

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri *gaming* di Indonesia saat ini semakin berkembang pesat beberapa tahun belakangan ini, membuat beberapa *brand* lokal muncul sebagai penyedia aksesoris *gaming* yang berkualitas dan membantu meningkatkan performa penggunanya saat bermain. Salah satu perusahaan yang ikut berkontribusi dalam industri *gaming* ini adalah Rexus, dengan *tagline* “Everyone is Gamer” Rexus memiliki visi untuk menghadirkan produk yang inovatif untuk kalangan *gamer*. Berbagai strategi pemasaran juga dikembangkan guna menarik masyarakat yang luas salah satunya menggunakan konten audio visual (Rexus, 2025).

Dengan penggunaan media audio visual, konsumen akan merasakan interaksi dengan komentar di media sosial yang memungkinkan konsumen untuk menjadi lebih dekat dengan suatu *brand*. Pendekatan ini mempengaruhi pengalaman pengguna teknologi khususnya sosial media merasa terhibur dan memiliki pengetahuan baru dalam waktu singkat dengan video pendek yang disajikan. Pengalaman ini dapat meningkatkan peluang untuk suatu *brand* dapat menyampaikan pesan terhadap suatu produk atau *brand awareness* secara lebih efektif (Rozaq & Nugrahani, 2023).

Di era digital ini, penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran suatu produk terbukti menjadi salah satu cara paling efektif untuk berbagai industri. Promosi dengan media sosial biasanya menggunakan *platform* digital seperti *Instagram*, *Tiktok*, serta *Youtube* untuk dapat memperkenalkan, menyebarluaskan, dan meningkatkan penjualan suatu produk. Dengan media ini dan jumlah pengguna yang luas dengan algoritma yang sesuai dengan target audiens yang lebih spesifik memungkinkan suatu *brand* dapat menjangkau konsumen secara lebih mudah dan interaktif (Rozaq & Nugrahani, 2023).

Pada umumnya konten yang disajikan pada sosial media meliputi video pendek perkenalan produk baik secara *soft selling* dan juga *hard selling*, yang memberikan kesempatan untuk *brand* berinteraksi di waktu yang sama dengan para pengikutnya untuk mendapatkan *feedback* dari konsumen yang dapat meningkatkan kepercayaan serta memperkuat identitas suatu *brand*. Dengan mengandalkan visualisasi yang menarik, suatu *brand* dapat meningkatkan penjualan serta memiliki kesempatan untuk mempromosikan dan mengenalkan produk yang ingin ditonjolkan (Permatasari et al., 2021).

Videografi merupakan sebuah teknik dan proses pengambilan gambar bergerak yang hasilnya bermanfaat untuk kebutuhan dokumentasi hingga pemasaran digital. Videografi juga menggabungkan beberapa elemen seperti visual, pencahayaan, komposisi, serta teknik *editing* yang tepat dapat meningkatkan daya tarik suatu produk dan memperkuat identitas merek. Pada era modern ini, videografi kerap digunakan dalam industri pemasaran dengan menyampaikan pesan melalui visual yang menarik yang mudah dipahami oleh audiens. Oleh karena itu videografi adalah sebuah kegiatan untuk menyampaikan pesan dan informasi secara visual dengan tujuan dapat dipahami oleh orang lain (Hikaru, 2022).

Perusahaan Rexus memiliki peranan yang cukup besar dalam industri aksesoris *gaming* di Indonesia yang cukup aktif dalam melakukan pemasaran digital yang mencakup berbagai *platform* di sosial media. Dengan ketertarikan Penulis di bidang videografi dan dunia *gaming*, Penulis ingin lebih mendalami bagaimana sebuah *brand* atau perusahaan membangun pemasaran digital yang efektif untuk mencakup pasar yang lebih luas. Penulis juga ingin menerapkan yang sudah dipelajari pada masa perkuliahan bagaimana proses produksi konten visual secara profesional. Penulis juga mengeksplorasi variasi teknik pengambilan gambar Di industri *gaming* yang sudah cukup besar di Indonesia, namun produk lokal yang meluas belum lama ini dan berharap untuk bisa meningkatkan kualitas konten sesuai dengan target pasar yang sudah disesuaikan.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang sebagai videografer pada perusahaan Rexus Indonesia diantaranya adalah mendapatkan pengalaman secara langsung di dalam industri kreatif dan pemasaran digital khususnya pada bidang audio visual. Penulis juga berkesempatan untuk menerapkan proses pengambilan gambar baik secara komposisi, visualisasi, tata lampu, dan editing secara profesional yang memiliki tanggung jawab pada suatu divisi. Dengan mengikuti rangkaian magang, Penulis berharap dapat memahami strategi pemasaran digital yang disebarluaskan melalui sosial media dalam industri *gaming*. serta untuk memenuhi persyaratan akademik untuk kelulusan S1 Program Studi Film.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proses penerimaan magang Penulis di Rexus Indonesia dimulai pada bulan September 2024 dengan menghubungi pihak perusahaan melalui *Whatsapp* untuk menanyakan posisi di bagian videografi. Pihak Rexus menginformasikan prosedur untuk penerimaan dengan menyertakan *Curriculum Vitae* dan portofolio yang sudah dikerjakan sebelumnya. Setelah diskusi beberapa saat, akhirnya pada bulan Desember 2024 Penulis menjalani sesi wawancara secara *online* dengan *supervisor* untuk divisi *design* yang berlangsung cukup singkat dan langsung mendapat konfirmasi bahwa akan ditempatkan langsung di divisi *design*, tepatnya pada posisi videografi dan *editing* video.

Setelah berdiskusi dengan *supervisor* dan *HRD* melalui *chat* untuk *fee* dan jam kerja, pada 6 Januari 2025 Penulis secara resmi bergabung sebagai peserta magang di Rexus Indonesia yang bekerja dengan sistem WFO atau *Work From Office* yang berlokasi di Jalan Sentani, Jakarta Pusat. Penulis diinformasikan untuk Jam kerja yang akan dilaksanakan selama magang ini pada pukul 9.30 hingga 18.00 dan bersedia lembur saat kebutuhan *shooting* maupun *event* Rexus. Sebagai peserta magang, Penulis juga wajib mengisi laporan absen serta *tracker* atau detail pekerjaan sehari-hari yang nantinya akan dikumpulkan kepada *supervisor* pada akhir bulan.