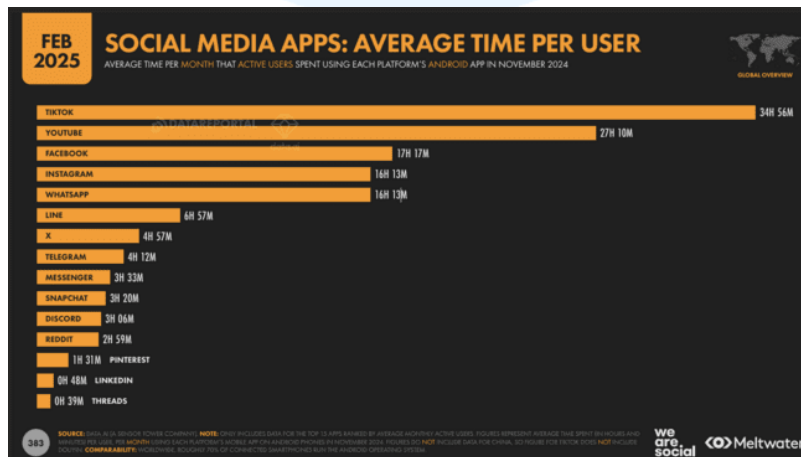


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut pendapat dari Syafira, dkk (2025) sosial media merupakan salah satu media tercepat pada era sekarang ini baik melalui penyampaian informasi secara hiburan ataupun penyampaian informasi yang bersifat formal sekalipun. Sosial media sangat cepat berkembang karena seluruh pengguna internet dapat dengan mudah untuk menyebarkan suatu informasi. Oleh sebab itu, sosial media dianggap sebagai salah satu wadah komunikasi yang praktis karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Berdasarkan data yang ada ditunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara yang menduduki peringkat 10 besar dalam penggunaan media sosial dan berdasarkan data tersebut tentu memperlihatkan kita bahwa Sebagian besar masyarakat di Indonesia menerima informasi melalui media sosial (United Nations & Kepios, 2025).



Gambar 1.1 Gambar Data Pengguna Social Media 2025

Sumber: (United Nations & Kepios, 2025)

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa sosial media tidak hanya digunakan sebagai media hiburan saja namun juga sebagai wadah untuk menyampaikan pesan yang informatif dan menjadi salah satu media komunikasi yang mudah untuk menyampaikan suatu informasi. Di dalam sosial media, tentu juga ada orang-orang yang membuat setiap konten baik secara gambar atau video. Disini lahirlah seorang yang bekerja sebagai *Content Creator*. Secara garis besar, peran dan tanggung jawab seorang *Content Creator* cukup kompleks karena pekerjaannya mencakup membuat content planner/mapping, melakukan riset konten, meningkatkan exposure suatu brand/produk, hingga mengatur strateginya secara langsung agar dapat meningkatkan eksposur dari produk yang sedang ingin di highlight melalui video yang akan dibuat serta di unggah di media sosial (Fitra Nabila & Winarti, 2023).

Dari segi audio visual, konten digital tidak dipandang hanya sebagai sarana komunikasi saja, namun juga sebagai bentuk penyatuan berbagai elemen teknis yang mencakup komposisi gambar, pencahayaan, warna, pergerakan kamera, musik latar, efek suara, dan lain sebagainya. Semua elemen yang terkandung tersebut dibuat untuk menciptakan pengalaman menonton yang mampu merangsang respons visual dan auditori penonton. Ketika visual yang ditampilkan menarik tentu akan membuat penonton menangkap informasi dengan lebih mudah dan dengan kualitas audio yang jelas juga akan membantu telinga dalam memahami pesan yang disampaikan sehingga tentunya meningkatkan efektivitas komunikasi.

Salah satu teknik yang cukup penting untuk mendapatkan atensi penonton adalah dengan penggunaan teknik *handheld camera movement*. *Handheld camera movement* adalah teknik dalam sinematografi yang memanfaatkan gerakan alami tangan operator ketika memegang kamera. Teknik ini tentu berbeda dengan kamera yang dipasang pada tripod, gimbal atau sejenisnya, teknik *handheld* bertujuan untuk menciptakan kedekatan secara emosional, membangun ketegangan, dan dapat memberikan kesan spontan dan natural.

