

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejumlah industri di Indonesia sedang mengalami transformasi radikal sebagai respons terhadap pesatnya perkembangan teknologi baru. Memastikan bisnis dapat terus berjalan dan berkembang adalah tujuan dari fase ini, yang akan meningkatkan kredibilitasnya. Reputasi merupakan pandangan masyarakat mengenai kepercayaan, ketahanan, dan standar layanan atau produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut (Novianingtyastuti, N., 2025). Pada masa kini, teknologi informasi di era digital memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap masyarakat dalam menjalani aktivitasnya, seperti dalam sektor bisnis, pendidikan, hiburan, dan sebagainya. Dalam menjalani aktivitas pada masa kini, media sosial menjadi sebuah ketergantungan yang tidak dapat dipisahkan, karena dengan penggunaan media sosial dapat dimanfaatkan untuk mempermudah di berbagai aspek kehidupan, selain itu, sistem-sistem baru telah mampu beradaptasi secara berkelanjutan dengan internet yang terus berkembang, yang telah memacu perkembangan berbagai teknologi dan fitur, seperti beragam kemampuan aplikasi media sosial (Veironie & Sari, 2022). Salah satu kemajuan dari pertumbuhan internet pada saat ini adalah terciptanya strategi pemasaran digital. Pada masa sebelum masuk kepada zaman modern, beberapa perusahaan lebih mengutamakan metode konvensional, sedangkan pada saat memasuki zaman modern, terdapat perubahan yang dimana mereka mulai merencanakan sebuah strategi modern, salah satunya adalah menciptakan konten digital di berbagai platform media sosial. Saat ini, penggunaan media sosial menjadi alat utama untuk mengunggah konten digital. Aksesibilitasnya, biaya penggunaan media sosial yang rendah atau bahkan tanpa biaya, dan jumlah pengguna yang besar dari semua lapisan masyarakat menjadikannya platform yang populer (Wahyuti, 2023). Pembuatan konten digital memiliki banyak dampak positif pada reputasi dan *branding* perusahaan melalui

peningkatan keterlibatan. Untuk mengembangkan bisnis mereka, organisasi perlu terhubung dengan konsumen mereka dan mendapatkan kepercayaan mereka dengan konten digital berkualitas tinggi dan relevan.

Media sosial menjadi alat komunikasi yang penting, terutama dalam sektor pemasaran. Banyak perusahaan memanfaatkan media sosial bukan hanya sebagai tempat untuk berbagi informasi, tetapi dimanfaatkan untuk sarana membangun hubungan kerjasama dengan khalayak, meningkatkan *brand awareness*, hingga mendorong penjualan. Platform yang mendukung untuk strategi digital yaitu platform Instagram dan TikTok. Dengan adanya kesempatan pada masa kini yang berfokus pada era digitalisasi, penulis sebagai mahasiswa Program Studi Film tertarik dalam kemajuan digital yang memanfaatkan penggunaan media sosial yang dapat diaplikasikan kedalam praktik kerja magang yang membantu menaikkan *brand image* perusahaan tersebut. Maka itu, penulis memilih untuk melaksanakan program magang di Kapitech Agency, sebuah *startup* agensi digital terdepan di Kota Tangerang. Lingkungan ini sangat relevan dengan pembelajaran selama perkuliahan sehingga penulis dan menawarkan kesempatan untuk memahami bagaimana elemen sinematik dan desain diterapkan dalam konteks pemasaran digital. Kedua, Kapitech Agency membuka posisi *content creator* dan *designer* yang secara langsung memungkinkan penulis untuk mempraktikkan keterampilan dalam merumuskan ide dan memproduksi konten video untuk platform Instagram perusahaan. Melalui program magang ini, penulis bertujuan untuk mendapatkan pengalaman kerja substantif, mengasah kemampuan kerja sama tim, manajemen waktu, serta kemampuan memecahkan masalah dalam lingkungan profesional yang bergerak di sektor ekonomi kreatif. Berdasarkan latar belakang di atas, laporan ini disusun dengan judul "Peran *Content Creator* dalam produksi sosial media di Kapitech Agency" untuk mendokumentasikan dan menganalisis secara mendalam aktivitas serta kontribusi penulis selama program magang.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Adapun maksud dan tujuan praktik kerja magang di Kapitech Agency, memiliki maksud dan tujuan yang jelas, baik dari perspektif akademis (Universitas Multimedia Nusantara) maupun praktis (pengembangan kompetensi profesional). Tujuan utama dari program magang ini yaitu memenuhi persyaratan akademis, untuk memenuhi salah satu kewajiban dan syarat kelulusan dalam menempuh Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Film, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara. Menerapkan dan mengintegrasikan teori, memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengaplikasikan secara langsung keterampilan videografi, desain visual, serta produksi konten yang berfokus pada *digital agency*. Memperoleh pengalaman kerja, penulis mendapatkan pengalaman realita dalam alur kerja industri kreatif sebagai *content creator/videographer*, seperti tahap *brainstorming*, praproduksi, pengambilan gambar (videografi), pascaproduksi (*editing*), hingga publikasi konten untuk media sosial. Tujuan yang ingin dicapai penulis melalui pelaksanaan kerja magang di Kapitech Agency adalah mengembangkan kompetensi teknis secara kreatif yang mampu mengasah dan meningkatkan keterampilan dalam videografi, editing, dan desain visual, serta kemampuan berpikir kreatif untuk menghasilkan konten media sosial yang relevan dan menarik bagi audiens Kapitech Agency. Menghasilkan konten yang menarik, penulis harus memahami peran *Content Creator/Videographer* dalam beroperasi untuk strategi pemasaran digital perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang di Kapitech Agency pada divisi *Social Media Designer* dengan total waktu 640 jam kerja yang dilaksanakan selama 6 Bulan, dimulai dari 20 Juli 2025 hingga 30 Desember 2025. Jadwal kerja penulis adalah Senin – Sabtu jam 8 pagi hingga jam 8 malam. Penulis mengirimkan CV kepada Kapitech Agency. Setelah itu, penulis melakukan interview dengan *Owner* terhadap divisi yang penulis inginkan. Setelah diterima oleh pihak agensi, penulis mendaftarkan Kapitech Agency pada website pro-step sebagai magang track 2 dan mendapatkan surat pengantar dari kaprodi film Universitas Multimedia Nusantara

untuk diserahkan kepada penanggung jawab magang di Kapitech Agency. Sistem kerja di Kapitech Agency menerapkan kombinasi antara *work from home* (WFH) dan *work from office* (WFO) sesuai dengan kebutuhan proyek dan jadwal koordinasi tim. Dalam penerapan WFH, karyawan, terutama tim kreatif seperti *content creator*, *designer*, dapat menyelesaikan tugasnya secara mandiri dari rumah dengan tetap berkoordinasi melalui platform komunikasi daring seperti Notion, WhatsApp Group, dan Google Meet. Sistem ini memberikan fleksibilitas dalam bekerja, terutama dalam proses ideasi dan produksi konten yang membutuhkan kreativitas dan ruang berpikir yang lebih bebas. Sementara itu, WFO diterapkan pada hari-hari tertentu untuk melakukan *brainstorming* bersama, pengambilan gambar, rapat evaluasi, serta koordinasi dengan klien. Kehadiran secara langsung di kantor juga diperlukan untuk proses pengarsipan data, peninjauan hasil kerja, dan finalisasi materi sebelum dipublikasikan. Dengan adanya sistem kerja campuran ini, Kapitech Agency mampu menjaga keseimbangan antara produktivitas dan fleksibilitas kerja, sekaligus meningkatkan efektivitas kolaborasi antaranggota tim.

