

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Perkembangan konten video telah mengalami perubahan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, yang dipicu oleh kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Para ahli memperkirakan bahwa video akan terus menjadi bentuk konten yang dominan di dunia digital. Kontributor senior Forbes, memperkirakan bahwa pada tahun 2022, konten audiovisual, khususnya video, akan menyumbang 82% dari total konten di media daring dan media sosial (McCue, 2022). Dominasi video ini didukung oleh peningkatan aksesibilitas dan kualitas produksi video yang semakin baik, serta popularitas format video pendek yang ditawarkan oleh *platform* seperti TikTok dan Instagram *Reels*. Selain itu, personalisasi konten video melalui algoritma canggih dan meningkatnya penggunaan live streaming juga berkontribusi pada pertumbuhan industri video. Perkembangan ini memiliki dampak yang signifikan bagi dunia bisnis. Hootsuite memprediksi bahwa belanja iklan untuk konten video di media digital dan media sosial akan terus meningkat, mencapai 24 miliar dolar AS pada tahun 2022 (Hootsuite, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa video telah menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif. Untuk mengikuti perkembangan ini, bisnis perlu mulai mengintegrasikan konten video ke dalam strategi pemasaran mereka. Pembuatan konten video berkualitas, promosi yang efisien, dan pengukuran kinerja yang akurat merupakan kunci keberhasilan dalam memanfaatkan potensi video.

Video kini hadir dalam berbagai format yang disesuaikan dengan tujuan dan audiensnya. Jenis video penjelasan (*explainer videos*) sangat efektif untuk menjelaskan produk atau layanan secara ringkas dan mudah dipahami, yang dapat meningkatkan pemahaman pelanggan dan mempercepat keputusan pembelian (Forbes, 2021). Video tutorial memberikan panduan langkah demi langkah, yang telah terbukti meningkatkan keterlibatan audiens dan membantu dalam pembelajaran keterampilan baru (HubSpot, 2022). Vlog, yang bersifat lebih pribadi dan otentik, memungkinkan pembuat konten terhubung langsung dengan

audiens mereka, membangun kepercayaan yang lebih kuat. Video live, yang memungkinkan interaksi langsung, meningkatkan keterlibatan audiens secara signifikan. Sementara itu, video animasi efektif dalam menyederhanakan konsep kompleks dengan cara yang menarik. Testimoni pelanggan memberikan bukti sosial yang kuat, dengan 92% konsumen mempercayai rekomendasi dari orang lain lebih daripada iklan (Nielsen, 2018). Video di balik layar menawarkan transparansi dan wawasan lebih dalam mengenai proses perusahaan, yang dapat memperkuat hubungan dengan audiens. Terakhir, video promosi, yang bertujuan untuk memasarkan produk atau layanan, terbukti sangat efektif dalam mendorong keputusan pembelian (Wyzowl, 2022).

Beragamnya *platform* digital saat ini memberikan banyak pilihan bagi kreator konten untuk menyebarkan video mereka. Setiap *platform* memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, yang membuat pemilihan *platform* yang tepat menjadi sangat penting tergantung pada audiens dan tujuan konten tersebut. YouTube, sebagai pionir dalam *platform* berbagi video, tetap mendominasi dengan jangkauan global yang luas dan fitur-fitur komprehensif, seperti monetisasi, analitik, dan alat interaksi seperti komentar dan live streaming. YouTube juga menawarkan beragam format video, dari video pendek hingga panjang, sehingga cocok untuk berbagai jenis konten (Gillespie, 2020). TikTok, dengan format video pendek yang sangat kreatif, berhasil menarik perhatian generasi muda dengan algoritma yang mendorong video untuk cepat viral, sehingga menciptakan peluang besar bagi konten yang mudah dicerna dan menarik secara visual (Kemp, 2022). Sementara itu, Instagram, melalui fitur *Reels*, memberikan ruang bagi video pendek yang mudah dibagikan, memanfaatkan kekuatan visual dan estetika untuk meraih audiens yang lebih muda dan dinamis (Alvarez, 2021). Facebook, sebagai *platform* sosial terbesar, memungkinkan penargetan audiens yang sangat spesifik melalui fitur iklan dan analitik yang canggih, menjadikannya pilihan utama bagi bisnis yang ingin menjangkau pasar yang lebih tersegmentasi (Smith, 2020). Vimeo, yang dikenal dengan kualitas video yang lebih tinggi, sangat populer di kalangan profesional kreatif yang mengutamakan kualitas visual dan kontrol penuh atas distribusi konten mereka (Lutz, 2021). Terakhir, Twitter, meskipun dikenal sebagai *platform* untuk berbagi teks dan berita, kini juga memungkinkan berbagi video singkat yang memanfaatkan kekuatan informasi terkini dan interaksi cepat antara audiens dan

kreator (Sharma, 2022). Setiap *platform* ini memiliki kekuatan unik yang memungkinkan kreator menyesuaikan pendekatan mereka sesuai dengan audiens dan tujuan mereka, mulai dari kesederhanaan dan kecepatan di TikTok hingga kualitas dan profesionalisme di Vimeo.

Konten video kini menjadi salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran perusahaan, karena dapat memberikan berbagai manfaat yang tidak dapat dicapai oleh bentuk konten lainnya. Video dapat meningkatkan pemahaman audiens terhadap produk atau layanan hingga 74%, yang menjadikannya salah satu cara paling efektif untuk menyampaikan informasi, karena dapat menggabungkan visual dan audio untuk menjelaskan konsep secara lebih jelas dan menarik (Forrester Research, 2018). Selain itu, video juga dapat meningkatkan tingkat konversi dan keterlibatan pelanggan, dengan 84% konsumen mengatakan bahwa mereka telah membeli produk setelah menonton video yang berkaitan dengan produk tersebut, menunjukkan seberapa besar pengaruh video dalam memotivasi keputusan pembelian (HubSpot, 2021). Video memungkinkan perusahaan untuk membangun identitas merek yang lebih kuat dengan menunjukkan nilai, kepribadian, dan budaya perusahaan secara autentik, yang membantu menciptakan ikatan emosional dengan audiens dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Neil Patel, 2020).

Cybertrend Intrabuana adalah perusahaan yang berfokus pada data science dan analitik, yang membantu berbagai organisasi memanfaatkan data mereka untuk meningkatkan efisiensi, mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik, dan mendorong transformasi digital. Dengan pengalaman dan keahlian yang luas, perusahaan ini menawarkan berbagai solusi berbasis data, termasuk data *engineering*, data *analytics*, dan *predictive modeling*. Selain itu, mereka memiliki *platform* produk yang memungkinkan klien untuk memahami data mereka melalui visualisasi yang menarik, mengubah data menjadi wawasan yang berharga. Cybertrend juga aktif menyelenggarakan pelatihan data science melalui Cybertrend Data Academy.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang data *science* dan analitik, Cybertrend dapat memanfaatkan konten video untuk berbagai tujuan. Video sangat efektif untuk menyederhanakan konsep-konsep kompleks dalam data science, membuatnya lebih mudah dipahami oleh audiens yang beragam, baik profesional maupun masyarakat umum. Konten video juga memungkinkan

Cybertrend untuk menunjukkan secara langsung bagaimana produk atau layanan mereka bekerja, memberikan gambaran yang lebih jelas dan menarik. Selain itu, video dapat digunakan untuk memperkuat personal branding perusahaan dan para ahli di dalamnya, serta memperkuat posisi Cybertrend sebagai pemimpin di industri data science. Video juga merupakan format yang sangat efektif untuk meningkatkan interaksi di media sosial dan menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, video dapat digunakan sebagai alat edukasi yang efektif, baik untuk pelatihan karyawan internal maupun pelanggan eksternal melalui tutorial, webinar, atau materi pelatihan lainnya. Dengan cara ini, video tidak hanya meningkatkan visibilitas Cybertrend, tetapi juga memperkuat reputasi mereka sebagai perusahaan yang inovatif dan dapat dipercaya dalam bidang data science.

Untuk memproduksi konten video, Praktikan perlu memahami proses produksi video yang terdiri dari tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi melibatkan perencanaan yang cermat, termasuk penulisan skrip, pembuatan *storyboard*, dan persiapan teknis seperti pemilihan lokasi, penjadwalan, serta pengadaan peralatan. Tahap produksi adalah tahap pelaksanaan, di mana pengambilan gambar atau rekaman dilakukan sesuai dengan rencana yang telah disusun dalam *storyboard*. Tahap pasca-produksi adalah tahap penyelesaian, di mana rekaman video diedit, diberi efek visual dan audio, serta ditambahkan musik latar untuk menciptakan narasi yang utuh dan menarik. Setiap tahap memerlukan koordinasi yang baik antar tim untuk memastikan hasil video yang berkualitas dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Praktikan melamar sebagai editor video di PT. Cybertrend Intrabuana diharapkan memiliki keterampilan teknis dalam mengoperasikan alat pengeditan video serta mengolah konsep pra-produksi menjadi karya audio-visual yang siap didistribusikan. Tugas utama editor mencakup pengeditan, penyusunan visual dan audio, serta memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas oleh audiens. Selain kemampuan teknis, editor juga harus mahir menggunakan software editing untuk menghasilkan video yang menarik, mendukung distribusi informasi perusahaan kepada klien dan masyarakat luas, serta mewujudkan ide kreatif dan strategi pemasaran dalam konten video yang efektif.

