

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri *digital agency* kini menjadi bagian terdepan dalam menyediakan solusi kreatif dan inovatif untuk membantu klien memasarkan produk atau jasa secara *online* untuk bersaing di dunia digital. Perkembangan teknologi digital yang pesat juga telah membawa perubahan yang signifikan, seperti di era komunikasi digital saat ini. Menurut Prasetya et al. (2020) Komunikasi merupakan dasar dari kehidupan manusia, karena itu sangat diperlukannya sebuah strategi komunikasi terkait pemasaran yang dibuat dengan tepat agar bisa mencapai respon yang tepat terhadap segmentasi pasar yang diinginkan. Perkembangan internet serta teknologi komunikasi yang sangat cepat telah mempengaruhi hampir setiap sektor industri, termasuk industri kreatif di dalamnya. Konten visual, khususnya video telah menjadi salah satu media yang sangat kuat serta efektif dalam menyampaikan pesan, membangun *branding*, dan dapat meningkatkan daya tarik pemasaran hingga menarik perhatian audiens untuk meningkatkan *brand awareness*. Hal ini membuat peran *videographer* dan *video editor* kini sangat dibutuhkan.

Sebagai salah satu sektor yang kini sedang berkembang pesat, *digital agency* memainkan peran penting dalam menyediakan layanan periklanan yang berfokus pada pembuatan konten kreatif, termasuk video yang dirancang untuk berbagai platform digital seperti media sosial, *website*, hingga platform *streaming*. Dalam lingkup ini, *videographer* bertanggung jawab untuk memproduksi visual yang relevan serta menarik sesuai dengan konsep yang telah dibuat. Di sisi lain juga, *video editor* memegang peran penting dalam proses penyuntingan video. Di mana bertugas untuk mengolah hasil rekaman menjadi sebuah konten yang siap untuk digunakan di sosial media klien dengan kualitas visual yang tentunya menarik dan memiliki pesan atau *storytelling* yang jelas.

Peran *videographer* dan *video editor* dalam *digital agency* juga tidak hanya sekedar terbatas pada kemampuan teknis, tetapi juga melibatkan pemahaman yang

cukup mendalam mengenai tren digital, target audiens, hingga keahlian untuk mengeksekusi ataupun membangun sebuah ide dan konsep kreatif yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan klien. Dengan meningkatnya persaingan dalam dunia digital, konten video kini menjadi salah satu aset utama untuk menarik perhatian audiens di berbagai *platform* digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok.

Increasink merupakan salah satu *digital agency* yang dapat membantu klien membangun citra *brand* yang kuat dengan menggunakan media digital, mulai dari pembentukan *branding*, *website*, hingga *campaign project*. Increasink juga membantu membangun dan mengkomunikasikan citra produk kepada target yang tepat dalam dunia digital dengan menggunakan teknik *storytelling*. Kondisi industri saat ini menunjukkan bahwa konten video memiliki peran yang cukup penting dalam melakukan teknik *marketing*. *Platform* seperti YouTube, Instagram, TikTok, hingga Facebook kini juga semakin mendominasi pasar konten terutama dengan format video yang menjadi fokus utama. Perusahaan dari berbagai industri, mulai dari pendidikan, retail, hingga teknologi kini semakin mengandalkan konten video untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. Dengan ini sebagai *videographer* dan *video editor* harus dapat untuk memastikan hasil konten yang dihasilkan dapat bersaing di dalam pasar dunia digital yang luas dan penuh dengan persaingan yang sangat kompetitif.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Magang atau *internship* merupakan salah satu bagian penting dari program MBKM yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Melalui kegiatan kerja magang, mahasiswa dapat belajar dan merasakan secara langsung pengalaman dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam dunia kerja yang profesional. Melalui pengalaman kerja di Increasink, penulis bertujuan untuk mendapatkan pemahaman dan pengalaman secara langsung yang lebih mendalam mengenai sebuah proses kreatif dalam produksi konten video serta dinamika pekerjaan terutama di dalam

lingkungan industri *digital agency*, serta bagaimana peran seorang *videographer* dan *video editor* berkontribusi dalam produksi konten video untuk klien.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di PT. Inceasink Bersama Indonesia adalah 8 bulan dihitung dari 1 Agustus 2024 sampai dengan 31 Maret 2025, dan dimulai pukul 09:00 sampai dengan pukul 17:30 WIB dari hari Senin sampai dengan Jumat.

Dalam prosesnya *intern* melakukan beberapa persiapan pelaksanaan kerja magang dan dibagi menjadi tiga tahap yaitu:

#### 1. Tahapan Persiapan Kerja Magang

Penulis melamar magang sebagai *Social Media Specialist* pada HR Inceasink dengan mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*) melalui *email* pada tanggal 10 Juli 2024. Sehari kemudian, pada tanggal 11 Juli 2024, penulis mendapatkan konfirmasi melalui *whatsapp* bahwa posisi *Social Media Specialist* hanya terbuka untuk jurusan komunikasi dan mendapatkan tawaran sebagai *video editor*. Selanjutnya penulis menerima tawaran tersebut dan diharuskan untuk mengisi sebuah form untuk selanjutnya melakukan interview tahap satu. Setelah mengisi form tersebut, HR menjadwalkan interview pertama yang dilakukan secara *online* via *Zoom*. Tahap selanjutnya HR memberikan tugas yang harus dikerjakan yakni dengan diberikan 5 *project* video yang harus di edit serta diberikan waktu selama 4 hari untuk menyelesaikan hasil *editing* tersebut. Selanjutnya pada tanggal 16 Juli 2024 penulis berhasil menyelesaikan hasil editing video tersebut dan memberikannya kepada HR melalui *whatsapp*. Sehari kemudian, tepatnya pada tanggal 17 Juli 2024, HR memberikan konfirmasi untuk melakukan interview kedua yang akan dilakukan secara *on-site* di kantor Inceasink pada tanggal 19 Juli 2024. Selanjutnya pada tanggal 24 Juli 2024, penulis mendapat email bahwa resmi bergabung dengan PT. Inceasink Bersama Indonesia. Pada tanggal 27 Juli 2024, penulis melakukan penandatanganan kontrak kerja pada PT. Inceasink Bersama

Indonesia. Tanggal 1 Agustus 2024 penulis juga mendapatkan *Cover Letter* MBKM *Internship Track 1*.

## 2. Tahap Pelaksanaan magang

Pada tanggal 1 Agustus 2024 penulis resmi diterima *Internship* pada PT. Inceasink Bersama Indonesia. Pelaksanaan kerja magang dimulai dari tanggal 1 Agustus 2024 dan berakhir pada 31 Maret 2025, kemudian dilaksanakan dari senin hingga jumat. Pelaksanaan kerja yang dilakukan PT. Inceasink Bersama Indonesia, dimulai dari jam 09:00 WIB sampai dengan 17:30 WIB dan bekerja secara WFO (*Work From Office*).

## 3. Tahap Pelaporan

Pada saat pelaksanaan praktik kerja magang, penulis diwajibkan untuk membuat laporan mengenai kegiatan yang telah dilakukan selama penulis melakukan kerja magang. Pembuatan laporan magang merupakan syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa yang mengambil *Internship Track 1* seperti yang sedang penulis lakukan saat ini, yaitu pada Program Studi S1 Film Fakultas Seni & Desain Universitas Multimedia Nusantara. Praktik membuat laporan magang sesuai dengan buku pedoman dan arahan dari dosen pembimbing. Penyusunan laporan magang dimulai dari tanggal 4 September hingga laporan hasil kegiatan magang selesai disusun.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA