

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum

Jawara Media adalah agensi kreatif yang berlokasi di Yogyakarta, Indonesia, dengan visi menjadi perusahaan kreatif nomor satu di dunia. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Andi Riyanto Par Utomo, seorang *entrepreneur* berpengalaman lebih dari 25 tahun di industri teknologi, dan juga seorang YouTuber yang telah mengulas ratusan produk teknologi dalam lima tahun terakhir.

Jawara Media memiliki tiga layanan utama yaitu produksi konten YouTube yang berupa *product review* dalam bentuk video, *social media agency* yang mencakup produksi video, foto, dan manajemen akun media sosial, serta penyelenggaraan *event*. Sejak tahun 2020, Jawara Media telah memproduksi ribuan konten di berbagai platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, serta telah berkolaborasi dengan lebih dari 30 *brand* teknologi ternama termasuk NVIDIA, AMD, ASUS, dan ASRock.

Tim Jawara Media terdiri dari *project manager*, *social media manager*, *event manager*, staff marketing dan *public relations*, *script writer*, fotografer, videografer, desainer grafis, dan *on-screen talent*. Dalam struktur organisasi ini, setiap anggota memiliki peran strategis dalam memastikan kualitas konten yang diproduksi tetap berkualitas dan relevan dengan target audiens.

Penulis bekerja di Jawara Media untuk memproduksi konten di hampir sembilan *brand*, dan salah satunya yang akan kita bahas yaitu PCCOOLER. Dalam proses produksi konten ini melibatkan tanggung jawab penuh dalam perencanaan konten, penulisan *script*, produksi video, tampil di depan kamera, serta berpartisipasi dalam proses *editing* dan publikasi konten. Selama hampir satu tahun bekerja di Jawara Media, penulis telah memproduksi ratusan konten.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan gambaran umum yang telah dijelaskan sebelumnya, laporan non reguler ini disusun untuk mengkaji proses produksi konten digital PCCOOLER. Proses produksi konten tersebut dilakukan di bawah naungan Agensi Kreatif Jawa Media. Setiap tahapan produksi memiliki peran penting dalam menghasilkan konten yang sesuai. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman sistematis terhadap alur kerja yang diterapkan. Dengan demikian, rumusan masalah dalam laporan non reguler ini adalah bagaimana proses produksi konten digital PCCOOLER di Agensi Kreatif Jawa Media.

1.3 Batasan Masalah

Laporan ini agar menjadi terfokuskan, berikut batasan masalah dalam laporan ini meliputi:

1. Video Konten PCCOOLER
2. Platform Analisis terbatas pada platform Instagram sebagai media utama distribusi konten.
3. Laporan ini tidak mencakup aspek finansial, *human resources management*, atau *strategic business planning* secara menyeluruh dari Jawa Media.
4. Jenis konten fokus pada konten video yang memiliki views paling besar.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penulisan laporan non-reguler ini adalah untuk menggambarkan secara rinci proses produksi konten digital PCCOOLER di agensi kreatif Jawa Media. Laporan ini menjelaskan setiap tahapan produksi yang dilakukan, mulai dari pra-produksi hingga pasca-produksi. Setiap proses dianalisis untuk menunjukkan peran dan kontribusinya dalam menghasilkan konten yang berkualitas. Selain itu, penulisan laporan ini bertujuan memberikan pemahaman yang sistematis mengenai alur kerja produksi konten digital. Dengan demikian, laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pelaksanaan produksi konten di bidang kreatif digital.

BAB II

TEORI DAN ANALISIS

2.1 Teori

2.1.1 Produksi Konten Digital

Produksi konten digital berkaitan erat dengan pemahaman terhadap perkembangan era digital dan penerapan konsep komunikasi dalam media digital. Dalam prosesnya, produksi konten digital tidak hanya berfokus pada aspek teknis pembuatan konten, tetapi juga pada unsur komunikasi yang menyertainya, seperti komunikator, komunikan, pesan, media, serta umpan balik. Konten digital berperan sebagai pesan yang disampaikan kepada audiens dengan tujuan komunikasi tertentu [1]. Menurut [2] Proses produksi konten digital meliputi beberapa tahapan penting, yaitu: Pra-Produksi, Produksi, Pasca-Produksi. Setiap tahapan memiliki peran penting dalam menentukan kualitas dan performa konten yang diproduksi.

2.1.2 Algoritma Media Sosial

Algoritma terus-menerus berubah dan akan terus berubah seiring berjalannya waktu yang disebabkan oleh kondisi dunia dan berkembangnya atau bertambahnya pengguna media sosial yang terus berkembang setiap saat [3]. Pemahaman tentang algoritma media sosial sangat penting bagi *content creator* dan agensi kreatif karena hal ini akan mempengaruhi *reach*, *impressions*, dan *engagement rate* dari konten yang diproduksi. Menurut [4] faktor-faktor seperti *watch time*, *completion rate*, *shares*, dan *saves* menjadi metrik penting yang dipertimbangkan oleh algoritma dalam menentukan apakah konten layak untuk *boost* ke audiens yang lebih luas.

2.1.3 Video Content Production

Video adalah sebuah format konten yang paling *engaging* dan efektif dalam menarik perhatian audiens di era digital saat ini. Menurut data analisis [5], Konten yang berformat video memiliki *engagement rate* yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan konten statis seperti gambar atau teks. Dalam produksi konten video, terdapat beberapa elemen penting yang perlu diperhatikan, yaitu: (1) Penulisan naskah atau *script* yang jelas, dan pemilihan *talent* yang sesuai [6], (2)