

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini memberikan perkembangan yang sangat maju untuk semua aspek. Di era digital sekarang, sosial media sangat mempengaruhi kehidupan sekitar. Menurut website We Are Social, Penduduk di Bumi kini telah menggunakan internet dan telah mencapai lebih dari 66% dengan total pengguna global sebanyak 5,35 miliar. Pengguna internet telah bertambah sebanyak 1,8% selama 12 bulan terakhir dan adanya 97 juta pengguna baru sejak awal dari tahun 2023 (We Are Social, 2024).

Platform sosial media seperti Instagram, Youtube, Tiktok, dll, merupakan platform yang mampu untuk menguntungkan sebuah *brand* dalam mempromosikan sebuah *brand*. Media sosial adalah media yang digunakan oleh masyarakat untuk membagikan berbagai macam informasi dalam berbagai macam bentuk teks, gambar ataupun suara kepada orang lain ataupun kepada perusahaan dan sebaliknya juga (Kotler & Keller, 2016).

Dengan adanya sosial media, banyak *brand* menggunakan sosial media sebagai salah satu alat komunikasi mereka kepada audiens mereka dan sosial media juga digunakan oleh *brand* untuk membangun *personal branding*. Media sosial digunakan sebagai alat untuk memproduksi media yang menunjukkan keunggulan maupun keunikan dari *brand* tersebut (T. Carr & hayes, 2015). Oleh karena itu, sosial media bisa dimanfaatkan untuk menguntungkan sebuah *brand* dengan berbagi macam-macam konten.

Dalam proses membuat video konten untuk sosial media, video editor berperan penting untuk membuat konten terlihat menarik untuk para penonton dan video editor juga memastikan bahwa video konten tersebut mempromosikan *brand* kepada para penonton. Editing adalah sebuah proses pengolahan gambar atau video dan mencakup beberapa teknik seperti pemotongan, penyusunan ulang klip, transisi, koreksi warna, dan menyesuaikan audio agar menghasilkan video akhir yang siap untuk disajikan (Vangie Beal, 2022). Selain itu, Video Editor juga

harus memperhatikan *continuity* saat proses pengambilan video agar saat melakukan proses *editing*, video editor bisa menyesuaikan kepada kebutuhan yang dibutuhkan dan video editor juga harus mampu membuat video konten terlihat menarik untuk ditonton oleh penonton. Oleh karena itu, peran video editor dalam pembuatan sebuah video sangat penting karena video yang diedit akan berpengaruh ke hasil akhir video. Penulis memilih video editor karena ingin menguasai teknik video editing dan mempelajari sisi marketing yang ada saat mempromosikan sebuah brand melalui video konten.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Maksud dan Tujuan penulis memilih PT. Acom Digital Kreasi (Creathink Village) sebagai tempat magang untuk mendapatkan pengalaman kerja di industri kreatif yang fokus kepada periklanan dan membuat konten. Penulis juga mendapatkan ilmu untuk membuat konten dan mengedit video konten untuk mempromosikan sebuah *brand*. Seperti mengikuti tren yang sedang berlangsung dan mempelajari cara untuk bikin sebuah video konten menarik untuk ditonton oleh penonton. Penulis berharap dengan melaksanakan magang di PT. Acom Digital Kreasi (Creathink Village) dapat membuat penulis untuk belajar dan memahami cara kerja didalam industri kreatif dan juga memahami *marketing* untuk mempromosikan konten untuk sebuah *brand* dan untuk mengembangkan ide dan juga mengembangkan *skill* komunikasi dan juga *time management*. Di setiap proses penemuan tempat kerja magang, ada proses dimana penulis kesulitan untuk mencari tempat kerja magang. Untuk menemukan kerja magang dengan jobdesk yang menarik merupakan sesuatu yang susah untuk dicapai. Dengan penulis bergabung dengan PT. Acom Digital Kreasi, penulis bisa melakukan kerja praktik langsung dari apa yang dipelajari dari mata kuliah *Lens Based Media*, *Moving Image Storytelling*, *Visual Development*, dan *Film*