Keterampilan yang diperlukan sangat terkait dengan minor yang diambil oleh Praktikan, khususnya dalam program studi Ilmu Komunikasi dengan fokus

pada minor Broadcast Journalism. Dalam minor ini, Praktikan mempelajari berbagai aspek produksi media audio visual, termasuk teknik pengambilan gambar dan pengeditan video melalui mata kuliah seperti Media Audio-Visual dan Produksi Berita Televisi (PBTv) yang memberikan dasar pengetahuan dan keterampilan relevan dengan tugas Praktikan sebagai editor. Mata kuliah tersebut mengajarkan konsep dasar produksi media berbasis gambar dan suara, yang penting dalam pembuatan video efektif.

Magang di PT. Cybertrend Intrabuana merupakan kesempatan yang sangat baik untuk menghubungkan teori yang telah dipelajari di perkuliahan dengan praktik langsung di industri digital. Dengan magang di Cybertrend, Praktikan dapat mengasah keterampilan teknis dalam produksi media audio-visual, serta meningkatkan pemahaman mereka dalam menciptakan konten video yang efektif untuk mendukung pemasaran dan distribusi informasi perusahaan. Pengalaman ini memungkinkan Praktikan untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari mata kuliah dan mengembangkan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri.

Kerja profesi memiliki peran penting bagi mahasiswa karena memberikan peluang untuk menerapkan ilmu yang diperoleh di perkuliahan dalam konteks dunia kerja yang nyata. Melalui pengalaman kerja ini, mahasiswa dapat mengasah keterampilan teknis, interpersonal, dan manajerial yang tidak sepenuhnya diajarkan di kelas. Keterlibatan langsung dalam tugas sehari-hari di perusahaan memungkinkan mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang dipelajari, sekaligus mempersiapkan diri mereka untuk menghadapi tantangan di dunia profesional (Herlambang, 2016).

Selain itu, kerja profesi memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk membangun jaringan profesional yang dapat membuka peluang karir di masa depan. Dengan berinteraksi bersama para profesional di industri terkait, mahasiswa dapat memperoleh keuntungan tambahan, karena perusahaan sering kali lebih memilih kandidat yang sudah memiliki koneksi dalam bidang tersebut (Setiawan, 2018). Kerja profesi juga memberi wawasan yang lebih mendalam tentang bidang yang diminati oleh mahasiswa. Melalui pengalaman langsung, mereka dapat menilai apakah bidang tersebut cocok dengan minat dan kemampuan mereka, serta membuat keputusan karir yang lebih matang dan terinformasi (Suyanto & Kartini, 2017). Secara keseluruhan, kerja profesi

memperkaya pengalaman mahasiswa dan menghubungkan pendidikan dengan dunia kerja, memberikan mereka keunggulan kompetitif untuk berkontribusi secara efektif di dunia profesional setelah lulus.

Program magang MBKM (Merdeka Belajar - Kampus Merdeka) yang diselenggarakan oleh Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) memiliki tujuan untuk menjembatani kesenjangan antara dunia pendidikan dan dunia kerja. Program ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan dalam lingkungan kerja nyata. Program magang MBKM memberi mahasiswa kesempatan untuk mengembangkan keterampilan praktis yang sangat dibutuhkan oleh industri, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan di dunia kerja. Melalui pengalaman ini, mahasiswa tidak hanya memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai bidang yang mereka tekuni, tetapi juga dapat mengasah keterampilan interpersonal, manajerial, dan komunikasi yang tidak dapat dipelajari hanya melalui teori Rachman (2020). Selain itu, program magang MBKM juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperluas jaringan profesional mereka. Interaksi dengan profesional di industri selama magang sangat penting untuk membangun koneksi yang dapat membuka peluang kerja di masa depan. Kerja sama yang terjalin antara universitas dan berbagai perusahaan atau instansi juga membantu mahasiswa memperoleh wawasan yang lebih luas tentang dinamika industri yang terus berkembang Nugroho (2021). Melalui program magang MBKM, UPJ berusaha untuk mempersiapkan mahasiswa yang tidak hanya unggul dalam teori, tetapi juga kompeten dalam praktek, sehingga siap bersaing di dunia kerja global.

Pada hari Senin, 1 Juli 2024, praktikan secara resmi memulai program kerja profesi di **PT. Cybertrend**. Kegiatan ini dilakukan dengan sistem *Work From Office* (WFO), yang mengharuskan praktikan bekerja di kantor setiap hari kerja, yaitu Senin hingga Jumat, mulai pukul 09.00 hingga 18.00 WIB. Dengan durasi kerja 9 jam per hari, program kerja profesi ini berlangsung hingga 31 Desember 2024. Berdasarkan catatan, total jam kerja yang telah diselesaikan oleh praktikan mencapai 1.654 jam. Peningkatan jumlah jam kerja ini terjadi karena adanya tambahan jam kerja dari praktikan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Maksud dari kegiatan magang praktikkan menjadi editor pada PT. Cybertrend Intrabuana sebagai berikut:

1. Mempelajari cara kerja langsung dalam ilmu komunikasi, khususnya broadcast journalism (peminatan jurnalistik) di perusahaan agensi
2. Meningkatkan keterampilan perusahaan agensi, baik kemampuan teknis (*hard skill*) maupun kemampuan non-teknis (*soft skill*).
3. Mendalami metode produksi konten mulai dari tahap perencanaan, produksi, hingga evaluasi dalam perusahaan agensi.
4. Mendapatkan ilmu bagaimana cara PT. Cybertrend Intrabuana mengelola media sosial dan bagaimana cara dalam menyampaikan informasi yang mereka miliki ke media yang mereka miliki.
5. Mengetahui bagaimana ruang lingkup dan sistem kerja yang diterapkan oleh perusahaan agensi.
6. Menciptakan hubungan yang kuat dengan anggota staf dan pengelola PT. Cybertrend Intrabuana.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Tujuan dari magang yang dilakukan oleh praktikkan sebagai editor pada PT. Cybertrend Intrabuana sebagai berikut:

1. Mengetahui jenis pengalaman kerja yang terkait dengan editor;
2. Dapat mengelola sebuah media sosial yang dimiliki oleh PT. Cybertrend Intrabuana dari tahap perencanaan, produksi, hingga evaluasi dalam mengelola sebuah media sosial;
3. Kemampuan untuk mengelola dan membuat konten yang diperlukan untuk PT. Cybertrend Intrabuana;
4. Secara langsung dapat mempelajari dan memahami mengenai bagaimana sistem dan cara berkomunikasi dalam bekerja di sebuah perusahaan agensi
5. Mendapatkan pengalaman kerja yang relevan dengan kompetensi program studi yang dijalankan yang membuat praktikkan memiliki pengetahuan dan keterampilan magang yang dapat digunakan ketika masuk ke dunia pekerjaan;

6. Mengaplikasikan ide dan teori yang telah dipelajari di kuliah dan mengembangkannya dalam proses magang;
7. Membangun kerjasama antara pihak Universitas Pembangunan Jaya dengan Pt. Cybertrend Intrabuana;
8. Menunjukkan dukungan siswa Universitas Pembangunan Jaya terhadap program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

1.3 Tempat Kerja Profesi

Cybertrend Intrabuana merupakan perusahaan agensi data dan berpusat di Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Cybertrend Intrabuana merupakan agensi yang menyediakan layanan data science untuk yang dapat digunakan oleh perusahaan yang membutuhkan pengolahan data. Cybertrend Intrabuana juga merupakan leader dari data science dan juga Artificial Intelligence (AI) Solution Company di Indonesia yang bertujuan untuk memperkuat penyediaan layanan end-to-end data dan pengalaman AI bagi para klien mereka.

