

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, peran sosial media sangat penting dan sudah menjadi kebutuhan utama bagi masyarakat di seluruh dunia untuk mendapatkan informasi dan juga untuk berkomunikasi. Berdasarkan situs (Slice.id, 2024), total jumlah pengguna internet pada tahun 2024 mencapai 185.3 juta jiwa, yang di mana meningkat pesat sebanyak 66.5% dari tahun sebelumnya. Hal ini mendatangkan respons positif bagi para *brands* untuk mengembangkan produk mereka dengan mudah dan cepat. Sebagai cara untuk memasarkan produk, sebuah *brand* harus merekrut *content creator* untuk mengurus *brand* mereka agar dapat terkelola dengan baik dan mendapatkan hasil maksimal (Redcomm, 2024).

Content creator merupakan keahlian untuk menciptakan konten yang berupa video, gambar, suara, dan tulisan yang diaplikasikan terhadap berbagai *platform* media sosial. Menurut Rohman, (2018) pada situs Rencanamu.id, *Content creator* mempunyai tugas untuk menciptakan sebuah ide, konsep, serta riset untuk menghasilkan sebuah konten. Konten tersebut bertujuan untuk promosi, menghibur, edukasi, dan atau sarana informasi di berbagai macam *platform* yang dapat di sesuaikan. Penulis mendapatkan kesempatan untuk kerja magang di salah satu anak perusahaan BUMN yaitu PT. Metra Digital Media (MD Media) sebagai *intern social media*.

Sebagai *intern social media*, penulis bertugas untuk *brainstorming*, membuat konsep dan ide kreatif, serta melakukan produksi konten, terkadang penulis juga diminta untuk menjadi *talent* di dalam konten tersebut. PT. Metra Digital Media (MD Media) yang berlokasi di jalan Gatot Subroto, Jakarta ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *marketing* dan pemasaran untuk membantu *brand* lain untuk memasarkan barang dan jasa. PT. Metra Digital Media (MD Media) sendiri memegang beberapa perusahaan besar seperti Indihome, IndiBIZ, MyTelkomsel, Superindo, BCA, dsb. Pada awalnya MD Media hanya bergerak di bidang *media digital* saja, tapi saat ini telah berkembang menjadi

perusahaan yang berfokus pada bidang hiburan, informasi, telekomunikasi, teknologi, dsb. dengan bekerja sama dengan beberapa *client* ternama di Indonesia.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Adapun maksud dan tujuan kerja magang penulis untuk memilih PT. Metra Digital Media sebagai tempat melaksanakan magang adalah :

1. Mendapatkan pengalaman untuk bekerja di industri *content creator*.
2. Mendapatkan relasi baru dengan pegawai-pegawai yang bekerja di *agency* BUMN.
3. Mengetahui bagaimana proses bekerja *agency* dalam produksi konten.
4. Dapat berkembang dalam industri sosial media dan produksi konten.

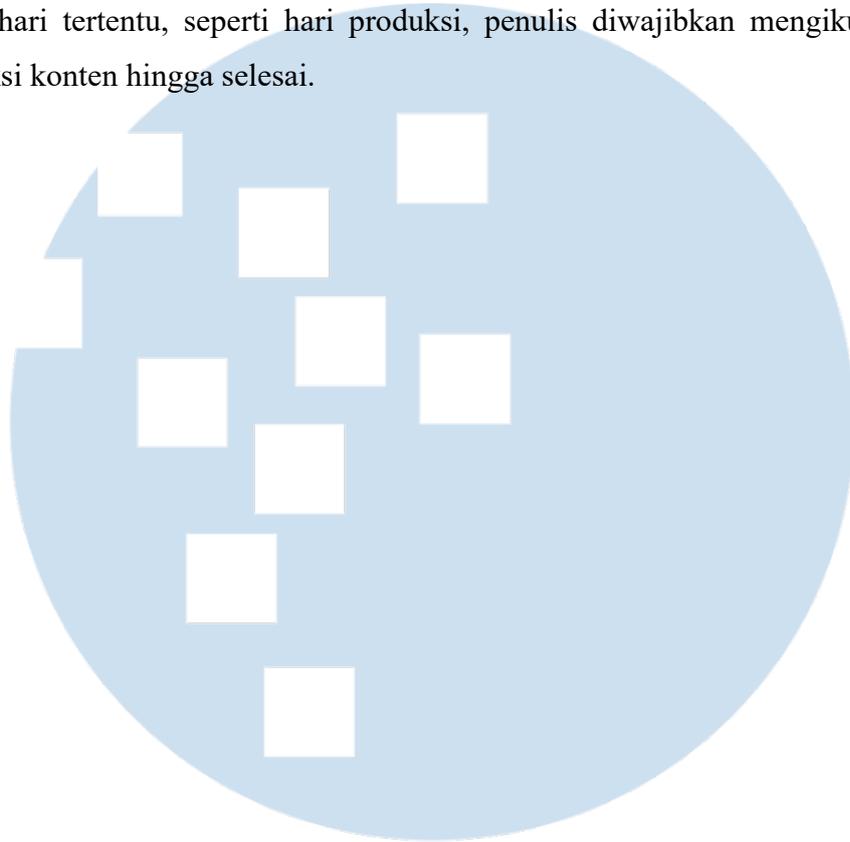
Selain itu, tujuan penulis untuk melakukan kegiatan program magang ini yaitu :

1. Memenuhi salah satu syarat wajib kelulusan mahasiswa S1.
2. Mempelajari cara melakukan pemasaran melalui media sosial.
3. Meningkatkan tanggung jawab serta kedisiplinan sebagai konten *creator*.
4. Meningkatkan kemampuan dasar dalam berpikir kreatif dan produksi konten.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada awalnya penulis mendapatkan beberapa penawaran untuk melakukan kerja magang di beberapa perusahaan yang menarik. Tetapi setelah penulis menyeleksi beberapa perusahaan, penulis memilih PT. Metra Digital Media karena MD Media memiliki *client* dan reputasi yang baik dan sudah sangat berpengalaman di bidangnya. Penulis pada awalnya mendapatkan informasi dari orang tua bahwa MD Media membutuhkan mahasiswa magang di bidang *creative*, setelah itu penulis mengirimkan portofolio beserta CV kepada HR MD Media. Setelah menunggu 2 minggu, penulis mendapatkan email balasan persetujuan untuk melaksanakan kerja magang di MD Media. Dan beberapa hari setelahnya penulis memulai hari pertama bekerja magang di MD Media. Informasi yang penulis dapatkan sebelum memulai kerja magang yaitu mengenai jam kerja mulai dari jam masuk hingga jam pulang. Mahasiswa magang diperkenankan untuk masuk mulai dari hari Senin sampai

Jumat pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB di luar jam produksi konten. Tetapi untuk hari tertentu, seperti hari produksi, penulis diwajibkan mengikuti waktu produksi konten hingga selesai.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA