

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media sosial kini menjadi saluran pemasaran utama karena digunakan oleh sebagian besar masyarakat global. Datareportal (2026) mencatat 5,79 miliar pengguna media sosial pada Juli 2025, atau 69,8% populasi dunia, menjadikannya *platform* potensial untuk promosi konten video. Pemasaran melalui media sosial efektif meningkatkan keterlibatan konsumen, kesadaran merek, dan niat pembelian, terutama di negara berkembang dengan pertumbuhan internet pesat (Zeqiri et al., 2025). Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi dan pemasaran efektif bagi perusahaan hingga kreator konten.

Dari media sosial, ada istilah yang disebut sebagai *creator economy*. *Creator economy* yaitu tempat bagi *influencer* dan kreator untuk menjadikan konten digital sebagai sumber penghasilan (Peres et al., 2023). *Platform* seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya dipakai untuk berbagi konten, tetapi juga untuk membangun identitas dan nilai komersial kreator (Peres et al., 2023). Melalui kolaborasi *brand*, iklan, dan dukungan audiens, konten dapat berubah menjadi pendapatan nyata (Peres et al., 2023). Karena itu, media sosial kini menjadi ruang kerja kreatif yang penting bagi *influencer* (Peres et al., 2023).

Dalam *creator economy*, *videographer* memiliki peran awal yang penting karena bertanggung jawab atas pengambilan gambar, komposisi visual, pencahayaan, dan pergerakan kamera agar konten sesuai dengan kebutuhan storytelling (Widarti, 2021). Kualitas hasil rekaman menjadi dasar utama bagi *influencer* untuk membangun daya tarik visual dan menjaga kredibilitas konten di media sosial (Widarti, 2021). Pada platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, visual yang kuat sangat membantu konten tampil lebih relevan dan kompetitif (Peres et al., 2023). Oleh karena itu, *videographer* tidak hanya merekam gambar, tetapi juga menerjemahkan ide kreatif menjadi materi visual yang siap diolah.

Selain proses pengambilan gambar, tugas *videographer* juga dapat mencakup penyusunan alur visual dan editing awal agar *footage* yang dihasilkan siap digunakan menjadi konten yang utuh (Widarti, 2021). Dalam praktik konten *influencer*, *videographer* kerap merangkap sebagai *editor* untuk memastikan hasil rekaman, ritme visual, dan susunan narasi tetap selaras dengan konsep video yang akan tayang di media sosial (Rizka Della, 2023). Peran ini penting karena konten kreator digital memerlukan hasil visual yang tidak hanya menarik saat direkam, tetapi juga efektif setelah diolah menjadi cerita yang padu (Widarti, 2021). Dengan demikian, *videographer* memiliki kontribusi langsung dalam membentuk kualitas akhir konten sebelum masuk ke tahap publikasi.

Penulis memilih magang di industri *Creative Agency* untuk mengasah *skill videography* dan *editing* secara bersamaan dan juga untuk mempelajari cara kerja dari industri di luar film. PT. ARUTALA SEDAYA ABADI (Taste Narrative) adalah contoh perusahaan yang mengembangkan *influencer* melalui *Creative Agency*-nya. Taste Narrative merupakan *Content Power House* dengan program spesifik (*Podcast*, *Chef Trip*, *Digital Campaign*, dan *Industry Gathering*) yang fokus pada informasi industri F&B (*Food & Beverage*) dan *lifestyle*. Penulis memilih perusahaan ini untuk mempelajari *workflow videographer* dan *editor* di *creative agency* secara *profesional*, serta teknik *editing* yang meningkatkan *engagement influencer* di media sosial. Oleh karena itu, *Creative Agency* adalah tempat magang relevan untuk pengembangan kemampuan dan tujuan karir penulis.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Tujuan dilaksanakannya magang adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh pengalaman secara langsung di dunia kerja dengan menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan pada proses produksi konten di *Creative Agency*.

2. Mempelajari penerapan video editing secara profesional dalam pemasaran digital, meningkatkan keterampilan teknis dan kreatif, serta memperoleh pengalaman langsung dalam pembuatan konten untuk media sosial.
3. Meningkatkan keterampilan kerja profesional seperti kerja sama tim, *workflow* video editing, manajemen waktu dan disiplin.
4. Menambah wawasan di luar industri film agar bisa terampil di berbagai bidang lainnya seperti peningkatan engagement influencer di media sosial.
5. Memenuhi salah satu syarat kelulusan mata kuliah magang yang diwajibkan oleh program studi, sehingga kegiatan ini dapat menjadi bagian penting dari capaian akademik penulis.

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

Penulis mulai proses pencarian lowongan magang pada bulan Desember 2025 dengan mengajukan lamaran ke beberapa perusahaan dari berbagai industri, termasuk film, otomotif, dan creative agency. Perusahaan yang dilamar mencakup Indonesian Cinematographers Society, Prestige Motors, Ivan's Motor, Ourtale, Summertime Studio, Aidea Indonesia, serta Putih Agency. Dari seluruh lamaran tersebut, sebagian mendapat respon tidak adanya lowongan magang, sementara yang lain tidak mendapat respon. Untuk melanjutkan program magang kuliah, penulis terus mencari alternatif perusahaan lain hingga akhirnya menemukan bahwa Taste Narrative membuka lowongan untuk posisi videographer & editor. Sejak itu, penulis secara resmi menjalani kegiatan magang di Taste Narrative dengan jadwal kerja di kantor dari pukul 09:00 WIB hingga 17:00 WIB.

Penulis berhasil diterima magang di Taste Narrative karena rekomendasi dari teman dan penemuan lowongan dari website Glints, dimana perusahaan tersebut membuka lowongan magang untuk videographer dan editor. Penulis segera mengirimkan lamaran lengkap berupa CV dan portofolio. Taste Narrative memberikan respons melalui WhatsApp untuk melanjutkan ke tahap interview secara online, diikuti dengan assignment guna menilai kemampuan penulis. Setelah assignment diserahkan, Dyas Zhahfran sebagai *Creative Director* Taste Narrative

mengonfirmasi bahwa penulis diterima untuk memulai proses magang pada tanggal 26 Januari 2025.

Sistem kerja pada kantor Taste Narrative adalah WFO atau *Work From Office*. Supervisor penulis adalah Dyas Zhahfran, tetapi penulis juga ada pembimbing pada proses editing yaitu Akbar Fachrezi, selaku *videographer* dan juga *editor* di Taste Narrative, yang bertanggung jawab untuk menjaga standar output produksi konten. Pembimbing ini berperan penting untuk memberikan arahan kerja terkait proses editing kepada penulis selama magang di Taste Narrative.

Kegiatan magang di Taste Narrative dilaksanakan selama periode 6 bulan, meskipun persyaratan kampus hanya mensyaratkan akumulasi 640 jam kerja yang setara dengan 3-4 bulan. Periode magang dimulai pada 26 Januari 2026 dengan persetujuan kontrak resmi dari perusahaan dan berakhir pada 25 Juli 2026. Jadwal kerja standar berlangsung dari Senin hingga Jumat, pukul 09:00 WIB hingga 17:00 WIB, dengan kemungkinan penyesuaian di luar jam kerja apabila terdapat jadwal produksi khusus.

