

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Penulis melakukan praktik kerja magang di Bank OCBC sebagai bentuk pemenuhan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar S1. Selain itu, penulis juga berharap untuk mendapatkan pengetahuan baru tentang bagaimana sistem pembuatan konten digital dalam suatu perusahaan. Alasan penulis untuk memilih magang di Bank OCBC karena sangat jarang adanya sebuah perusahaan khususnya perbankan yang memiliki *production in house* sendiri yang khusus untuk memproduksi iklannya. Penulis yakin dengan pengalaman berkontribusi dalam *production in house* Bank OCBC dapat memberikan wawasan yang baru tentang bagaimana cara kerja pembuatan iklan dalam bank.

Seiring perkembangan teknologi digital, strategi pemasaran telah bergeser dari metode tradisional ke digital. Hal ini dilatarbelakangi oleh perubahan kebiasaan konsumen dalam mengonsumsi media yang mendorong para pemasar untuk membuat strategi-strategi dan berinovasi guna menemukan saluran alternatif yang lebih efektif untuk menarik konsumen (Shabrina, 2019). Digital marketing melibatkan banyak saluran seperti web, media sosial, email hingga mesin pencarian untuk mempromosikan produk dan layanan perusahaan secara lebih luas (Ryan, 2016). Kelebihan dari *digital marketing* melalui media sosial adalah kemampuan untuk menjangkau audiens secara langsung hanya melalui perangkat digital yang mereka gunakan sehari-hari. Perusahaan juga dapat memahami perilaku konsumen dengan lebih mendalam melalui analisis data pemasaran, memungkinkan perusahaan untuk secara langsung menyesuaikan strategi pemasaran agar lebih relevan dengan kebutuhan dan preferensi audiens. Menyikapi hal ini, banyak perusahaan dengan berbagai skala mulai dari UMKM hingga perusahaan besar berlomba-lomba untuk membuat konten digital, terutama media sosial sebagai media promosinya (Sitanggang et al., 2024).

Strategi tersebut juga diterapkan oleh salah satu perusahaan perbankan tertua ke-4 di Indonesia, yakni Bank OCBC. Bank OCBC menggunakan berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Tiktok dan X untuk mempromosikan, mengedukasi, dan membangun interaksi dengan para nasabah dan pengikutnya. Untuk mendukung realisasi strategi pemasaran digital dengan lebih maksimal, Bank OCBC membentuk sebuah tim kreatif yang diberi nama Creative Design Lab (CDL). Tim tersebut didedikasikan secara khusus untuk memproduksi konten digital marketing pada platform media sosial dan videotron. Konten yang diproduksi tidak hanya berfokus pada promosi produk atau layanan, tapi juga untuk membangun citra perusahaan dan meningkatkan hubungan jangka panjang melalui penyediaan informasi yang relevan dan dibutuhkan nasabah.

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

Sebagai mahasiswa film, penulis melihat banyak kesamaan antara produksi konten digital dan produksi film, terutama dalam hal pengelolaan proyek, penyutradaraan, dan kolaborasi antar departemen. Dalam praktik kerja magang ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk berkontribusi dalam Creative Design Lab (CDL) Bank OCBC sebagai *Junior Producer*. Peran *Junior Producer* sangat dibutuhkan untuk menjadi jembatan penghubung antara tim kreatif dan tim pemasaran. Posisi ini mengharuskan penulis bertanggungjawab dalam mengawasi proses produksi pembuatan konten tersebut mulai dari tahap awal hingga akhir, guna memastikan semua elemen tersampaikan dengan cepat dan efektif, sehingga konten yang dihasilkan mampu bersaing di pasar yang sangat kompetitif (Kotler & Keller, 2016). Selama magang sebagai *Junior Producer* di Bank OCBC, penulis mengaplikasikan ilmu dan pengalaman yang diperoleh selama enam semester di Program Studi Film.

Kontribusi yang dapat diberikan oleh penulis adalah dengan cara bertanggung jawab atas setiap tugas yang diberikan. Tugas-tugas tersebut mulai dari memproses permintaan dari *Marketing Communication* (Marcom), *brainstorming* dengan tim kreatif, mempresentasikan *deck* kepada Marcom, menjalankan proses *shooting*, mengawasi proses *editing*, presentasi hasil video, dan revisi jika diperlukan.

### 1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kontrak program kerja magang di PT. Bank OCBC berlangsung selama 6 bulan terhitung sejak penandatanganan kontrak pada 24 Juli 2024 hingga 23 Januari 2024. Dalam periode kontrak tersebut, penulis berperan sebagai *Junior Producer* di divisi Creative Lab Design milik Bank OCBC yang bertempat di Ruang Kreasi by OCBC, Pasar Intermoda BSD. Seluruh kegiatan kerja magang ini dilakukan secara *hybrid* dengan pembagian hari kerja 4 hari *Work From Office (WFO)* dan 1 hari *Work From Home (WFH)*. Adapun perincian jam kerja yang telah disepakati adalah pukul 08:00 - 17:00 dengan waktu istirahat makan siang selama 1 jam.

Namun, dalam praktiknya, ada beberapa situasi di mana penulis dan tim harus turun langsung ke lapangan di luar jam kerja untuk menyesuaikan dengan jadwal event. Meskipun terkadang harus bekerja pada akhir pekan, penulis tetap mendapatkan kompensasi berupa libur di hari lain. Kebijakan ini diterapkan oleh OCBC untuk menjaga keseimbangan antara waktu kerja dan kehidupan pribadi karyawan.

