

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif, khususnya sektor perfilman di Indonesia, mengalami perkembangan signifikan dalam dua dekade terakhir. Sejak awal tahun 2000-an hingga 2010-an, produksi film lokal mulai menunjukkan peningkatan yang konsisten, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Hal ini tidak terlepas dari meningkatnya minat masyarakat terhadap film-film Indonesia, serta tumbuhnya jumlah rumah produksi dan tenaga kreatif lokal yang kompeten. Memasuki era 2010-an, perfilman Indonesia semakin berkembang pesat (Khoiri, A. 2020).

Banyak film lokal seperti *Laskar Pelangi*, *Ada Apa Dengan Cinta 2*, dan *Pengabdian Setan* berhasil meraih kesuksesan besar, baik secara komersial maupun kritikal. Dukungan pemerintah melalui kebijakan ekonomi kreatif serta kemunculan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) juga turut mendorong pertumbuhan industri ini. Saat ini, perkembangan teknologi informasi dan kemunculan platform digital seperti Netflix, Disney+, dan YouTube membuka peluang baru dalam distribusi dan promosi film. Media sosial menjadi salah satu kanal utama untuk menjangkau penonton, menjadikan strategi digital marketing dan pembuatan konten sebagai bagian integral dalam dunia perfilman (Amalia & Hapsari, 2020).

PT. Buana Chandra Artha Pratama merupakan sebuah perusahaan subholding dari Multi Buana Corporindo yang didalamnya terdapat beberapa bisnis unit, salah satu bisnis unitnya adalah Multi Buana Kreasindo. Multi Buana Kreasindo adalah salah satu bisnis unit dari PT. Buana Chandra Artha Pratama yang memproduksi film layar lebar. *Air Mata di Ujung Sajadah* merupakan salah satu film yang diproduksi oleh Multi Buana Kreasindo yang sudah ditonton sebanyak 3 juta penonton. Dalam skala industri, perusahaan ini berperan penting dalam menciptakan strategi konten kreatif untuk film-film lokal dan berkontribusi dalam memperluas jangkauan film ke audiens yang lebih luas melalui digital marketing. Beberapa proyek yang sedang dikerjakan, seperti *Pengin Hijrah*, *Ghost Soccer*, dan

The Bell, menunjukkan keterlibatan aktif perusahaan dalam industri dan juga terhadap produksi konten yang relevan serta memiliki daya tarik kuat bagi masyarakat.

Saat ini industri film yang semakin hari semakin meningkat maka semakin banyak pula persaingan antar film Indonesia. Banyaknya film Indonesia baru yang tayang di bioskop dengan berbagai genre, membuat pencapaian jumlah penjualan tiket film Indonesia pada 2022 menjadi yang terbanyak dalam 10 tahun terakhir (Ridhayanti, 2023). Laga atau action menjadi genre film dan serial yang paling disukai masyarakat Indonesia lewat platform video streaming pada 2022. Ini dinyatakan oleh 72% responden dalam survei Jakpat yang dirilis pada 27 Januari 2023. Posisi kedua ditempati oleh genre komedi lantaran dipilih oleh 70% responden. Sebanyak 63% responden juga menyukai film dengan genre drama. Ada pula 59% responden yang menyukai film bergenre romantis. Kemudian, 51% responden memilih film dengan genre fantasi. Sebanyak 50% responden menyatakan gemar menonton film horor. Adapun persentase responden yang menyukai film bergenre anime dan thriller masing-masing sebesar 45% dan 39% (Rizaty, 2023).

Persaingan perfilman di Indonesia yang semakin semakin berkembang dan sedang banyak digandrungi, agar film yang bergenre drama keluarga, moral dan Pendidikan seperti yang diproduksi oleh Multi Buana Kreasindo dapat bersaing dengan film genre lain maka hal tersebut membutuhkan strategi marketing communication yang tepat. Salah satu kegiatan marketing communication adalah membuat konten untuk menyampaikan pesan atau membantu orang lain untuk mengenalkan seluruh elemen perusahaan (eli, 2021). Tipe pemasaran melalui konten ini bertujuan untuk meningkatkan awareness dari sebuah produk agar produk tersebut dapat dijangkau oleh audiens yang lebih luas.

Pemilihan tempat kerja magang di industri perfilman, khususnya di bidang pembuatan konten digital dan promosi film, didasari oleh ketertarikan yang besar terhadap dunia media sosial dan pemasaran digital dalam konteks hiburan. Dengan

semakin berkembangnya penggunaan media sosial sebagai platform utama untuk promosi film dan hiburan, kesempatan untuk terlibat langsung dalam pembuatan dan pengelolaan konten digital menjadi pengalaman yang sangat berharga. Instansi yang dipilih, yaitu PT Buana Chandra Artha Pratama, merupakan tempat yang tepat untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan dalam industri ini. Sebagai organisasi yang bergerak di bidang produksi film dan promosi melalui media sosial, PT Buana Chandra Artha Pratama memberikan kesempatan untuk belajar dari para profesional yang berpengalaman dalam mengelola dan memproduksi konten-konten kreatif yang menarik bagi audiens.

Beberapa alasan pemilihan tempat kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman Praktis di Industri Perfilman PT Buana Chandra Artha Pratama terlibat langsung dalam produksi film dan pemasaran film melalui media sosial, yang memberikan kesempatan untuk mendapatkan pengalaman praktis dalam pembuatan konten, perencanaan promosi, dan penggunaan platform digital untuk mencapai audiens yang lebih luas.
2. Kesempatan untuk Belajar dari Profesional Berpengalaman: Di instansi ini, peserta magang memiliki kesempatan untuk bekerja bersama tim yang berpengalaman dalam industri hiburan dan pemasaran digital. Hal ini akan memberikan wawasan dan keterampilan yang sangat berharga untuk karier di masa depan, baik dalam bidang perfilman maupun digital marketing.
3. Proyek-Proyek Menarik dan Relevan: Dengan adanya proyek film yang sedang diproduksi, seperti *Pengin Hijrah*, *Ghost Soccer*, dan *The Bell*, peserta magang dapat terlibat dalam berbagai tahap pembuatan konten promosi, dari perencanaan hingga eksekusi. Ini memberikan kesempatan untuk berkontribusi dalam proyek-proyek yang memiliki dampak langsung terhadap audiens dan pasar yang lebih besar.

4. **Keterlibatan dalam Media Sosial dan Digital Marketing:**
Dalam era digital, pemasaran melalui media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan sebuah film. Melalui magang ini, peserta magang diharapkan dapat mengembangkan keterampilan dalam mengelola media sosial, menciptakan konten yang menarik, serta memahami strategi promosi yang efektif di platform digital.

PT Buana Chandra Artha Pratama diharapkan dapat memberikan pengalaman berharga dalam industri hiburan, serta meningkatkan keterampilan dan wawasan yang berguna untuk perkembangan karier profesional di bidang media dan komunikasi.

Pentingnya Corporate Communication untuk Bisnis

Corporate communication sangat penting bagi sebuah perusahaan karena berfungsi untuk menjaga hubungan yang baik antara perusahaan dan berbagai pihak yang terlibat, baik di dalam maupun di luar perusahaan. Berikut beberapa alasan mengapa corporate communication sangat diperlukan dalam bisnis:

1. **Membangun Citra Perusahaan** Corporate communication berperan besar dalam menciptakan citra positif perusahaan di mata publik. Dengan komunikasi yang baik dan jelas, perusahaan dapat meningkatkan reputasi di mata pelanggan, investor, dan masyarakat umum, yang akhirnya berdampak pada peningkatan kepercayaan dan loyalitas.
2. **Menjaga Hubungan dengan Pemangku Kepentingan** Setiap perusahaan memiliki banyak pemangku kepentingan, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis. Melalui corporate communication, perusahaan dapat menjaga hubungan yang baik dengan mereka, memastikan bahwa informasi yang dibutuhkan dapat tersampaikan dengan jelas dan transparan.
3. **Mengelola Krisis dan Reputasi** ketika perusahaan menghadapi krisis atau masalah, corporate communication sangat penting untuk mengelola situasi

tersebut. Komunikasi yang cepat dan tepat akan membantu meminimalisir dampak negatif, serta menjaga kepercayaan publik terhadap perusahaan.

4. Meningkatkan Kolaborasi Internal Komunikasi yang baik di dalam perusahaan juga sangat penting. Dengan adanya corporate communication yang efektif, setiap departemen dan karyawan dapat bekerja sama dengan lebih baik, saling memahami tujuan perusahaan, dan menciptakan lingkungan kerja yang positif serta produktif.
5. Menyampaikan Strategi Bisnis Perusahaan perlu mengkomunikasikan visi, misi, dan tujuan bisnisnya dengan jelas kepada semua pihak terkait. Corporate communication membantu agar strategi perusahaan dapat dipahami dengan baik oleh seluruh karyawan dan pemangku kepentingan lainnya, sehingga mereka dapat ikut mendukung pencapaian tujuan perusahaan.
6. Memperkuat Brand Awareness dengan corporate communication yang terstruktur, perusahaan dapat memperkenalkan mereknya dengan lebih baik kepada masyarakat. Ini akan membantu meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat posisi perusahaan di pasar, sehingga mudah dikenali oleh konsumen dan dapat bersaing dengan perusahaan lain.
7. Mengelola Hubungan dengan Media memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi tentang perusahaan. Corporate communication bertugas untuk mengelola hubungan dengan media, memastikan bahwa informasi yang diberikan akurat dan menyampaikan pesan perusahaan secara efektif kepada publik.
8. Meningkatkan Keterlibatan Pelanggan Komunikasi yang baik dengan pelanggan tidak hanya membantu perusahaan untuk memahami kebutuhan mereka, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang penuh kepercayaan. Dengan mendengarkan masukan dan berinteraksi dengan

pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan utama pelaksanaan magang ini adalah memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengimplementasikan pengetahuan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia kerja. Melalui pengalaman bekerja di instansi ini, peserta magang diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang industri perfilman serta pemasaran digital, khususnya dalam proses pembuatan dan promosi konten film melalui berbagai platform media sosial.

Tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah sebagai berikut:

- Mengaplikasikan Pengetahuan Akademik dalam Dunia Kerja:

Program magang ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk menerapkan ilmu dan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam situasi kerja yang sesungguhnya. Khususnya dalam ranah pemasaran digital, pembuatan konten kreatif, serta manajemen media sosial, peserta akan mengaplikasikan pengetahuan akademis tersebut dalam konteks industri perfilman, sehingga memperkaya pemahaman mereka terhadap praktik di lapangan.

- Meningkatkan Keterampilan Profesional di Bidang Produksi Konten.

Melalui kegiatan magang ini, peserta akan dilatih untuk meningkatkan kompetensi dalam menciptakan serta mengelola konten promosi film yang menarik, relevan, dan efektif. Selain itu, mereka juga akan mempelajari secara langsung proses produksi konten mulai dari tahap perencanaan hingga eksekusi, yang mendukung strategi pemasaran film secara keseluruhan.

- Menambah Pengalaman dalam Kolaborasi Tim:

Selama mengikuti program magang, peserta akan terlibat langsung dalam kerja sama tim bersama para profesional dari berbagai latar belakang di industri kreatif dan perfilman. Hal ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan pengalaman nyata mengenai bagaimana dinamika tim berjalan dalam dunia kerja profesional, terutama dalam proyek-proyek kreatif.

- Meningkatkan Kemampuan dalam Manajemen Media Sosial dan Digital Marketing

Dengan keterlibatan langsung dalam produksi dan pengelolaan konten media sosial, peserta magang akan memperdalam wawasan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan berbagai platform digital sebagai alat promosi yang efektif. Hal ini juga mencakup upaya dalam membangun kesadaran audiens terhadap film yang sedang dipasarkan, serta memahami tren dan strategi komunikasi digital yang efektif.

- Memahami Proses Kerja di Industri Perfilman:

Magang ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada peserta mengenai bagaimana proses kerja di industri film berlangsung, mulai dari perencanaan kampanye promosi, pelaksanaan kegiatan pemasaran, hingga menghadapi berbagai tantangan yang mungkin timbul dalam proses produksi maupun distribusi film.

- Mengembangkan Keterampilan Pribadi dan Profesional

Selain keterampilan teknis, magang ini juga dirancang untuk mendorong pertumbuhan keterampilan non-teknis, seperti kemampuan komunikasi interpersonal, kerja sama tim, manajemen

waktu, serta sikap profesional. Keterampilan ini sangat penting untuk kesuksesan karier di masa depan dan mendukung kesiapan peserta dalam menghadapi tantangan di dunia kerja yang sebenarnya.

Melalui tujuan tersebut, magang ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berharga dan mempersiapkan peserta magang untuk memasuki dunia kerja secara profesional, terutama di bidang media sosial dan pemasaran film.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Magang ini akan dilaksanakan selama 4 bulan, dimulai pada 17 February 2025 dan berakhir pada 9 Juli 2025. Waktu kerja magang mengikuti jam operasional instansi yang dituju, yaitu dari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja 08.30 - 17.30. Namun di hari tertentu jam kerja berbeda kalau ada kegiatan yang diharuskan untuk bekerja lebih lama atau datang lebih pagi. Untuk magang di luar hari kerja jam kerjanya tidak tentu atau berbeda-beda, seperti pada kegiatan rekaman di studio, gala premier.

Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang:

1. Pendaftaran dan Persiapan: Sebelum magang dimulai, peserta magang akan melalui proses pendaftaran resmi yang mencakup pengumpulan dokumen persyaratan seperti CV, surat permohonan magang, dan transkrip akademik. Setelah diterima, peserta magang akan mendapatkan briefing awal
2. Pelaksanaan Magang: Pada hari pertama magang, peserta magang berkenalan langsung dengan HRD dari PT Buana Chandra Artha Pratama. Setelah itu langsung menyelesaikan lamaran dengan tanda tangan kontrak magang. Setelah itu peserta magang melakukan penjelasan tugas-tugas apa yang nantinya akan dilaksanakan. Setelah itu dibagikan tugas dan diarahkan untuk bertanggung jawab di media sosial dengan mempromosikan konten film yang mendatang. Setelah itu berkenalan dengan seluruh tatanan

pegawai di dalam PT Buana Chandra Artha Pratama. Peserta magang menjalankan tugas sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, mengikuti jam kerja reguler (Senin–Jumat, 08.30–17.30) atau jadwal khusus untuk kegiatan tertentu.

3. Evaluasi dan Mentoring: Peserta magang dievaluasi setiap pembuatan konten. Tiap konten yang dibuat akan di evaluasi langsung dan diperbaiki hingga hasil di terima untuk di upload ke sosial media. Selain itu peserta magang mendapatkan mentoring mengenai cara mengedit video, menggunakan kamera mulai dari awal. Jika terdapat kendala atau tantangan, peserta dapat mendiskusikannya dengan pembimbing untuk menemukan solusi terbaik. Setiap hari adanya pengecekan progres konten yang telah dibuat, baik yang sudah dipublikasikan maupun yang masih dalam tahap ide.