

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Adanya perkembangan yang signifikan pada media sosial *Tik Tok*, *Instagram*, dan *Youtube*, serta keberadaan *platform* media sosial yang lebih baru, sinonim dengan *youtube* yaitu *vimeo*, membuat perusahaan beralih dalam memperkenalkan brand mereka melalui *media-platform* tersebut. Untuk keperluan *branding*, perusahaan memerlukan seorang kreator yang dapat mengelola media sosial.

Kreator yang berkarya di media sosial memiliki kemampuan berpikir secara kreatif. Definisikan secara formal, seorang *content creator* adalah profesi dari sebuah *profesion* yang membuat konten dalam bentuk tulisan, gambar, video, suara, ataupun kombinasi dari 2 atau lebih atau 2 yang dipersembahkan untuk media, khususnya media digital semisal *YouTube*, *Instagram*, *TikTok*, dan media sosial lainnya (Sayugi, 2018). Pada tahun 2015 serta 2016, *Youtube* di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, dengan jutaan video amatir untuk versi lagu yang diproduksi oleh mengidolakan industri musik di versi dunia, dan di *Youtube* muncul tradisi mengunggah video. Dan banyak orang yang bersurai konten tersebut menjaring para pengisi yang disebutkan *Youtube* (Larasati, 2021)

Seorang *content creator* yang bekerja saat ini, biasanya mengunggah hasil konten mereka ke media sosial. Pengertian dari media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri, berinteraksi, berkomunikasi, serta bekerja sama secara virtual. Tiga aspek utama dalam bersosialisasi melalui media ini meliputi pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*), dan kerja sama (*cooperation*). Kehadiran media sosial telah menjadi sarana komunikasi baru yang berdampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat (Nasrullah, 2016). Media sosial Selain berfungsi sebagai sarana komunikasi antar teman, media sosial juga memiliki peran yang lebih luas, seperti digunakan untuk bisnis, promosi, dan berbagai keperluan lainnya. Contoh *platform* media sosial antara lain *Instagram*, *Twitter*, *Whatsapp*, dan lain sebagainya (Hidayat, 2022)

Penulis diberi kesempatan menjadi *intern content creator* dalam PT. Metra Digital Media. *Intern content creator* ditugaskan untuk membuat konten, menulis naskah serta terkadang menjadi *talent* dalam proses produksi konten. PT. Metra Digital Media (MD Media), yang berlokasi di Gatot Subroto, Jakarta merupakan perusahaan yang menawarkan jasa mereka dalam membantu perusahaan atau bisnis lain dalam memasarkan produk atau jasa. PT. MD Media, memegang beberapa klien tertentu terutama brand-brand yang dimiliki oleh PT. Telkomsel, seperti *IndiBIZ, Indihome, MyTelkomsel*, dsb. Penulis memilih magang sebagai *content creator* karena setelah melihat data-data yang telah dipaparkan diatas, terbukti bahwa kedepannya media sosial akan selalu berkembang dan permintaan perusahaan untuk *content creator* akan terus bertambah.

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

Penulis memilih melakukan proses magang di PT. Metra Digital Media karena ingin memiliki pengalaman bekerja di perusahaan agensi. Di samping itu, penulis juga ingin memperdalam pengetahuan mengenai dunia *content creator* di media sosial. Untuk tujuan dilaksanakannya program magang ini adalah penulis ingin mengembangkan diri menjadi pribadi yang lebih bertanggung jawab, beradaptasi dengan peran sebagai *content creator*, serta memenuhi persyaratan kelulusan program sarjana S1.

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

Sebelumnya penulis memiliki beberapa opsi perusahaan-perusahaan magang yang tepat dan menarik. Tetapi setelah melakukan beberapa riset, akhirnya penulis memilih PT. Metra Digital Media karena perusahaan ini juga memiliki portofolio serta reputasi yang baik. Sebelum memberi portofolio, pada 15 Januari penulis mendapat informasi adanya magang di MD Media melalui rekan penulis yang sebelumnya pernah bekerja di instansi perusahaan yang sama dengan MD Media. Setelah mendapat konfirmasi, 3 Februari penulis mengirim *email* yang berisi portofolio ke *supervisor*. Sesudah menunggu beberapa minggu, 19 Februari tim

MD Media mengirimkan email balasan yang berisi surat persetujuan keterimanya magang di MD Media. Lalu, beberapa hari kemudian penulis masuk ke MD Media.

Sebelum pelaksanaan magang, di 19 Februari tim MD Media memberi beberapa informasi mengenai jam masuk dan jam pulang untuk peserta magang. Mahasiswa yang magang masuk pada pukul 08.00 WIB – 16.00 WIB di hari Senin-Jumat. Terkadang jika ada pekerjaan yang membutuhkan waktu yang panjang, penulis biasanya pulang melewati jam yang ditentukan.

