

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan transformasi digital saat ini mendorong organisasi untuk terus beradaptasi dari sisi sosial maupun ekonomi. Salah satu adaptasi tersebut yaitu adanya pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi kerja dan memperbaiki sistem komunikasi (Vărzaru & Bocean, 2024). Dalam industri kreatif, perubahan ini cukup terasa terutama dalam cara perusahaan berkomunikasi dengan audiensnya. Media sosial kini menjadi salah satu sarana utama yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi dan berinteraksi secara luas tanpa batasan geografis (Daly et al., 2024). Berdasarkan data Februari 2025, jumlah pengguna aktif media sosial telah mencapai 5,24 miliar atau lebih dari 63% populasi di dunia, yang menunjukkan besarnya potensi platform sebagai media pemasaran dan sarana membangun komunikasi dengan audiens.

Salah satu bentuk konten yang banyak digunakan dalam pemasaran digital adalah *video*. *Video* dinilai efektif karena mampu menyampaikan pesan secara singkat, jelas, dan menarik (Farsangi, 2021). Tidak hanya untuk promosi tetapi *video* juga dapat dimanfaatkan untuk memberi informasi, hiburan, hingga dapat mengedukasi audiens. Karena itulah banyak perusahaan mengandalkan *video* sebagai media untuk menyampaikan pesan brand dan membangun kedekatan emosional dengan konsumen. Berbagai jenis *video* seperti *video* promosi, tutorial dan dokumentasi kegiatan mampu meningkatkan kepercayaan audiens dan mendorong keputusan pembelian.

Dalam sebuah *digital agency*, *video editor* memiliki peran penting dalam proses produksi konten. Tugas utama seorang *video editor* adalah mengolah *video* mentah menjadi *video* yang menarik. Proses editing meliputi pemilihan *footage*, pengaturan warna, penambahan audio, dan penggunaan efek visual untuk mendukung pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, *video editor* juga

menyesuaikan durasi konten dengan karakteristik tiap platform digital dan menambahkan elemen pendukung, seperti subtitle, agar informasi dapat tersampaikan dengan lebih jelas.

1.2 Tujuan Kerja

Tujuan penulis dalam mengambil magang sebagai *video editor* di *Wink Of Winner Agency* adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan pengalaman kerja secara langsung di lingkungan profesional.
2. Meningkatkan kemampuan *soft-skill* seperti manajemen waktu, komunikasi, dan kerja sama tim.
3. Meningkatkan *hard-skill* dalam menggunakan program edit *video* seperti *Capcut, After Effect, Canva, Adobe Illustator, Adobe Photoshop*.
4. Memahami proses pembuatan konten digital untuk kebutuhan promosi di media sosial
5. Memenuhi syarat kelulusan dari program studi Desain Komunikasi Visual.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan di *Wink Of Winner Agency*. Kegiatan magang ini memiliki total durasi 640 jam kerja sesuai dengan kebutuhan kampus. Proses pengajuan magang dilakukan pada 19 sampai 23 Januari 2026

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Penulis melaksanakan kegiatan di *Wink Of Winner Agency* selama enam bulan, yaitu 2 Februari 2026 hingga 2 Agustus 2026. Dalam waktu tersebut, penulis masuk kerja lima hari dalam seminggu dari hari senin sampai jumat dengan jam kerja yang dimulai jam 08.30 - 17.30 WIB. Kegiatan magang di *Wink Of Winner* dilaksanakan secara offline atau bekerja secara langsung di kantor. Kantor *Wink Of Winner* sendiri beralamat di Jalan Menteng *Studio* loft, menteng *Village Menteng Loft* No.19, Gading Serpong, Tangerang, Banten 15810.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Proses magang diawali ketika penulis menemukan informasi lowongan magang melalui aplikasi *Glints* pada tanggal 19 Januari 2026. Setelah itu, penulis mengajukan permohonan tempat magang melalui *website Pro-Step UMN* untuk mendapatkan persetujuan dari pihak universitas. Setelah pengajuan magang disetujui, penulis langsung mengirimkan lamaran sebagai *video editor* ke perusahaan pada tanggal 20 Januari 2026. Pada hari yang sama, penulis menerima pesan melalui *WhatsApp* dari pihak *Human Resources* yang menyatakan bahwa penulis lolos ke tahap wawancara. Wawancara dilaksanakan pada tanggal 21 Januari 2026 secara *online* melalui *Google Meet* yang dihadiri oleh *Human Resources* dan pihak *user* dari perusahaan. Setelah melakukan wawancara, pada tanggal 22 Januari 2026 penulis dinyatakan diterima sebagai *video editor internship*. Tahap berikutnya yaitu melengkapi administrasi seperti tanda tangan kontrak dan mengisi informasi kantor dan *supervisor* pada sistem *Pro-Step UMN*. Setelah semua proses selesai penulis di informasikan bahwa kegiatan magang akan dimulai pada tanggal 2 Februari 2026.

