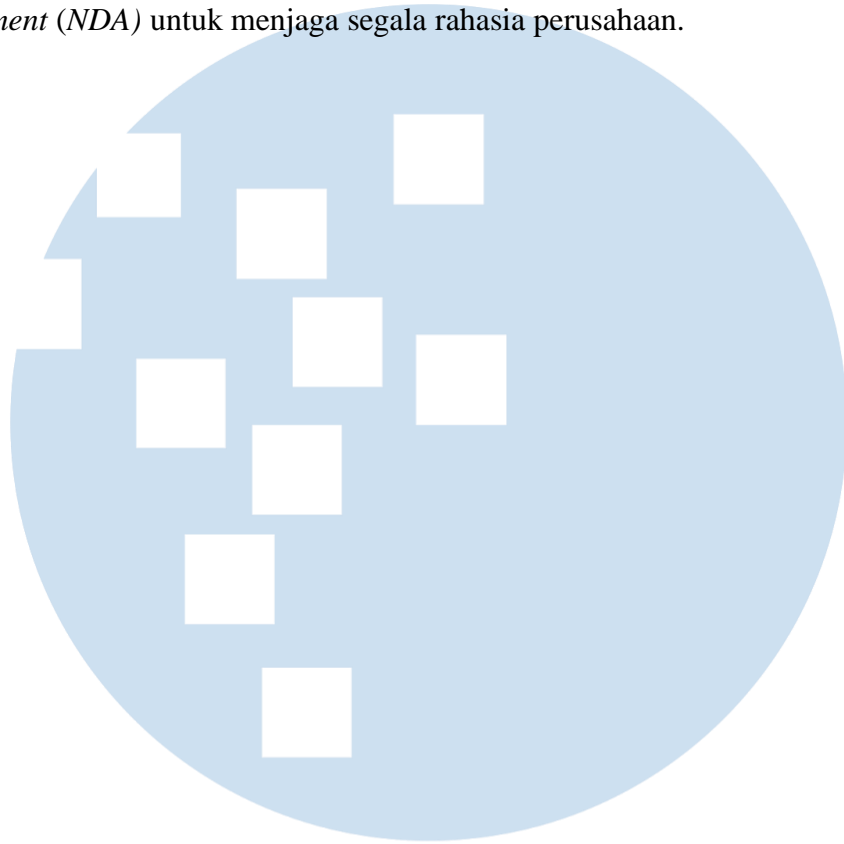
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Magang merupakan sebuah program yang umumnya ada pada perguruan tinggi, Magang menjadi sarana mahasiswa untuk dapat belajar dan terjun langsung ke industri yang sedang dialami. Program magang tidak hanya bersifat praktek saja, namun terkadang bisa mendapatkan ilmu yang belum dipelajari di Universitas sehingga dapat menambah wawasan mahasiswa. Dengan adanya kerja magang, penulis ingin mengasah keterampilan penulis dalam bidang perfilman. Bekerja langsung dalam sebuah industri dapat membuat penulis memahami etika bekerja yang harus diterapkan saat terjun dalam dunia profesional. Bekerja di lapangan juga membuka peluang relasi atau jaringan penulis dengan orang lain atau bisnis-bisnis yang sebelumnya tidak diketahui, sehingga membuat peluang kerja atau berbisnis kedepannya dapat lebih mudah. Lewat program magang ini, penulis juga ingin lebih memahami diri sendiri terhadap kemampuan yang dimiliki saat ini dan kesesuaiannya dengan kondisi industri. Penulis juga dapat lebih mengasah *soft skill* yang penulis miliki, seperti tanggung jawab, jujur dan lain-lain.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proses kerja magang yang dilakukan di Navio berlangsung selama empat bulan, sejak 31 Januari 2024 sampai 30 Mei 2024. Jam kerja yang ditetapkan yaitu pukul 9.00 sampai 18.00 wib, namun jam kerja dapat saja terjadi perubahan tergantung skala dan lokasi produksi. Proses penerimaan di Navio bermula saat penulis mengirimkan *curriculum vitae* (CV) beserta portofolio kepada Allen Sugiharto selaku *Chief Executive Officer* (CEO) perusahaan. Penulis juga mengajukan nama perusahaan ini kepada pihak kampus, agar mendapatkan *cover letter* yang bisa memperkuat kemungkinan diterima. Kemudian setelah beberapa hari penulis mengirimkan berkas yang diperlukan, penulis mendapatkan panggilan *interview* pada tanggal 8 Januari 2024. Selama proses *interview* berlangsung, CEO berfokus kepada *soft skill* dan beberapa portofolio yang pernah penulis kerjakan sebelumnya. Setelah melalui proses *interview*, penulis mendapatkan kabar bahwa penulis diterima pada tanggal 9 Januari 2024. Kemudian pada tanggal 29 Januari 2024,

CEO menjadwalkan penandatanganan kontrak dan surat *Non-Disclosure Agreement (NDA)* untuk menjaga segala rahasia perusahaan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA