

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konten audio visual adalah konten yang menyampaikan informasi secara interaktif dan menarik dengan menggunakan gambar bergerak dan suara. Karena dapat menarik perhatian audiens secara cepat dan efektif, konten jenis ini sangat penting untuk pemasaran digital. Menurut Liu et al. (2022), penggunaan elemen visual dalam video sangat mempengaruhi keterlibatan konsumen dan efektivitas pesan pemasaran, terutama di platform media sosial. Konten audio visual yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan daya tarik audiens, memperkuat identitas merek, dan menyampaikan pesan dengan lebih jelas daripada hanya teks. Oleh karena itu, konten visual sekarang menjadi bagian penting dari pemasaran digital.

Dalam dunia pemasaran kontemporer, *branding* digital adalah strategi yang sangat penting untuk membangun identitas merek di internet. Sunarso et al. (2023) mengatakan bahwa *digital branding* dapat meningkatkan citra merek dan meningkatkan konversi, terutama di kalangan UMKM. Perusahaan dapat membangun hubungan emosional dengan audiens dan menciptakan identitas merek yang kuat di pasar digital melalui penggunaan konten visual yang efektif, seperti gambar, grafik, dan video. Utami et al. (2025) juga menunjukkan bahwa membuat konten video digital di media sosial dapat membantu memperkenalkan produk dan meningkatkan keterlibatan pelanggan dan kesadaran merek.

Video editing sangat penting untuk memastikan bahwa konten audio visual dapat menyampaikan pesan dengan cara yang jelas dan profesional. Ini memungkinkan penggabungan elemen visual dan audio secara optimal, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Menurut Liu et al. (2022), *video editing* yang efektif dapat menjadikan konten lebih menarik dan profesional sambil meningkatkan kualitas konten. Dalam hal *digital branding*, video yang

diedit dengan baik dapat membantu membuat video yang tidak hanya menarik tetapi juga dapat memperkuat pemahaman konsumen tentang merek perusahaan.

Penulis melanjutkan magang dalam bidang editing dan bekerja sebagai *video editor intern*. Karena peran editor sangat penting untuk menentukan kualitas akhir konten audio visual, editor bertanggung jawab untuk menyusun alur visual, menyesuaikan audio, memperjelas pesan, dan membangun kesan yang sesuai dengan identitas perusahaan. Oleh karena itu, penulis memilih untuk mengembangkan kemampuan editing selama magang. Di industri kreatif, editing adalah bidang yang menarik karena menggabungkan elemen kreatif dan teknis. Ini berarti bahwa penulis harus terampil dalam penggunaan perangkat lunak dan juga sadar akan aspek komunikasi visual. Di samping itu, kebutuhan industri terhadap konten digital yang terus meningkat untuk promosi, informasi, hiburan, dan *branding* perusahaan terus meningkat.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Tujuan dari pelaksanaan magang di PT Multi Power Aditama adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi syarat untuk kelulusan mata kuliah-
2. Memperoleh pengalaman praktis dalam pembuatan konten audio visual untuk *branding* digital di PT. Multi Power Aditama.
3. Mengaplikasikan teori yang dipelajari di kampus ke dalam praktik di dunia industri.
4. Mengembangkan keterampilan kerja tim, manajemen waktu, dan disiplin dalam proses produksi konten video.
5. Menambah wawasan di luar industri film dengan memahami penerapan konten visual dalam pemasaran media sosial dan *branding* di industri alat berat.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis Magang di Multi Power Aditama dimulai dengan teman dari Ibu penulis yang menawarkan tempat magang setelah itu penulis memberikan CV dan Portofolio kepada Divisi *Digital Branding* di Multi Power Aditama. Penulis langsung ditawarkan untuk mengikuti interview di bulan November 2025 dan setelah melewati interview beberapa minggu kemudian diterima magang di PT Multi Power Aditama sebagai *video editor intern*.

Sistem kerja yang digunakan di PT Multi Power Aditama adalah WFO atau *Work From Office*. Supervisor penulis adalah Anandito beliau adalah *Head Of Digital Branding* yang memberikan tugas setiap hari di kantor dan juga memberikan penilaian. Pak Anandito adalah supervisor sekaligus pembimbing dari penulis dalam pelaksanaan magang di PT Multi Power Aditama.

Kegiatan magang di PT Multi Power Aditama dilakukan dalam periode yang telah ditentukan oleh kampus yaitu 640 Jam. Penulis melakukan magang dari tanggal 5 Januari 2026 sampai dengan 6 Juni 2026 dengan persetujuan dari pihak *HRD* di PT Multi Power Aditama. Jam kerja di kantor dari hari Senin sampai Jumat pukul 08.00 - 17.00 WIB. Istirahat dilaksanakan pukul 12.00 sampai dengan 13.00 WIB.

