

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital membuat media sosial jadi salah satu sarana komunikasi dan promosi yang paling banyak dipakai sama perusahaan. Banyak perusahaan mulai pakai platform media sosial buat membangun *branding* dan menjangkau audiens secara lebih luas. Tren internet yang tinggi sekarang menuntut industri untuk terus memperbarui cara penyampaian pesan visual secara konstan. Dalam proses pemasaran digital, konten video terbukti jadi salah satu media yang paling efektif untuk menarik perhatian publik.

Video bisa menyampaikan informasi secara visual dan lebih mudah dipahami kalau dibandingkan dengan media teks biasa. Dalam teori komunikasi, pesan komersial yang disampaikan lewat media digital butuh strategi kreatif yang adaptif supaya bisa menyampaikan isi pesan secara efektif kepada audiens. Di industri kreatif film dan media, kerja sama antara pesan visual dan audio yang dikemas dalam bentuk konten media sosial punya peran penting untuk agensi periklanan dalam membangun kesadaran merek (*brand awareness*) yang kuat.

Eksekusi visual yang matang dan pemahaman soal estetika gambar adalah kunci utama untuk menyampaikan cerita secara menarik. Menurut Brown (2021), sinematografi dalam media digital butuh perpaduan kemampuan teknis kamera sekaligus kemampuan bercerita secara visual. Roku Studio hadir sebagai salah satu agensi digital yang aktif di bidang produksi konten media sosial. Perusahaan ini dipercaya untuk mengelola aset digital dari beberapa klien besar, termasuk Mitsubishi Heavy Industries.

Dalam proses produksinya, Roku Studio menerapkan sistem kerja paralel antara divisi operasional dan divisi produksi harian. Penulis memilih Roku Studio sebagai tempat magang untuk memahami alur kerja nyata dalam produksi konten

komersial. Di awal program magang, penulis dipercaya untuk membantu proses produksi visual bagi beberapa merek lokal yang dikelola oleh agensi. Pengalaman awal mengelola berbagai karakteristik merek ini jadi fondasi penting sebelum penulis fokus menangani kampanye digital utama.

Setelah itu, fokus kerja penulis dialihkan sepenuhnya untuk mengelola aset digital dari klien utama agensi, yaitu Mitsubishi Heavy Industries. Penulis ingin mengembangkan kemampuan teknis videografi di bawah tekanan tenggat waktu (*deadline*) industri nyata lewat proyek besar ini. Pengalaman langsung yang didapatkan dari berbagai proyek ini diharapkan bisa jadi modal utama penulis dalam membangun karier profesional ke depannya.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Kegiatan kerja magang di Roku Studio punya beberapa target pencapaian yang terstruktur untuk perkembangan akademis penulis. Tujuan utama dari program ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan wajib di Program Studi Film Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, penulis juga ingin melihat langsung alur kerja nyata produksi konten komersial di platform media sosial.

Lewat keterlibatan langsung di lapangan, penulis bermaksud mengasah keterampilan praktis dalam memakai peralatan sinematografi standar industri. Penulis juga menargetkan pemahaman yang mendalam soal pola koordinasi antara tim operasional dan tim produksi. Pengalaman kerja profesional ini diharapkan bisa meningkatkan kesiapan penulis sebelum masuk ke ekosistem industri kreatif yang dinamis.

Berdasarkan hal tersebut, tujuan pelaksanaan kerja magang secara rinci dijabarkan lewat beberapa poin utama di bawah ini:

1. Memenuhi syarat akademik program magang Universitas Multimedia Nusantara.
2. Memahami *workflow* produksi konten media sosial di *digital agency*.

3. Mengembangkan kemampuan teknis videografi dalam proses produksi konten digital.
4. Mempelajari proses koordinasi antara tim operasional dan tim produksi.
5. Menambah pengalaman kerja profesional dalam industri kreatif digital.
6. Memahami proses produksi konten untuk kebutuhan *branding* perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Kegiatan magang industri ini dilaksanakan di kantor Roku Studio yang berlokasi di daerah Tangerang. Proses belajar di lingkungan kerja profesional ini berlangsung selama kurang lebih empat bulan penuh. Selama periode kerja tersebut, penulis secara resmi ditempatkan sebagai *Videographer Production Intern* di divisi lini produksi.

Prosedur penerimaan magang diawali dengan mencari informasi lowongan lewat jaringan kemitraan kampus dan media sosial. Penulis kemudian mengirim berkas administrasi berupa riwayat hidup ringkas (CV) beserta tautan portofolio karya sinematografi yang pernah dibuat. Setelah lolos kurasi berkas, penulis mengikuti tahap wawancara kompetensi teknis bersama pimpinan dari pihak agensi. Penulis mulai melaksanakan tugas harian setelah menerima surat pernyataan penerimaan resmi dari manajemen Roku Studio.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A