Unsur lain yang mendukung untuk mendapatkan atensi penonton adalah dengan memahami dan memfokuskan diri sebagai *creator* untuk menaruh elemen visual secara sengaja dan yang ditata di dalam sebuah frame (*Mise En Scene*). Unsur *Mise En Scene* terbagi menjadi beberapa bagian yang meliputi *lighting, costume & makeup, staging/performance*, dan setting (lokasi, dekorasi, dan property).

*Mise En Scene* menjadi elemen dasar yang penting karena pembentukan makna secara visual dalam sebuah gambar dapat dilihat melalui unsur-unsur *Mise En Scene* yang ditampilkan. Alasan utama mengapa *Mise En Scene* penting untuk diperhatikan adalah karena *Mise En Scene* dapat menyampaikan cerita secara visual, mengarahkan fokus penonton, meningkatkan kualitas estetika, hingga membangun suasana atau emosi dalam video (Bordwell & Thompson, 2023).

Dalam dunia yang serba cepat ini, tentu media sosial juga menjadi tempat persaingan dalam dunia *content creation*, perusahaan tentu dituntut untuk menghasilkan konten audio visual yang tidak hanya kreatif saja namun juga memiliki kualitas dari segi teknis yang baik. Ketika sebuah konten mampu menoptimalkan unsur audio visual dalam setiap videonya maka akan lebih mudah bagi audiens atau penonton dalam memperhatikan konten di dalamnya bahkan juga bisa menciptakan interaksi dan memperdalam *brand awareness*. Oleh dasar tersebut, teknik produksi audio visual menjadi salah satu aspek terpenting dalam strategi pembuatan konten digital.

Seorang *Content Creator* bertugas dan bertanggung jawab dalam menyusun serta mengelola materi yang akan dipublikasikan di media sosial. Perannya mencakup dari tahap perencanaan, riset ide konsep, pra-produksi, produksi, pasca-produksi, hingga evaluasi agar konten yang dibuat sesuai dengan tujuan perusahaan. Selain itu pekerjaan ini penting dan dibutuhkan karena diharuskan untuk memahami tren terkini (di zaman modern sekarang ini) dan mengelaborasikannya dengan brand/produk perusahaan. Itulah sebabnya dibutuhkannya pekerjaan ini di zaman dunia yang serba digital sekarang ini terutama dalam mempromosikan suatu produk agar penyampaian komunikasi dengan pelanggan selain bisa menjadi lebih efektif dan efisien juga dapat

menjangkau pasar yang sangat luas dalam skala global dengan peran maksimal seorang *Content Creator*, sehingga diharapkan dengan perannya dapat meningkatkan brand awareness sekaligus kinerja penjualan di dalam sebuah perusahaan (Yanny, 2023).

Perusahaan Rojo Fox merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang elektronik dan memanfaatkan media digital sebagai aspek utama di dalam pembuatan konten karena produk-produknya sangat relevan dengan perkembangan industri digital yang semakin kompetitif di zaman modern sekarang ini. Alasan Penulis memilih Perusahaan Rojo Fox sebagai tempat magang adalah karena produk yang dipasarkan berkaitan sangat erat dengan media sosial ataupun aktivitas digital yang juga tentunya membutuhkan strategi komunikasi yang kreatif untuk mengembangkan ide-ide konten yang lebih menarik, informatif, dan variatif sehingga proses magang yang dilakukan penulis dapat menjadi sebuah pembelajaran aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan industri pada era modern saat ini.

Kemudian, landasan lainnya adalah karena penulis memiliki minat yang besar pada pembuatan konten-konten digital terutama pada konten-konten yang berhubungan dengan produk elektronik yang menjelaskan mengenai pemahaman terkait fitur, manfaat, dan penyampaian informasi yang efektif dan efisien kepada penonton. Oleh sebab itu, penulis memandang Perusahaan Rojo Fox sebagai sebuah perusahaan yang tepat untuk mengembangkan minat dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Selain itu, melalui program magang di Perusahaan Rojo Fox ini penulis berharap dapat lebih dalam untuk memahami mengenai tugas dan tanggung jawab seorang *Content Creator* dalam membuat, menyusun, dan mengelola strategi konten yang tidak hanya menarik dari segi visual, namun juga mampu mendukung tujuan pemasaran perusahaan.

