

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital yang ditandai oleh kemajuan teknologi internet, perangkat *mobile*, dan media sosial telah membawa transformasi yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam komunikasi dan pemasaran. Perubahan ini tidak hanya mempengaruhi cara kita berinteraksi satu sama lain, tetapi juga bagaimana mencari informasi, berbelanja produk, dan mengonsumsi konten secara keseluruhan. Dalam konteks ini, video advertising muncul sebagai salah satu alat yang paling efektif dalam menyampaikan pesan pemasaran kepada audiens.

Perkembangan teknologi internet telah membuka akses yang lebih cepat dan luas untuk konten digital, yang membuat orang di seluruh dunia dapat dengan mudah mengakses berbagai video di berbagai platform seperti Youtube, Instagram, dan Tiktok. Hal ini memberikan peluang yang besar bagi perusahaan untuk menjangkau audiens mereka di berbagai lapisan masyarakat, lokal maupun global. Sebagian besar orang menghabiskan waktu mereka untuk *browsing* internet, menonton video dan berinteraksi dengan media sosial menggunakan perangkat *mobile* mereka. Media sosial juga memiliki peranan penting dalam memperluas jangkauan video *advertising* seperti di beberapa platform seperti Instagram menyediakan fitur iklan yang memungkinkan perusahaan untuk menargetkan audiens potensial berdasarkan minat, demografi dan perilaku *online*. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi iklan mereka untuk mencapai audiensi yang relevan dan tertarik dengan produk atau layanan yang di tawarkan.

Video *advertising* menjadi salah satu kunci terpenting dalam strategi pemasaran *modern*. Dengan menyatukan elemen visual, audio dan narasi, video mampu mempengaruhi perhatian, membangun koneksi emosional dan menyampaikan pesan secara persuasif kepada audiens. Kemampuan video yang dapat menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami

membuatnya menjadi pilihan yang populer bagi perusahaan yang ini memperkuat *awareness* merek dan mempromosikan produk atau layanan mereka. Hal ini membuka peluang besar bagi agensi kreatif, terutama Studio Kecil yang memiliki keahlian dalam memproduksi video *advertising* yang tidak hanya menarik tetapi juga mampu menyampaikan pesan dengan efektif.

Tujuan penulis memilih studio kecil sebagai tempat kerja magang adalah untuk memperdalam pemahaman tentang produksi video *advertising*. Penulis sebagai mahasiswa yang memiliki ketertarikan dalam dunia pemasaran dan kreativitas, menyadari bahwa mendapatkan pengalaman dari praktisi akan menjadi langkah yang strategis dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam industri ini. Penulis memutuskan untuk menjalani kerja magang di Studio Kecil yaitu meskipun ukurannya masih tergolong kecil, Studio Kecil telah berhasil membangun reputasi yang kuat dalam industri kreatif. Studio ini dikenal atas kualitas karyanya dalam bidang *motion graphic*, yang telah diakui oleh sejumlah klien ternama seperti GoFood, Uniqlo, Samsung, Jardins Land, dan banyak lagi. Hal ini menjadi bukti yang menunjukkan kemampuan dan kredibilitas mereka dalam memberikan solusi kreatif yang inovatif. Studio Kecil juga menawarkan lingkungan kerja yang sangat seru dan kolaboratif. Hubungan yang transparan antara anggota tim yang sangat mendukung dalam mengembangkan kemampuan desain grafis penulis. Fleksibilitas dalam penugasan proyek juga menjadi daya tarik utama penulis, dimana penulis sebagai karyawan magang diberikan kesempatan untuk eksplorasi di luar keahlian penulis, seperti membuat konten. Hal ini membuat penulis dapat mengembangkan portofolio yang beragam dan relevan dengan kebutuhan pasar kerja yang terus berkembang. Selain faktor-faktor tersebut, lokasi kantor Studio Kecil yang terletak di daerah yang dekat dengan tempat tinggal penulis sehingga akses ke kantor menjadi lebih mudah tanpa harus menghadapi kendala transportasi yang berat. Dengan mempertimbangkan semua faktor tersebut, penulis yakin bahwa Studio Kecil adalah pilihan yang tepat untuk menjalani program kerja magangnya.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Melalui program kerja magang di Studio Kecil sebagai *Graphic Designer Internship*, penulis memiliki beberapa maksud dan tujuan yang ingin dicapai :

1. Program magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana di Universitas Multimedia Nusantara, serta menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapatkan selama masa perkuliahan ke dalam lingkungan profesional.
2. Mendapatkan wawasan yang lebih dalam mengenai dunia kerja terutama dalam memahami dinamika dan tantangan yang dihadapi dalam industri *Graphic Design* dengan lebih baik.
3. Meningkatkan pengetahuan di luar bidang desain grafis, seperti *user research*, *content creation*, dan menjadi *talent* dalam proses produksi konten berupa *podcast* agar memperluas pengetahuan dan pandangan penulis tentang industri kreatif secara keseluruhan.
4. Memahami secara mendalam mengenai alur produksi sebuah konten, seperti *podcast* dan *video promosi* yang dapat memperluas keahlian penulis dalam menciptakan konten-konten yang relevan dan menarik.
5. Meningkatkan ilmu dan keterampilan dalam mendesain terutama dalam *digital imaging* dan *editing photo* dan mengembangkan *soft skills* seperti komunikasi, bekerja sama dengan tim dengan efektif dan efisien.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan kerja magang, penulis wajib menjalankan peraturan dan prosedur magang yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara dan Studio Kecil yang wajib diikuti penulis selama menjalani periode magang. berikut adalah waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang yang penulis lakukan :

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang sebagai *Graphic Designer Internship* di Studio Kecil dengan masa kontrak yang telah disetujui selama 6 bulan, dimulai dari tanggal 1 Februari 2024 sampai dengan 31 Juli 2024.

Selama periode tersebut, operasional kerja magang di Studio Kecil berlangsung dari hari Senin hingga Jumat yang dilakukan secara WHO (*Work From Office*) dengan kantor yang berlokasi di Jl. Sunan Giri RT.004/RW.001, Pd. Bahar, Kec. Karang Tengah, Kota Tangerang, Banten 15159. Waktu kerja dimulai dari pukul 10.00 hingga 19.00, dengan satu jam istirahat dari jam 12.00 hingga 13.00, sehingga total penulis bekerja dalam sehari adalah 8 jam. Tidak menutup kemungkinan, Studio Kecil dapat bekerja pada *weekend*, tergantung pada kebutuhan dan jadwal dari klien. Hal ini membuat penulis harus siap untuk bekerja di hari *weekend* sesuai dengan permintaan dan kebutuhan yang ada.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang dimulai dengan mendaftarkan beberapa perusahaan yang sedang membuka lowongan magang atau perusahaan yang telah menjadi target yang ingin dilamar oleh penulis ke platform resmi Universitas Multimedia Nusantara yaitu *website* merdeka.umn.ac.id. Tujuan dari pendaftaran ini adalah untuk melakukan pemeriksaan latar belakang perusahaan yang akan dilakukan oleh pihak kampus untuk memastikan kredibilitas dan kesesuaian tempat magang dengan kebutuhan magang dari penulis. Setelah perusahaan yang didaftarkan diterima, penulis akan menerima dokumen MBKM-01 yang berupa *cover letter* yang akan menjadi surat perantara untuk melamar ke perusahaan yang dituju bersamaan dengan portofolio dan CV penulis.

Pada tanggal 22 Januari 2024, penulis mengirimkan CV, portofolio serta *cover letter* melalui email ke Studio Kecil dengan tujuan melamar untuk posisi *Graphic Designer Intern* karena penulis telah mendapatkan informasi bahwa perusahaan tersebut sedang membuka lowongan untuk posisi tersebut. Penulis mendapatkan respons yang baik dari pihak Studio Kecil, dimana Ben menghubungi penulis melalui pesan *Whatsapp* untuk mengatur jadwal wawancara pada tanggal 30 Januari 2024 pukul 14.00 WIB secara langsung di kantor Studio Kecil. Wawancara tersebut dilakukan dengan perwakilan

dari Studio Kecil, yaitu *Art Director* dan *Project Manager* yang menggantikan Ben karena berhalangan hadir. Proses wawancara berlangsung selama 45 menit, dimana penulis berkesempatan untuk menjelaskan pengalaman kerja portofolio karyanya yang menjadi nilai tambah dalam melamar posisi tersebut. Selain itu, dalam wawancara juga dibahas mengenai *scope of work* pekerjaan yang akan diberikan, *flow* kerja dari menerima briefing hingga menyelesaikan karya, lingkungan kerja dan sebagainya

Pada hari yang sama pukul 17.00 WIB, penulis menerima kabar baik melalui pesan *Whatsapp* dari Ben bahwa penulis telah berhasil lolos tahap wawancara dan dapat mulai bekerja di Studio Kecil mulai tanggal 1 Februari 2024. Penerimaan kerja magang ini disertai dengan *offering letter* yang memuat pernyataan bahwa penulis telah diterima. Sebagai tindak lanjut dari pernyataan tersebut, penulis menandatangani surat penerimaan *intership* dan melengkapi data diri yang diperlukan oleh perusahaan untuk keperluan administrasi pada hari yang sama.

Pada tanggal 1 Februari 2024, penulis memulai hari pertama kerja magang di agensi Studio Kecil sebagai *graphic designer internship* yang dimulai dengan proses pengenalan terhadap lingkungan kerja dan beberapa anggota tim yang menjadi bagian dari perusahaan tersebut. selama menjalankan kerja magang, penulis dibimbing oleh seorang *Art Director* yang bertindak sebagai supervisi, yang nantinya akan memantau aktivitas serta memberikan arahan kepada penulis selama periode magang. setelah penulis mengetahui orang yang akan menjadi supervisinya, langkah selanjutnya adalah melengkapi *form* MBKM-02 yang berisikan data diri dari supervisor di tempat penulis melakukan magang. setelah *form* tersebut selesai dilengkapi, supervisor yang sudah didaftarkan akan menerima email resmi dari Universitas Multimedia Nusantara yang berisikan akun yang dapat diakses untuk menilai penulis sebagai peserta magang, serta mengawasi aktivitas penulis melalui *daily task* atau MBKM-03 yang diisi setiap harinya.