

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif di Indonesia mengalami perkembangan pesat dan memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), sektor ekonomi kreatif menyumbang sekitar Rp 1.414,77 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2023, dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 24,92 juta orang di 17 subsektor, termasuk film, desain, musik, periklanan, seni pertunjukan, dan media digital (Widyanti, 2023). Data terbaru juga menunjukkan bahwa kontribusi sektor ini meningkat hingga Rp 1.500 triliun pada tahun 2024, menjadikannya salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi dan kreativitas di Indonesia (Sinambela, 2025).

Dalam proses produksi kreatif, *casting* menjadi salah satu tahap penting yang menentukan keberhasilan suatu karya. *Casting* tidak hanya berfungsi untuk memilih pemeran yang sesuai, tetapi juga melibatkan pertimbangan artistik, karakter, serta kesesuaian dengan visi kreatif sutradara dan produser. Menurut Johnson et al. (2016), proses *casting* merupakan kombinasi antara aspek estetika dan manajemen profesional yang berperan besar dalam membentuk kualitas naratif dan daya tarik komersial suatu produksi.

Perkembangan teknologi turut memengaruhi praktik *casting* di Indonesia. Jika sebelumnya audisi dilakukan secara tatap muka, kini proses tersebut banyak beralih ke sistem *online casting*, yang memungkinkan efisiensi waktu sekaligus memperluas jangkauan terhadap *talent* dari berbagai daerah. Salah satu contoh penerapannya adalah audisi untuk sinetron *Ikatan Cinta*, yang berhasil memperoleh tiga aktor baru secara *online* (Cicilia, 2021). Perubahan ini juga membuka peluang bagi munculnya berbagai perusahaan yang berfokus pada

layanan *casting service*, *talent management*, dan *content production*, yang menjadi bagian penting dari rantai ekosistem industri kreatif.

Dalam konteks ini, peran *production intern* menjadi semakin penting karena berfungsi sebagai penghubung antara proses kreatif dan teknis di era digital. Seorang *production intern* tidak hanya membantu memastikan kelancaran proses produksi konten, tetapi juga berperan dalam mengorganisasi *workflow*, mengelola jadwal produksi, serta memastikan hasil produksi sesuai dengan kebutuhan distribusi media sosial dan platform digital lainnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Haire dan Lobel (2022), yang menjelaskan bahwa posisi seperti *production assistant*, yang secara fungsional memiliki kesamaan dengan *production intern*, berperan penting dalam menjaga koordinasi antardepartemen, mendukung kebutuhan administratif dan logistik, serta memastikan komunikasi berjalan efektif antara tim kreatif dan tim manajemen. Dengan kata lain, posisi ini menjadi penting dalam menjaga efisiensi sekaligus mendukung adaptasi industri terhadap perubahan pola kerja dan distribusi konten di era digital.

Salah satu perusahaan yang berkontribusi dalam bidang tersebut adalah Rumah Talenta Nusantara (RTN), sebuah *multi-vertical creative house* yang mengintegrasikan talenta, acara, dan media dalam satu ekosistem kreatif terpadu. Di bawah naungan RTN terdapat beberapa unit bisnis, termasuk Agive Team, yang bergerak di bidang *casting service*, *talent agency* & KOL, serta *talent management*. Didirikan oleh Agif Edvartha, Agive Team memiliki visi untuk menjembatani kolaborasi antara kreator, brand, dan talent profesional guna menghasilkan konten yang relevan dan berkualitas tinggi.

Bagi mahasiswa yang menempuh studi di bidang film dan media, kegiatan magang di perusahaan seperti Agive Team menjadi kesempatan berharga untuk memahami dinamika industri secara langsung. Melalui pengalaman magang, mahasiswa dapat mempelajari penerapan teori produksi media dan manajemen

talent dalam situasi nyata, serta mengasah kemampuan komunikasi, koordinasi, dan profesionalitas kerja.

Dengan demikian, pelaksanaan magang di Agive Team diharapkan dapat menjadi wadah pembelajaran yang komprehensif dalam mengembangkan kompetensi profesional, memperluas jaringan industri, dan mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja di sektor kreatif yang terus berkembang.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Kegiatan magang merupakan salah satu cara bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman bekerja secara langsung di industri. Sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, magang juga menjadi salah satu syarat kelulusan yang wajib dilaksanakan. Tujuan penulis melaksanakan magang sebagai *production intern* di Agive Team antara lain sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengalaman kerja langsung di industri *casting*.
2. Mempelajari etika, sikap, dan profesionalitas dalam lingkungan kerja industri.
3. Memperluas relasi dengan para profesional yang telah berpengalaman di bidang industri *casting*.
4. Melatih kemampuan manajerial melalui keterlibatan dalam kasus dan proyek nyata di industri.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis mengetahui informasi mengenai Agive Team melalui salah satu teman yang juga sedang melaksanakan magang di sana. Setelah itu, penulis mencoba melamar melalui pesan langsung (*Direct Message*) ke akun Instagram resmi mereka, @agive.team, dan mendapatkan tawaran untuk melakukan wawancara secara langsung di kantor.

Wawancara dilaksanakan pada 22 September 2025 di kantor Agive Team yang berlokasi di Kuningan, Jakarta Selatan. Setelah wawancara, penulis diterima

untuk menempati posisi *production intern* di tim *production*, dengan fokus utama pada aspek manajerial produksi konten. Periode magang secara efektif dimulai pada 23 September 2025.

Sistem kerja di Agive Team bersifat hybrid, dengan jadwal yang disesuaikan oleh masing-masing tim. Untuk tim *production*, kehadiran ke kantor biasanya diperlukan saat terdapat kegiatan produksi seperti syuting atau pengambilan konten. Di luar kegiatan tersebut, pekerjaan dapat dilakukan secara *Work From Home* (WFH).

Tugas-tugas diberikan langsung oleh Chief Product, baik melalui rapat daring maupun komunikasi via grup WhatsApp dan *private chat*. Tanggung jawab utama penulis meliputi pengaturan alur produksi konten mulai dari tahap *development* hingga *post-production*, sebelum diserahkan kepada tim media sosial atau distribusi lainnya. Selain itu, penulis juga berperan dalam mendukung kegiatan produksi secara manajerial, seperti penyusunan dokumen, peminjaman alat, *scheduling*, dan pembuatan laporan harian (*daily report*).

Sesuai ketentuan Universitas Multimedia Nusantara, total waktu pelaksanaan magang yang harus dipenuhi mahasiswa adalah 640 jam kerja atau setara dengan 100 hari kerja dengan durasi 8 jam per hari. Penulis diterima sebagai *production intern* di Agive Team pada 22 September 2025, dan periode magang efektif dimulai pada 23 September 2025.