Marketing. Relevansi penulis sebagai video editor dengan mata kuliah yang disebut adalah penulis bisa memahami lebih maju mengenai *visual* dan cara sebuah perusahaan menjual produk sebuah *brand* melalui konten.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan sesuai ketentuan dan aturan dari Universitas Multimedia Nusantara selama 640 jam atau 100 hari 8 jam kerja. Kerja magang dilaksanakan secara *onsite* atau *work from office* selama 45 jam kerja per minggunya. Jam kerja yang ditetapkan oleh PT. Acom Digital Kreasi (Creathink Village) merupakan 8-9 jam kerja sehingga telah memenuhi ketentuan dari pihak Universitas Multimedia Nusantara. Sesuai dengan *acceptance letter*, penulis harus mengikuti program magang dengan PT. Acom Digital Kreasi dari tanggal 15 September 2025 hingga tanggal 4 Februari 2026.

Di dalam pelaksanaan kerja magang, mahasiswa juga harus mengerjakan laporan yang dibutuhkan secara salah satu syarat untuk lulus sidang magang. Selama proses kerja magang, juga terdapat bimbingan yang wajib dilakukan oleh mahasiswa dengan dosen pembimbing masing-masing. Mahasiswa harus melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing sesuai dengan jadwal yang ditentukan dengan kampus untuk membicarakan mengenai *progress* laporan mahasiswa tersebut.

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Mengikuti kegiatan Sosialisasi Magang yang diadakan di Lecture Theater pada tanggal 17 April 2025.

Pada saat kegiatan Sosialisasi Magang ini, dijelaskan bagaimana sistem magang yang diterapkan di dalam kampus Universitas Multimedia Nusantara dan para-

para dosen juga menjelaskan bahwa apa saja yang harus dilakukan mahasiswa sebelum melaksanakan sidang magang. Para dosen juga menjelaskan bagaimana cara untuk mendapatkan magang dan dimana saja para mahasiswa bisa menemukan tempat kerja magang tersebut.

2. Mengisi KRS Internship Track 1 di website myumn.ac.id.

Sebelum mengisi KRS Internship Track 1, para mahasiswa harus memastikan bahwa mereka tidak memiliki nilai D & E dan para mahasiswa harus memastikan sudah memenuhi lebih dari 90 sks. Setelah para mahasiswa telah memenuhi persyaratan yang dijelaskan saat Sosialisasi Magang, maka dari itu para mahasiswa dapat mengambil Internship Track 1 yang merupakan mata kuliah yang mewakilkan nilai magang para mahasiswa.

3. Mengajukan calon-calon Perusahaan melalui website prostep.umn.ac.id untuk mendapatkan persetujuan dari Program Studi.

Sebelum melamar ke tempat kerja magang, para mahasiswa harus melakukan registrasi dengan mengisi informasi mengenai perusahaan tersebut. Lalu, PIC dan HoD akan memberi *approval* untuk perusahaan tersebut dan memberikan KM-02 kepada para mahasiswa.

4. Setelah mendapatkan persetujuan dari Program Studi, mulai membuat *Curriculum Vitae* (CV) dan Portofolio.

Curriculum Vitae (CV) dan Portofolio merupakan sebuah hal yang dibutuhkan oleh mahasiswa untuk melamar kepada suatu tempat kerja magang. Mahasiswa membuat *Curriculum Vitae* (CV) dan Portofolio sebagai salah satu informasi yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan.

5. Pada bulan Agustus 2025, mulai mencari informasi lowongan magang di LinkedIn dan sosial media seperti *Instagram*.

Dengan era digital sekarang, sosial media sangat maju dan sangat mudah untuk mendapatkan informasi. Banyak perusahaan yang mempromosikan lowongan magang mereka di sosial media dengan harapan untuk membuka kesempatan kepada mahasiswa yang membutuhkan magang tersebut.

6. Mengirim *application letter* ke beberapa perusahaan yang sedang membuka lowongan magang.

Dalam proses pembuatan *application letter*, mahasiswa harus menyampaikan kepada perusahaan mengenai sistem magang apa yang diterapkan oleh kampus. Mahasiswa juga harus menjelaskan kenapa mereka cocok untuk magang di dalam perusahaan tersebut dan apa saja keuntungan yang bisa didapatkan oleh perusahaan tersebut ketika menerima orang magang baru.

