

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Roku Studio merupakan sebuah perusahaan agensi sosial media yang berbasis *sales oriented* yang berada di Kota Tangerang. Untuk meningkatkan *awareness* kepada *audience* sesuai dengan *brand* yang dikerjakan Roku Studio. Pada saat Roku Studio dibangun pada tahun 2019 sebenarnya merupakan sebuah agensi sosial media yang menjual konten berbentuk desain grafis sebagai produk utamanya. Namun sejak awal tahun 2023 Roku Studio menambahkan jasa produksi konten berbasis video dikarenakan *demand* dari *brand* yang cukup banyak. Seiring berjalannya waktu, Roku Studio telah mendapatkan client yang cukup banyak sehingga ada kebutuhan untuk memproduksi video dengan cepat dan memaksa Roku Studio untuk membuat alur kerja yang lebih cepat.

Di Indonesia saat ini sedang mengalami pertumbuhan ekonomi digital yang pesat. Didorong secara signifikan oleh sektor video *commerce*, dengan nilai transaksi yang diperkirakan mencapai Rp43,4 triliun pada tahun 2025 (Brenda & Ranti, 2025). Format video, terutama pada video berdurasi pendek atau *Short-form Video*, telah menjadi pilar utama dalam sistem pemasaran digital dikarenakan kemampuan video dalam mendapatkan perhatian dan mendominasi algoritme media sosial (AnyMind, 2025). Di sisi lain, perilaku konsumen Indonesia kini lebih tertarik dengan konten visual yang bersifat otentik dan bercerita, daripada iklan studio yang terlalu dipoles, sehingga mendorong agensi kreatif menghasilkan karya yang lebih relevan (Cube, 2025).

Pilihan penulis untuk magang sebagai *intern videographer production* disebabkan karena kebutuhan sebagai agensi yang memproduksi konten dalam bentuk video. Video yang dimaksud adalah sebuah kumpulan gambar yang disusun dan ditampilkan dengan cepat sehingga membentuk ilusi gerakan audio dan visual.

Seperti yang dijelaskan oleh Bordwell (2016), format audio visual berupa video dapat digunakan untuk menyampaikan narasi, ide, atau pesan tertentu (Bordwell et al., 2016, hlm. 6-10).

## **1.2 Maksud dan Tujuan Magang**

Maksud dan tujuan penulis memilih untuk magang di Roku Studio sebagai *videographer* magang adalah memperbanyak wawasan dan pengalaman mengenai produksi konten yang baik untuk dijadikan portofolio yang lebih baik.

Penulis juga ingin mengetahui lebih banyak mengenai proses produksi konten video yang ditujukan untuk tujuan *sales*. Serta memahami bagaimana ide-ide yang digambarkan melalui video dapat dinikmati atau bahkan memikat pasar dari *brand* tertentu. Serta membantu jalannya produksi konten video dari Roku Studio hingga memproduksi konten yang lebih baik dan lebih banyak.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang**

Penulis mendapatkan lowongan magang dimulai dari kenalan penulis yang sudah bekerja di Roku Studio. Kemudian, penulis mengirimkan CV dan portofolio ke *email* perusahaan untuk ditinjau lebih lanjut oleh perusahaan. Penulis langsung ditawarkan untuk mengikuti proses wawancara oleh *Creative Director* yang berlaku sekaligus menjadi CEO. Wawancara ini melibatkan proses pengenalan diri, penjelasan isi portofolio, hingga berlanjut ke tes pengetahuan kamera dan praktek *editing* penulis. Setelah proses wawancara, penulis langsung diterima sebagai *intern videographer* di perusahaan Roku Studio.

Sistem kerja yang diterapkan dalam perusahaan Roku Studio adalah WFO atau *Work From Office*. Kegiatan magang di perusahaan Roku Studio dilakukan dalam periode yang telah ditentukan oleh kampus, yaitu 640 jam. Penulis memulai magang dari tanggal 1 September 2025 sampai dengan 15 Desember 2025. Penulis berkerja dari hari Senin sampai Jumat jam 09.00-18.00 dengan jam istirahat dari jam 12.00-13.00.