BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital yang mendalam di berbagai industri, termasuk industri kreatif, telah didorong oleh pertumbuhan pesat teknologi informasi, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menunjukkan peningkatan signifikan penggunaan media sosial selama pandemi COVID-19, hingga 38%. Kenaikan ini membuka peluang besar bagi industri kreatif Indonesia untuk beralih ke platform digital dan menjangkau audiens yang lebih luas (Aloysius, 2024).

Di era globalisasi, teknologi memainkan peran penting dalam mengubah dunia bisnis (Anisa & Alit, 2023). Pencipta konten, atau pembuat konten, semakin signifikan perannya dalam berbagai aspek kehidupan seiring dengan pesatnya perkembangan era digital (Ahmad, 2023). Konten yang menarik dan relevan tidak hanya mampu menarik perhatian konsumen, tetapi juga memengaruhi pendapat publik. Hal ini semakin menegaskan pentingnya peran agensi kreatif seperti KAIA Project dalam menciptakan konten berkualitas tinggi yang mampu bersaing di pasar global.

Namun, agensi kreatif Indonesia juga menghadapi tantangan akibat globalisasi. Agensi kreatif lokal harus terus beradaptasi dan berinovasi untuk memenuhi tuntutan klien yang semakin tinggi, menghadapi persaingan ketat dari agensi internasional, serta mengikuti kemajuan teknologi yang cepat. Tantangan ini sekaligus menjadi peluang untuk mengembangkan keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan kekayaan budaya lokal dan menciptakan karya yang unik dan autentik.

Menurut Afdhal et al. (2023), ekonomi kreatif menandai pergeseran dari model konvensional ke pendekatan yang lebih kreatif dan adaptif. Transformasi ini telah menjadi bagian penting dari perubahan ekonomi global. Dalam konteks ini,

agensi kreatif berperan penting membantu bisnis memanfaatkan keunggulan digital untuk tetap kompetitif. Persaingan bisnis yang ketat, kemajuan teknologi informasi, dan kemudahan akses informasi mendorong perusahaan untuk terus berinovasi.

Perkembangan vlogging (video blogging) juga menjadi salah satu tren utama dalam transformasi digital industri kreatif, terutama sebagai alat pemasaran yang efektif dan personal. Menurut penelitian oleh Dewi & Pratama (2023), vlogging tidak hanya meningkatkan *engagement* audiens tetapi juga membangun kepercayaan (brand trust) melalui konten yang autentik dan *relatable*. Dengan lebih dari 62% konsumen Gen Z dan milenial lebih memilih konten video dibandingkan format lainnya (DataReportal, 2024), vlogging menjadi medium strategis bagi agensi kreatif seperti KAIA Project untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus mempromosikan kekayaan budaya Indonesia secara kreatif.

Salah satu contoh agensi kreatif yang mampu memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan di era globalisasi adalah Kaia Project. Kualitas konten menjadi faktor krusial dalam era digital yang kompetitif (Sania, 2024). Sebagai videografer, penulis berkontribusi aktif dalam menyebarkan pesan merek kepada audiens yang semakin beragam. Dengan menggunakan teknologi terkini dan mengikuti tren videografi terbaru, penulis membantu memperkuat posisi KAIA Project sebagai pemimpin dalam industri kreatif Indonesia.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Magang ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang pekerjaan sebagai videografer di agensi kreatif KAIA Project melalui pengalaman langsung di lapangan. Salah satu fokus utama adalah mempelajari proses kreatif pembuatan video secara komprehensif, mulai dari tahap konsepsi ide, pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Selain itu, magang ini menjadi kesempatan untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan videografi yang telah dipelajari sebelumnya, khususnya dalam aspek pengambilan gambar, penyuntingan video, dan penyampaian narasi visual yang efektif.

Melalui program magang ini, penulis juga berharap dapat menguasai teknik penggunaan peralatan produksi video profesional sekaligus mengasah kemampuan berpikir kreatif untuk merancang konsep visual yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar. Tidak kalah penting, magang ini menjadi sarana untuk mengembangkan keterampilan kerja sama dengan tim kreatif KAIA Project, termasuk dalam hal komunikasi ide, koordinasi proyek, dan penyelesaian tantangan teknis secara bersama. Pada akhirnya, pengalaman ini diharapkan dapat memperluas jaringan profesional di industri kreatif, khususnya di bidang videografi, sebagai fondasi untuk karier masa depan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebagai bagian dari kurikulum Universitas Multimedia Nusantara, setiap mahasiswa diwajibkan untuk menyelesaikan program magang selama 640 jam kerja dan 207 jam kerja bersama advisor, yang setara dengan 20 SKS. Program magang ini dilaksanakan di PT. Kaia Kreatif Indonesia, yang berlokasi di Green Lake City, dengan periode pelaksanaan mulai dari 1 Januari 2025 hingga 9 Mei 2025.

Kegiatan magang berlangsung setiap hari kerja, yaitu Senin hingga Jumat, pukul 08.00 hingga 17.30. Selama periode tersebut, tugas sehari-hari mencakup pengembangan ide, penulisan naskah, pengambilan gambar, serta pengeditan video, yang semuanya dilaksanakan di lokasi magang. Seluruh kegiatan, termasuk partisipasi dalam acara atau proyek khusus, dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

1.3.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

Sebelum memulai program magang Track 2, penulis telah memenuhi seluruh persyaratan akademik yang ditetapkan oleh program studi. Sebagai bagian dari persiapan, penulis mengikuti sesi bimbingan akademik bersama dosen pembimbing. Pada tanggal 5 Desember 2024, penulis mengirimkan CV dan

portofolio ke PT. Kaia Kreatif Indonesia melalui platform Glints, yang kemudian diikuti dengan proses wawancara bersama Human Resource Development (HRD) perusahaan pada tanggal 15 Desember 2024. Setelah melalui tahap seleksi, penulis menerima keputusan resmi diterima untuk magang pada tanggal 24 Mei 2024.

Untuk kelengkapan administrasi, penulis melakukan pendaftaran melalui pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) untuk program magang Track 2 pada tanggal 20 Desember 2024 dan menyelesaikan proses registrasi di situs merdeka.umn.ac.id pada tanggal 1 Januari 2025. Program magang sebagai videografer di PT. Kaia Kreatif Indonesia secara resmi dimulai pada tanggal 1 Januari 2025, sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan.

B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Selama menjalani praktik kerja magang, penulis bertugas secara aktif dalam peran sebagai videografer di PT. Kaia Kreatif Indonesia. Dalam pelaksanaan tugas harian dan proses pengumpulan materi kreatif, penulis mendapatkan pendampingan dan bimbingan langsung dari Steven Wang selaku pendiri perusahaan serta Rafa Khairunisa dari tim HRD. Pembimbingan ini memberikan penulis pemahaman mendalam tentang standar profesional dan proses kreatif yang diterapkan dalam lingkungan kerja agensi kreatif.

C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

Proses penyusunan laporan praktik kerja magang ini dilaksanakan di bawah bimbingan Petrus Sitepu selaku Dosen Pembimbing, dengan melakukan serangkaian konsultasi baik secara tatap muka langsung maupun melalui platform Zoom Meeting untuk memastikan kualitas dan kelengkapan laporan. Setelah melalui proses penyempurnaan, laporan praktik kerja magang telah diserahkan dan saat ini sedang menunggu persetujuan resmi dari Kepala Program Studi sebagai tahap akhir dari rangkaian kegiatan magang ini.