Selain itu, Penulis juga ingin mengembangkan standar di bidang sosial media secara lebih profesional agar diharapkan produk-produk yang dijual oleh perusahaan dapat bersaing dengan produk pesaing karena penulis melihat adanya

persaingan yang sangat ketat di dalam dunia digital serta menuntut setiap pembuat konten untuk terus beradaptasi dari tren yang ada di media sosial. Sehingga diharapkan melalui keterlibatan penulis secara langsung di dalam tim, penulis berharap dapat mempelajari dan memahami proses perencanaan konten, produksi konten, editing konten, pengelolaan akun media sosial, hingga menganalisis konten berdasarkan engagement rate dari produksi konten yang telah dibuat. Oleh sebab itu, diharapkan dari pengalaman magang ini dapat menjadi modal bagi penulis dalam meningkatkan kemampuan strategis hingga teknis pada pembuatan konten digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Penulis ingin memberikan kontribusi nyata dan berperan aktif dalam mendukung peningkatan brand awareness serta memaksimalkan kinerja penjualan dari pembuatan konten digital yang didasari strategi yang matang, riset yang mendalam, visual yang menjual, hingga hasil video yang menarik. Dengan demikian, melalui kegiatan magang ini diharapkan dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak baik bagi pengembangan keahlian penulis maupun bagi pencapaian penjualan yang menjadi target dari Perusahaan Rojo Fox.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Magang**

Perusahaan yang menjadi tempat penulis magang merupakan Perusahaan Rojo Fox. Perusahaan ini merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang elektronik dan memanfaatkan media digital sebagai aspek utama di dalam pembuatan konten produk-produknya sehingga sangat relevan dengan perkembangan industri digital yang semakin kompetitif di zaman modern sekarang ini. Tujuan penulis melamar dan melakukan magang di perusahaan ini dikarenakan penulis ingin mengetahui bagaimana peran seorang *Content Creator* dalam meningkatkan kinerja penjualan suatu produk di perusahaan. Kemudian, penulis juga ingin turut berpartisipasi dalam membantu meningkatkan kinerja penjualan tersebut melalui peran penulis sebagai *Content Creator*.

Maksud dari pelaksanaan magang di Perusahaan Rojo Fox sebagai *Content Creator Intern* ini adalah sebagai bentuk pemenuhan/penyelesaian dari program Career Acceleration Program Track 1 di Universitas Multimedia Nusantara sekaligus untuk memperdalam keahlian baik secara *hardskill* maupun *softskill* penulis secara langsung dalam bidang sosial media melalui pengalaman kerja secara langsung di lingkungan industri digital. Kemudian, melalui kegiatan magang ini penulis juga ingin menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam praktik kerja secara nyata dengan berkontribusi pada perusahaan, serta memahami secara langsung proses pembuatan konten baik dari pra-produksi, produksi, pasca-produksi, hingga evaluasi kinerja video yang telah diunggah di sosial media.

Adapun tujuan dari pelaksanaan magang di Perusahaan Rojo Fox meliputi:

- Memenuhi persyaratan kelulusan dari program Career Acceleration Program Track 1 di Universitas Multimedia Nusantara.
- Memperdalam pengalaman kerja sebagai *Content Creator* (ranah kreatif) terutama di dalam pembuatan konten-konten digital yang berfokus pada peningkatan kinerja penjualan produk perusahaan.
- Memperdalam *soft skill* yang meliputi manajemen waktu yang baik, kedisiplinan, komunikasi, dan *hard skill* yang meliputi penyusunan strategi pembuatan konten, pengelolaan akun media sosial, hingga menganalisis performa dari konten-konten yang telah di upload.
- Memberikan kontribusi maksimal kepada perusahaan melalui pembuatan dan pengelolaan konten yang relevan, kreatif, dan menyesuaikan konten tersebut dengan karakter audiens, sehingga diharapkan dapat meningkatkan brand awareness hingga kinerja penjualan produk perusahaan.

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

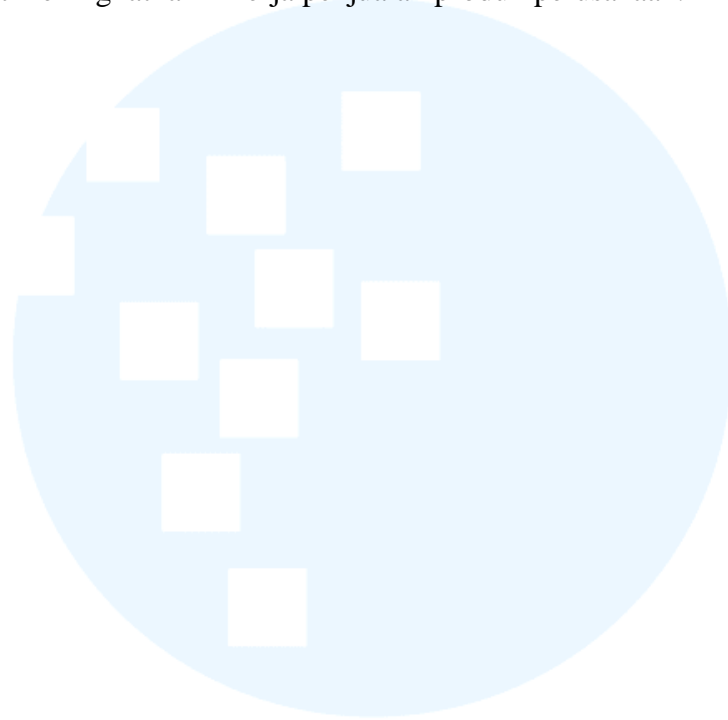
Perusahaan yang penulis tetapkan sebagai tempat magang penulis adalah Perusahaan Rojo Fox. Sebelum melamar, penulis menyiapkan dan memastikan

bahwa setiap dokumen penting seperti CV dan Portofolio sudah lengkap dan dipersiapkan dengan baik. Kemudian penulis melamar melalui Aplikasi “Glints” dengan membuat cover beserta CV dan Portofolio kepada Perusahaan secara langsung melalui chat. Setelah beberapa hari mengirim pesan lamaran magang kepada perusahaan tersebut, penulis menerima chat di WhatsApp pada tanggal 20 November 2025 dan diberitahukan bahwa penulis lolos ke tahap selanjutnya yaitu Interview dengan HRD perusahaan pada tanggal 21 November 2025.

Setelah melakukan interview dengan HRD perusahaan, penulis harus mengikuti Technical Test untuk membuat video pendek yang berdurasi 30-50 detik sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh perusahaan dan meriset 3 tautan/link konten viral yang relevan dengan produk perusahaan serta menganalisanya. Kemudian pada tanggal 24 November penulis mengirimkan hasil video yang dibuat beserta tugas-tugas lainnya yang diminta dan pada tanggal 25 November 2025 penulis diberitahukan bahwa penulis lolos tahap Technical Test dan lanjut ke tahap Interview offline dengan User pada hari Kamis, 27 November 2025. Setelah melakukan Interview dengan User, keesokan harinya (28 November 2025) penulis diberitahukan bahwa penulis lolos dan diterima untuk magang sebagai *Content Creator Intern* serta mendapat *Offering Letter* pada tanggal 1 Desember 2025.

Penulis melaksanakan kegiatan magang di Perusahaan Rojo Fox selama periode yang ditetapkan oleh pihak perguruan tinggi yaitu Universitas Multimedia Nusantara yaitu selama satu semester akademik, dihitung sejak awal hingga berakhirnya masa magang yang sesuai dengan masa kontrak yang berlaku. Penulis memulai magang pada hari Senin tanggal 15 Desember 2025. Selama masa periode magang tersebut, penulis menjalani kegiatan magang secara rutin pada hari Senin – Jumat dan pada jam 08.30 WIB – 17.30 WIB (9 jam Kerja). Namun di tengah masa magang, penulis juga mengambil satu kelas mata kuliah pada hari rabu untuk memenuhi jumlah SKS yang harus dituntaskan pada semester ini, oleh sebab itu terjadi perubahan jadwal mulai dari tanggal 2 Februari 2026 magang yang menjadi hari Senin, Selasa, Kamis, dan Jumat dan pada jam 08.30 WIB – 20.00 WIB. Waktu pelaksanaan magang tersebut dimanfaatkan oleh penulis untuk bekerja maksimal di

dalam tim media sosial untuk berfokus pada strategi pembuatan konten yang kreatif, inovatif, dan mengikuti tren yang ada agar diharapkan dari konten yang dibuat dapat meningkatkan kinerja penjualan produk perusahaan.



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA