

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital menjadikan media sosial salah satu kanal utama bagi organisasi untuk membangun branding, memperluas jangkauan pasar, dan menjaga hubungan dengan audiens secara berkelanjutan (Dubbelink, Herrando, & Constantinides, 2021). Media sosial terbukti mampu meningkatkan *brand awareness* dan citra lembaga pendidikan melalui konten visual dan naratif yang konsisten kepada calon peserta didik dan orang tua (Yaqin & Aini, 2025). Dalam konteks ini, strategi konten yang terencana menjadi kunci agar pesan lembaga dapat bersaing di tengah tingginya arus informasi di berbagai platform digital (Jacob & Johnson, 2021).

Kebutuhan akan strategi konten tersebut melahirkan peran *content creator*, yaitu pelaku kreatif yang merencanakan, memproduksi, dan mengelola konten digital untuk membangun citra dan kedekatan dengan audiens di media sosial (Miguel et al., 2024). *Content creator* dipahami sebagai kelompok produsen budaya di platform digital yang secara konsisten menciptakan konten dengan tujuan sosial maupun ekonomi, serta memengaruhi persepsi publik terhadap suatu brand (Weißmann et al., 2025). Dalam praktiknya, mereka menggabungkan kemampuan teknis seperti produksi video dan *editing* dengan strategi komunikasi dan *self-branding* untuk menjaga relevansi dan *engagement* audiens (Miguel et al., 2024;).

Dalam konteks komunikasi digital, proses *content production* di media sosial umumnya berlangsung melalui tahapan perencanaan, produksi, hingga *post-production*, mulai dari pencarian ide, pengambilan gambar, penyusunan naskah, sampai penyuntingan sebelum konten dipublikasikan kepada audiens (Haq & Junaedi, 2022; Balqis & Aji, 2025). Penelitian lain menunjukkan bahwa di lembaga pendidikan, konten kreatif di media sosial berfungsi tidak hanya sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk

membangun *brand awareness* dan keterlibatan audiens secara berkelanjutan (Altamira et al., 2022).

Dalam ekosistem tersebut, peran *content creator* menjadi penting karena bertanggung jawab menggabungkan elemen visual, narasi, dan gaya komunikasi agar pesan brand tersampaikan secara menarik dan konsisten di berbagai kanal digital (Yanny, 2024; Fitria, 2025). Secara lebih luas, konten digital yang dikelola secara strategis dipandang sebagai komponen sentral dalam aktivitas komunikasi, pemasaran, dan pembentukan citra organisasi di lanskap media yang semakin padat informasi (Global Media Journal, 2024).

Bagi mahasiswa, program magang di bidang media sosial menjadi sarana penting untuk menerapkan pengetahuan sekaligus mengembangkan soft skill dan kesiapan kerja di industri kreatif (Supriyanto et al., 2023). Penelitian tentang pengalaman magang menunjukkan bahwa keterlibatan langsung dalam pekerjaan profesional membantu mahasiswa melatih kreativitas, komunikasi, dan kemampuan pemecahan masalah yang dibutuhkan di dunia kerja (Supriyanto et al., 2023)

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis memilih magang sebagai *Social Media Intern* di Darts Indonesia untuk memperoleh pengalaman langsung sebagai *content creator* dalam mendukung aktivitas branding dan komunikasi lembaga pendidikan seni melalui produksi konten digital di media sosial (Yaqin & Aini, 2025).

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Kegiatan magang yang penulis lakukan di Yayasan Dian Didaktika (Darts Indonesia) bertujuan untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam dunia kerja, khususnya di bidang produksi konten dan pengelolaan media sosial. Penulis memilih Darts Indonesia karena lembaga ini aktif menggunakan media sosial

sebagai sarana komunikasi dan branding, sehingga memberikan kesempatan untuk belajar langsung mengenai proses pembuatan konten yang kreatif dan informatif.

Selain itu, pelaksanaan magang ini juga bertujuan untuk mengaplikasikan pengetahuan mengenai strategi kreatif dalam produksi konten, sejalan dengan judul laporan magang ini, sehingga penulis dapat mempelajari bagaimana ide, konsep visual, serta pesan komunikasi dikembangkan dan diimplementasikan dalam lingkungan kerja nyata.

Adapun tujuan magang ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Memenuhi syarat kelulusan mata kuliah magang yang menjadi bagian dari kurikulum Program Studi Film & Animasi, Fakultas Seni & Desain.
2. Menambah pengalaman praktis (*hardskill* dan *softskill*) dalam bidang produksi konten, termasuk kemampuan syuting, penyusunan skrip, pengeditan video, dan pengelolaan media sosial.
3. Mempelajari penerapan strategi kreatif dalam proses produksi konten di lingkungan profesional, mulai dari perencanaan ide, pengembangan konsep, hingga eksekusi konten untuk media sosial.
4. Memahami alur kerja divisi *Social Media* di Darts Indonesia, termasuk koordinasi tim, pemilihan format konten, dan proses publikasi sesuai kebutuhan lembaga.
5. Mengimplementasikan keterampilan yang telah dipelajari selama perkuliahan untuk memberikan kontribusi nyata kepada perusahaan, khususnya dalam bentuk produksi konten yang kreatif, informatif, dan relevan dengan identitas Darts Indonesia.
6. Membangun etos kerja profesional, seperti kedisiplinan, komunikasi, kemampuan bekerja sama, dan tanggung jawab terhadap tugas yang diberikan.
7. Meningkatkan portofolio pribadi melalui praktik langsung dalam pembuatan konten digital yang digunakan oleh instansi tempat magang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang penulis di Yayasan Dian Didaktika (Darts Indonesia) berlangsung selama 640 jam kerja, dimulai pada 20 Agustus 2024 hingga selesai sesuai ketentuan instansi dan syarat akademik. Sistem kerja yang diterapkan adalah *Work From Office* (WFO) dan sesekali *Work From Anywhere* (WFA) sesuai kebutuhan produksi dan arahan pembimbing lapangan. Penulis mengikuti jam kerja divisi *Social Media* serta terlibat dalam kegiatan produksi konten harian maupun proyek khusus.

Proses pelaksanaan magang dilakukan melalui tahapan berikut:

1. Pengajuan Lamaran Magang.

Tahap pertama dimulai dengan pengajuan lamaran magang. Penulis menyiapkan dokumen persyaratan berupa *Curriculum Vitae* (CV), portofolio hasil karya dalam bidang videografi dan editing, serta surat pengantar magang dari universitas. Seluruh berkas dikirimkan melalui email resmi Darts Indonesia. Untuk memastikan proses lamaran berjalan lancar, penulis juga datang langsung ke kantor Darts Indonesia yang berlokasi di SouthCity Square, Tangerang Selatan, sekaligus memperkenalkan diri secara formal kepada pihak instansi.

2. Pertemuan Awal dan Verifikasi Dokumen.

Setelah dokumen diterima, penulis mengikuti pertemuan awal bersama Bapak Ahmad Kibar Wibawa, selaku Human *Resource Development* (HRD) Darts Indonesia. Pada pertemuan ini, HRD memberikan penjelasan mengenai profil perusahaan, ruang lingkup pekerjaan divisi *Social Media*, serta ekspektasi perusahaan terhadap peserta magang. Selain itu, dilakukan verifikasi kelengkapan dokumen dan konfirmasi minat serta ketersediaan penulis untuk mengikuti seluruh rangkaian magang.

3. Wawancara Teknis dan Nonteknis.

Tahap selanjutnya adalah wawancara teknis dan nonteknis yang dilaksanakan secara langsung dengan HRD. Penilaian teknis mencakup pemahaman dan kemampuan penulis dalam melakukan syuting video, penyuntingan konten, dan penulisan skrip untuk media sosial. Sementara itu, penilaian nonteknis berfokus pada komunikasi, kedisiplinan, kreativitas, kemampuan adaptasi dalam lingkungan kerja yang dinamis, serta kesiapan bekerja dalam tim. Hasil wawancara tersebut menjadi dasar diterimanya penulis sebagai *Social Media Intern*.

4. Penerimaan dan Penandatanganan Kesepakatan Magang.

Setelah dinyatakan diterima, penulis mengikuti tahap penerimaan dan penandatanganan kesepakatan magang. Pada tahap ini, HRD memberikan pengarahan teknis terkait job description, jam kerja, sistem pelaporan pekerjaan, serta standar etika dan sikap profesional yang harus dipatuhi selama magang berlangsung. Dokumen penerimaan ditandatangani sebagai bentuk persetujuan bahwa penulis siap menjalankan seluruh kewajiban magang.

5. Pelaksanaan Magang Selama 100 Hari Kerja (± 640 Jam Kerja).

Program magang dilaksanakan pada 20 Agustus 2025 – 28 Desember 2025 dengan sistem kerja *Work From Office* (WFO) dan sesekali *Work From Anywhere* (WFA) jika diperlukan. Jam kerja penulis mengikuti operasional divisi *Social Media*:

- Senin – Kamis: 08.00 – 20.00 WIB (± 12 jam/hari)
- Sabtu: 08.00 – 16.00 WIB (± 8 jam/hari)
- Jumat dan Minggu: Libur

Penulis tidak pernah melakukan lembur di luar jadwal tersebut. Jika terdapat keperluan personal di hari kerja, penulis diperbolehkan bekerja dengan sistem WFA dan tetap menyelesaikan seluruh tugas tepat waktu.

6. Evaluasi Akhir dan Penyusunan Laporan Magang.

Di akhir kegiatan, supervisor memberikan evaluasi performa terkait sikap kerja, kemampuan teknis, serta kontribusi penulis dalam produksi konten media sosial. Selanjutnya, penulis menyusun laporan magang sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai ruang lingkup pekerjaan selama program magang berlangsung, berikut merupakan rincian bentuk kegiatan yang penulis lakukan di divisi *Social Media*. Berikut Tabel 1.1 menjelaskan kegiatan serta tanggung jawab utama penulis dalam mendukung proses produksi konten serta penerapan strategi kreatif di Darts Indonesia.

Tabel 1. 1 Bentuk Kegiatan Selama Magang.

Jenis Kegiatan	Uraian
Produksi Konten (Syuting)	Melakukan syuting untuk dokumentasi kegiatan sekolah, aktivitas harian, B-roll, dan konten tematik sesuai kebutuhan media sosial Darts Indonesia.
Penulisan Skrip	Menyusun skrip video, <i>storyline</i> , dan <i>caption</i> pendukung untuk konten digital.
<i>Editing</i> Konten	Mengedit video menggunakan <i>software editing</i> untuk menghasilkan konten yang menarik, informatif, dan sesuai identitas visual Darts Indonesia.
Pengembangan Ide Kreatif	Mengikuti <i>brainstorming</i> dan merancang konsep konten meliputi <i>storyline</i> , <i>visual</i> , <i>tone</i> , dan format penyajian.
Manajemen Konten Media Sosial	Membantu penjadwalan konten, pengarsipan file video, serta memastikan konten siap tayang sesuai kalender media sosial.
Kolaborasi Tim	Berkoordinasi dengan pembimbing lapangan dan tim Social Media untuk memastikan proses produksi berjalan efektif dan sesuai target.

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)