BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan yang signifikan dalam strategi komunikasi pemasaran perusahaan. Saat ini, konten visual menjadi salah satu sarana utama dalam membangun citra perusahaan, meningkatkan *engagement*, dan menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif. Dalam konteks industri khususnya pada sektor tanaman hias seperti bunga anggrek, pemanfaatan konten yang kreatif menjadi semakin penting untuk memperkenalkan produk secara menarik di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Konten digital memiliki fungsi sebagai sarana komunikasi pemasaran yang mampu meningkatkan interaksi konsumen, membangun citra perusahaan, serta menarik audiens melalui penyajian visual yang menarik (Karimah et al., 2025)

PT Wilis Agro Lestari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang florikultura yang berfokus pada budidaya dan pemasaran tanaman anggrek bulan yang memiliki potensi dalam pengembangan strategi *branding* berbasis digital. Florikultura sendiri merupakan cabang dari hortikultura yang berfokus pada budidaya tanaman hias, mulai dari proses pembibitan, perawatan, hingga pemasaran (NC State Extension, 2026). Keindahan visual bunga anggrek bulan, dan proses budidaya menjadi aset utama yang dapat diolah menjadi konten kreatif. Namun, potensi tersebut memerlukan pengelolaan yang tepat melalui peran *content creator* yang mampu mengemas informasi menjadi konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan tren media digital yang sedang berlangsung. Menurut Kurnia et al. (2025), kualitas konten digital memiliki pengaruh terhadap peningkatan *brand awareness*, yang pada akhirnya juga berdampak pada peningkatan minat pembelian konsumen.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Melalui kegiatan magang, penulis melihat bahwa posisi sebagai *content creator* memberikan kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan di bidang produksi konten yang sudah dipelajari selama perkuliahan, khususnya dalam aspek visual, dan storytelling. Selain itu, peran ini juga relevan dengan perkembangan industri kreatif yang semakin berkaitan dengan berbagai sektor bisnis. Dengan terlibat langsung dalam proses pembuatan konten, penulis dapat belajar dan memahami bagaimana sebuah brand dibangun dan dikomunikasikan kepada publik melalui media sosial.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Maksud dan tujuan penulis melaksanakan program kerja magang sebagai *content creator,* untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara. Di samping itu penulis juga memiliki beberapa tujuan dan maksud yang ingin di capai melalui kegiatan magang, antara lain sebagai berikut :

1. Mendapatkan pengalaman kerja dan lingkungan kerja yang sesungguhnya di bidang kreatif.
2. Meningkatkan kemampuan kreativitas dan *storytelling* visual dalam menghasilkan konten yang menarik, dan informatif.
3. Mengasah *soft skill* dan *hard skill* agar tetap melatih abilitas pekerja magang agar tetap dapat relevan dengan perubahan dan perkembangan zaman.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Pada awalnya penulis mendapatkan informasi tempat magang dari saudara yaitu Wilis Agro yang membutuhkan mahasiswa magang di bidang *creative.* Kemudian penulis mencoba untuk mengirimkan CV beserta portofolio kepada perusahaan tersebut pada tanggal 27 Januari 2026. Setelah menunggu 1 minggu penulis mendapatkan chat WhatsApp bahwa penulis diterima untuk magang di perusahaan Wilis Agro. Periode penulis bekerja di perusahaan Wilis Agro dari tanggal 3

Februari 2026 sampai dengan tanggal 29 Mei 2026. Sebelum melaksanakan magang penulis mendapatkan informasi jam masuk dan jam pulang serta berapa hari waktu kerja. Informasi yang penulis dapat adalah bahwa anak magang diperkenankan untuk masuk dari hari Senin – Jumat dari pukul 08.00 – 17.00. Tetapi dalam seminggu terdapat satu hari penulis akan diwajibkan ikut pergi ke Subang atau Sukabumi untuk melakukan pengambilan video disana hingga selesai.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA