

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Branding agency* memiliki peran penting dalam membangun identitas merek yang kuat dan berkelanjutan. Menurut Kevin dan Pramita (2020), strategi branding yang efektif tidak hanya meningkatkan daya saing perusahaan tetapi juga memengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan membangun loyalitas serta kepercayaan terhadap merek. Selain itu Wijaya et al (2022) menyebutkan bahwa pengalaman merek yang konsisten berkontribusi pada peningkatan keterlibatan pelanggan dan diferensiasi pasar. Dengan demikian, branding agency berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan audiens, memastikan bahwa komunikasi visual dan strategi pemasaran berjalan selaras dengan nilai serta tujuan bisnis.

Peran *content creator* dalam sebuah *branding agency* adalah suatu peran yang kerap dilakukan untuk meningkatkan kapital perusahaan klien melalui strategi pemasaran dengan model konten media sosial yang bersifat sangat frontal, meskipun efektivitas dari setiap divisi *content creator* kembali lagi kepada tim yang terbentuk untuk melaksanakan tugas nya sebagai *content creator*. Rintangan juga lebih menonjol kepada *branding agency* dalam melakukan tugas *content creator* karena pada dasarnya, *branding agency* harus memiliki fleksibilitas dalam mengerjakan banyak hal dalam banyak ragam, sesuai dengan kebutuhan pasar yang ditargetkan oleh perusahaan klien.

Berdasarkan aspek-aspek yang sudah dijelaskan, penulis tertarik untuk mengambil peran sebagai *content creator editor* yang berperan tidak hanya untuk menciptakan konten yang menarik, tetapi juga memastikan bahwa setiap elemen konten selaras dengan strategi

branding yang telah ditetapkan pada setiap klien. Menurut Isroissholikah (2022), penggunaan media sosial saat ini sangat mempengaruhi peran *content creator* dalam industri kreatif, di mana konten yang dihasilkan dapat memengaruhi keputusan konsumen dan membentuk citra sebuah *brand*.

TDC Indonesia, sebagai *branding agency* yang berbasis di Jakarta, memiliki spesialisasi dalam pengembangan strategi branding melalui desain, pemasaran, dan produksi media digital. Dengan layanan yang mencakup identitas korporasi, *brand guidelines*, serta pengembangan konten digital seperti fotografi dan videografi, TDC Indonesia berkomitmen untuk membangun fondasi branding yang kuat bagi kliennya. Keputusan untuk menjalankan program magang di TDC Indonesia pada tahun 2025 diekspektasikan untuk memberikan kesempatan bagi penulis dalam memahami bagaimana strategi branding dijalankan serta bagaimana peran *content creator editor* dalam mendukung eksekusi strategi tersebut melalui produksi dan proses editing konten digital yang efektif.

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

Program magang merupakan salah satu kewajiban yang harus dijalani mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai bagian dari syarat kelulusan. Dalam program ini, mahasiswa diwajibkan menyelesaikan minimal 640 jam kerja, yang setara dengan 20 SKS. SKS tersebut terbagi ke dalam beberapa mata kuliah, yaitu *Professional Business Ethics* (3 SKS), *Industry Experience* (7 SKS), *Industry Model Validation* (7 SKS), serta *Evaluation and Reporting* (3 SKS).

Melalui magang di TDC Indonesia pada semester genap 2024/2025, penulis bertujuan untuk memperoleh pengalaman langsung dalam industri branding dan desain, khususnya dalam produksi serta penyuntingan konten digital yang selaras dengan identitas merek klien. Selain memahami strategi branding yang diterapkan oleh agensi, penulis juga ingin mengasah kemampuan produksi konten efektif untuk berbagai platform digital.

Selain itu, magang ini menjadi kesempatan bagi penulis untuk membangun jaringan profesional yang lebih luas, baik dengan klien maupun pekerja kreatif. Dengan koneksi yang lebih kuat, penulis berharap dapat memperluas jaringan klien

dan pekerja kreatif yang dapat mendukung pengembangan agensi kreatif yang sedang dirintis.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis melaksanakan praktik kerja magang sebagai *content creator editor* di TDC Indonesia selama 4 bulan pas, dari tanggal 26 Februari 2025 hingga 26 Juni 2025. Kantor TDC Indonesia terletak di Jl. Dr. Makaliwe Raya, No.48D, RT.5/RW.6, Grogol, Kec. Grogol Petamburan, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11450 hingga tanggal 7 April 2025, namun telah berpindah setelah Ramadhan ke Jl. Jalur Sutera Timur, RT.2/RW.3, Kunciran, Kecamatan Pinang, Kota Tangerang, Banten 15144 (Apartemen The Smith).

Prosedur dimulai dengan penulis mengirimkan *Direct Message* melalui Instagram kepada TDC Indonesia untuk menanyakan lowongan magang pada perusahaan pada tanggal 7 Februari 2025. Lalu, dilanjutkan dengan pengiriman CV (*Curriculum Vitae*) dan *Showreel* ke E-mail CEO dari TDC Indonesia, Jim W. Sebastian, pada tanggal 15 Februari 2025, di hari yang sama *Direct Message* melalui Instagram tersebut dijawab oleh admin TDC Indonesia.

Pada tanggal 23 Februari 2025, penulis mendapatkan pesan pribadi dari Pak Jim W. Sebastian selaku CEO dari TDC Indonesia sebagai ajakan untuk menjawab beberapa pertanyaan singkat melalui telfon sebelum melanjutkan proses *interview* pada tanggal 26 Februari 2025. Namun, hasil dari telfon tersebut membuahkan penulis untuk langsung diterima sebagai peserta magang pada tanggal 26 Februari 2025 sehingga *interview* yang harusnya dijalankan pada kantor, dibatalkan. 26 Februari 2025 penulis menandatangani kontrak magang dan langsung bekerja.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A