

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini telah mengubah lingkungan bisnis secara drastis. Pertumbuhan teknologi yang pesat ini juga telah memberikan kemudahan yang luar biasa bagi individu maupun kelompok dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, termasuk dalam berbisnis. Adanya persaingan yang cukup ketat antar perusahaan membuat mereka berlomba-lomba menciptakan strategi pemasaran yang inovatif dan kreatif untuk menjangkau target audiens yang spesifik serta mendorong penjualan produk atau jasa mereka.

Selama penulis menjalani masa magang di PT. Asli Rancangan Indonesia yaitu sebuah perusahaan teknologi yang bergerak di bidang *E-KYC* atau *Electronic-Know Your Customer*, penulis berkesempatan untuk berada dalam bagian *marketing* yang meng-*handle* bagian produksi video. Pengalaman ini memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya konten video dalam era digital saat ini. Menurut Sugandi (2018), pemasaran digital adalah suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi *marketing* tradisional. Media video merupakan salah satu *format* konten yang paling efektif untuk menarik perhatian audiens, menyampaikan pesan secara visual, dan meningkatkan *engagement*. Hal ini dikarenakan otak manusia memproses informasi visual 60.000 kali lebih cepat dibandingkan teks.

Selama proses magang, penulis berpartisipasi dalam berbagai proyek, mulai dari konseptualisasi ide, pembuatan storyboard, hingga produksi video akhir. Salah satu proyek yang paling menarik adalah pembuatan video promosi produk terbaru perusahaan untuk internal kantor. Dalam proyek ini, penulis yang termasuk dalam tim produksi membuat konsep video yang diawali dengan

cerita keresahan pegawai kantor dalam membeli makanan dan diakhiri dengan solusinya yaitu membeli makanan secara online dengan produk terbaru perusahaan.

Melalui pengalaman magang ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan sebuah strategi pemasaran tidak hanya bergantung pada kreativitas, tetapi juga pada pemahaman yang mendalam mengenai perilaku konsumen, tren pasar, dan teknologi yang ada. Selain itu, kolaborasi yang baik antara tim kreatif, tim pemasaran, dan tim produksi juga menjadi kunci keberhasilan dalam menghasilkan konten yang berkualitas dan relevan.

1.2 Tujuan Magang

Berikut adalah tujuan magang penulis selama berada di ASLI RI

1. Sebagai syarat kelulusan wajib mahasiswa/i Desain Komunikasi Visual
2. Mengasah skill yang dimiliki dalam bidang produksi video
3. Menambah relasi dan portofolio dalam bidang produksi video

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang penulis dimulai sejak 8 Juli 2024 dengan 9 jam kerja perhari. Setelah melalui proses *HR interview* dilanjut oleh *user interview* hingga akhirnya diterima di tempat magang dengan jangka waktu 4 bulan yaitu selesai pada 8 November 2024 yang sesuai dengan ketentuan MBKM yaitu mencapai target 640 jam dan total bimbingan 207 jam. Kegiatan magang penulis dilakukan secara WFO atau Work from Office sebagai video production dimulai dari syuting hingga sesi editing untuk video yang dibutuhkan oleh perusahaan perusahaan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Waktu Pelaksanaan magang dimulai pada tanggal 8 Juli 2024 hingga 8 November 2024 sesuai dengan surat penerimaan yang diberikan oleh perusahaan, dengan total selama 4 bulan dengan jam kerja 9 jam per hari yang mana sudah mencukupi dengan ketentuan MBKM yang berlaku yaitu 640 jam kerja. Selama pelaksanaan magang pun dilakukan secara *WFO* atau *Work*

from Office namun bisa disesuaikan jika ada keperluan lain seperti kebutuhan untuk ke kampus.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis menemukan tempat magang secara *online* yaitu di *Linkedin* dan berhasil diterima setelah mendaftar lalu memberi portofolio penulis pada tanggal sekitar 20 Juni 2024. pada tanggal 1 Juli 2024 adalah hari dimana *HR* perusahaan memberi informasi untuk melakukan *HR interview* berbarengan dengan *user interview* pada sore harinya. 2 Juli 2024 adalah hari penerimaan di tempat magang dimana penulis diinfokan untuk masuk di minggu depannya yaitu 8 Juli 2024 serta diinfokan untuk mengisi formulir karyawan baru yang berisi kebutuhan identitas untuk perusahaan.

Saat penulis pertama kali masuk ke kantor yaitu hari pertama, penulis diberi perkenalan tentang lingkungan kantor seperti memberi tahu aturan-aturan saja yang ada dilarang, memberi tahu sejarah perusahaan hingga berkeliling kantor untuk dikenalkan ke semua orang kantor, hari berakhir saat penulis diarahkan ke tempat magang penulis ialah divisi *Marketing*.