Cybertrend Intrabuana juga menyediakan jasa layanan dalam memberikan rekayasa data, analisis data, dan layanan permodelan data yang prediktif dengan menggunakan *platform* intelegen global. Cybertrend juga memiliki beberapa klien dari berbagai macam bidang mulai dari, telekomunikasi, perbankan, edukasi, hingga pemerintahan. Cybertrend Intrabuana juga dapat memberikan pembelajaran bagi individu yang ingin bekerja khususnya pada bidang data science dengan memberikan pelatihan data yaitu Cybertrend Data Academy. Namun, praktikan menjalankan kegiatan magang hanya pada pusatnya yaitu di Cybertrend Intrabuana. Nadia Alatas, pendiri PT. Cybertrend Intrabuana, adalah alumnus tahun 1995 dari Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia. Dia baru-baru ini memenangkan Ajang Women in ICT Awards (WIICTA) yang diselenggarakan oleh Channel Asia.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Jadwal pelaksanaan kerja profesi yang dijalani oleh Praktikan telah ditetapkan dan berlangsung mulai tanggal 1 Juli 2024 hingga 31 Desember 2024, dengan durasi total enam bulan sesuai dengan pedoman kebijakan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Selama enam bulan, Praktikan melaksanakan kegiatan magang dari hari Senin hingga Jumat pada pukul 09.00–

18.00 WIB. Selain itu, Praktikan juga terkadang melaksanakan pekerjaan secara daring dari rumah (*Work From Home*) sesuai dengan kebutuhan atau kebijakan yang berlaku.

Tabel 1. 1 Pelaksanaan Kegiatan

No	Kegiatan	Bulan																															
		Juni				Juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1.	Proses Pembuatan CV	■																															
2.	Mencari Lowongan Tempat Kerja Profesi		■	■																													
3.	Mengirim CV				■																												
4.	Mendapatkan Panggilan dan Melakukan Interview				■																												
5.	Melengkapi Dokumen Magang, MBKM dan dokumen lainnya				■	■	■																										
6.	Melaksanakan Magang, MBKM di Cybertrend					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7.	Penyusunan Laporan, Magang, MBKM																	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Pada awal bulan Juni, Praktikan mulai mempersiapkan diri dengan membuat CV dan mengumpulkan portofolio yang dimiliki sebagai langkah awal untuk mencari tempat magang. Praktikan kemudian memanfaatkan aplikasi penyedia layanan pekerjaan seperti LinkedIn dan Glints untuk mencari lowongan magang yang sesuai. Setelah melalui proses pencarian, Praktikan berhasil diterima di Cybertrend Intrabuana.

Setelah dinyatakan diterima, Praktikan menjalani proses wawancara dengan tim HRD dan beberapa staf dari bidang yang relevan dengan posisi yang diajukan, yaitu sebagai editor. Wawancara ini bertujuan untuk menilai apakah kemampuan yang dimiliki Praktikan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dalam sesi ini, Praktikan diberikan opsi untuk memilih fokus pekerjaan antara editing konten atau videografi. Berdasarkan latar belakang minor pada program studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Broadcast Journalism, Praktikan memilih bidang videografi. Selama wawancara, Praktikan juga memastikan bahwa perusahaan

mendukung program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang akan dilaksanakan.

Setelah proses wawancara selesai, perusahaan memberikan konfirmasi bahwa mereka menyetujui partisipasi Praktikan dalam program MBKM. Praktikan kemudian mulai menyiapkan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk pelaksanaan program tersebut. Selanjutnya, Praktikan memulai magang pada tanggal 1 Juli 2024, yang berlangsung hingga 31 Desember 2024. Selama magang, Praktikan mulai menerapkan berbagai teori dan konsep yang telah dipelajari selama masa perkuliahan untuk menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan di tempat kerja.

Dalam pelaksanaan magang, Praktikan secara rutin melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing program studi. Bimbingan ini bertujuan untuk memberikan arahan terkait proses magang yang sedang dijalankan serta untuk membahas pengisian laporan dan formulir yang diperlukan untuk penyusunan laporan MBKM. Selain itu, dosen pembimbing juga membantu Praktikan memahami bagaimana menyelaraskan kegiatan magang dengan capaian pembelajaran.

Penyusunan laporan magang dimulai pada bulan September hingga Desember. Laporan ini mencakup pengalaman kerja yang telah dilaksanakan oleh Praktikan selama program berlangsung. Untuk melengkapi laporan tersebut, Praktikan mengumpulkan informasi dari berbagai sumber seperti buku, artikel, dan situs web yang relevan. Akhirnya, laporan magang tersebut diselesaikan dan dikumpulkan pada minggu keempat bulan Desember. Laporan ini menjadi dokumentasi resmi atas seluruh pengalaman Praktikan dalam mengikuti program MBKM di PT. Cybertrend Intrabuana.