7. Pada akhir bulan Agustus 2025, mendapatkan panggilan dari Login Communication dan mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan Portofolio kepada Benny selaku HRD dari Login Communication

Saat penulis mendapatkan panggilan dari Login Communication, penulis memberikan *Curriculum Vitae* (CV) dan Portofolio melalui email dengan harapan untuk mendapatkan panggilan wawancara bersama HRD dari Login Communication.

8. Setelah mengirim *Curriculum Vitae* (CV) dan Portofolio kepada Login Communication, mendapatkan panggilan dari HRD untuk melaksanakan proses wawancara.

HRD dari Login Communication memberikan pesan lewat email dan menjadwalkan kapan akan diadakan wawancara dan wawancara ini bersifat untuk

menguji calon orang magang mengenai kedisiplinan, tanggung jawab dan kewajiban.

9. Pada tanggal 7 September 2025, melakukan wawancara yang dilaksanakan secara *online* lewat aplikasi ZOOM.

Saat proses melakukan wawancara lewat aplikasi ZOOM, penulis diberitahukan bahwa akan dipindahkan kepada PT. Acom Digital Kreasi yang sesuai dengan jobdesk dan penulis ditanya mengenai alasan mengapa ingin magang di dalam PT. Acom Digital Kreasi dan penulis juga ditanya mengenai apa yang diharapkan dari PT. Acom Digital Kreasi untuk sang penulis.

10. Pada tanggal 11 September 2025, mendapatkan WhatsApp dari HR PT. Acom Digital Kreasi bahwa telah diterima sebagai *Video Editor Intern* di PT. Acom Digital Kreasi.

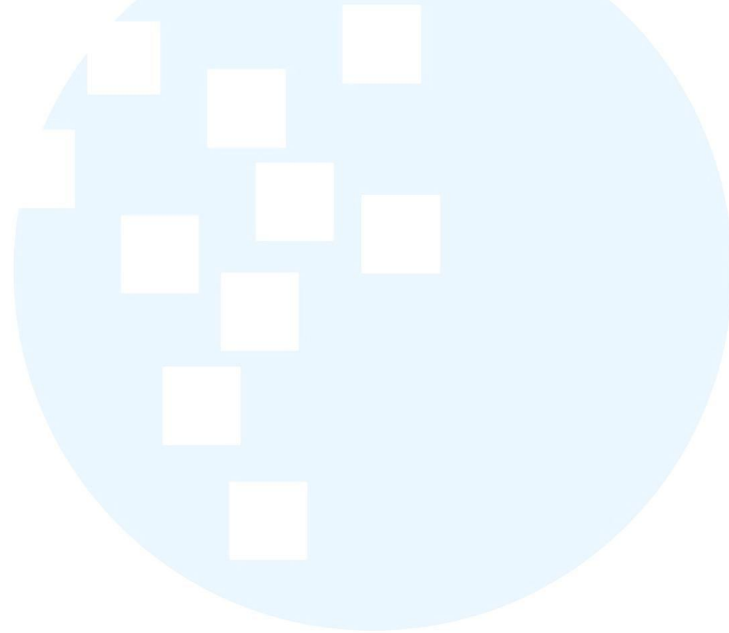
Saat penulis mendapatkan pesan melalui WhatsApp, HR dari PT. Acom Digital Kreasi memberikan beberapa informasi seperti jam masuk kantor dan jam pulang kantor beserta dengan sistem absensi yang dilakukan di dalam PT. Acom Digital Kreasi.

11. Menerima surat KM-02 dari Universitas Multimedia Nusantara melalui *e-mail student* dan mengirimkan hasil surat KM-02 kepada PT. Acom Digital Kreasi pada tanggal 15 September 2025 sebagai bukti surat pengajuan dari kampus.

Penulis melengkapi form *Registration* di website prostep.umn.ac.id dan juga memberikan *hard copy* KM-02 kepada PT. Acom Digital Kreasi sebagai sebuah bukti bahwa itu merupakan surat pengajuan dari kampus.

12. Pada tanggal 15 September 2025, mulai melaksanakan kerja magang secara *onsite* di PT. Acom Digital Kreasi sebagai *Video Editor Intern*.

Pada tanggal 15 September 2025, penulis memulai praktik kerja secara *offline* atau *work from office* di dalam PT. Acom Digital Kreasi sebagai *Video Editor Intern*. Pada hari itu, penulis berkenalan dengan semua orang yang berada di dalam lingkungan perusahaan tersebut.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA