

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan pelaksanaan kerja magang sebagai *Social Media Internship* di PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh. Penulis berada di *magazine and information division* yang diawasi secara langsung oleh *Social Media Staff* yang berperan sebagai mentor dan pembimbing magang penulis, serta *Executive Producer* yang berperan sebagai *supervisor* penulis. Penulis bertugas untuk membantu pengelolaan media sosial milik *magazine* TRANS 7. Selama proses magang berlangsung, penulis dibimbing oleh Lathif Satria Bakti (Satria) sebagai mentor, dan Rifky Winbastian (Rifky) sebagai *supervisor*. Dalam hal kebutuhan dan persetujuan konten yang akan dipublikasikan, penulis lebih banyak menjalin komunikasi dan koordinasi dengan Rifky. Sementara untuk pengembangan ide dan penyusunan rencana konten, penulis lebih sering berkoordinasi dan bekerja sama dengan Satria. Penugasan diberikan langsung oleh Satria sebagai mentor penulis, dimana penugasan dan pengecekan dilakukan langsung oleh beliau. Setelah penugasaan dikerjakan, Rifky sebagai *supervisor* penulis akan mengecek dan memberi masukan dan evaluasi terkait pekerjaan yang dikerjakan penulis dan mentor.

Selama menjalani program magang, koordinasi dilakukan dimulai dari Satria sebagai mentor penulis. Beliau akan memberikan arahan untuk mengerjakan beberapa penugasan, dimana penulis dipercaya untuk mengerjakan *daily task* yaitu, melakukan *research* dan *listing* berita melalui tiga *platform* seperti berita dari *Instagram*, *google trends*, dan *youtube trends*. Penulis juga melakukan monetisasi menggunakan *meta business* dengan cara menonton ulang tayangan yang sudah tayang di televisi, lalu memotong cuplikan video, dikemas menjadi video pendek, lalu dipublikasikan di *meta business*. Selain itu, penulis juga bertugas untuk membuat *content planning* dan *content calendar* yang akan digunakan dalam media sosial *magazine* TRANS 7. Satria sebagai mentor

penulis akan memberikan arahan konten yang sesuai dengan target audiens *magazine* TRANS 7. Penulis akan menjalankan arahan yang mentor penulis. Namun, mentor penulis juga mempercayakan penulis untuk membuat konten secara mandiri sesuai dengan ide dan konsep dari penulis. Penulis dan mentor bekerja sama untuk membuat konten yang baik dan menarik, baik secara visual maupun konsep dari konten tersebut.

Setelah itu, penulis dan mentor juga akan mengajukan *approval* terhadap hasil kerja kepada *supervisor*. Penulis dan mentor akan saling memberikan masukan dan ide setiap pembuatan konten selesai, hal ini dilakukan untuk mendapatkan peningkatan dan saling mengevaluasi apa yang dapat dilakukan agar kedepannya bisa lebih baik. Setelah disetujui, konten dan promosi yang dibuat akan di-*upload* ke media sosial milik *magazine* TRANS 7, seperti Instagram, facebook, dan tiktok. Dalam beberapa situasi, penulis dan mentor akan berkoordinasi membahas konten dan promosi di media sosial TRANS 7 tanpa arahan dari *supervisor* dimana dalam hal ini *supervisor* telah mempercayai penulis dan mentor dalam melakukan penugasannya. Akan tetapi, penulis akan tetap berkoordinasi dan meminta *approval* mentor terkait konten dan promosi yang akan dijalankan di media sosial TRANS 7. Berikut ini adalah gambaran tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis sebagai *social media internship* Magazine TRANS 7:

1) Pembuatan dan Perencanaan Konten:

- a) Menyusun *content planning* dan *content calendar*.
- b) *Briefing* dengan mentor penulis.
- c) Research dan Listing Berita.
- d) Membuat *script* konten.

2) Memproduksi Konten:

- a) Membuat konten untuk promosi program televisi dalam bentuk video atau design grafis (konten visual).
- b) Mengedit video dan menyesuaikan durasi serta format sesuai dengan platform media sosial yang digunakan.

- c) Melakukan monetisasi dengan menonton ulang tayangan di televisi, lalu memilih potongan tayangan yang layak untuk diangkat ke dalam media sosial.
- d) Pembuatan AI (*Artificial Intelligence*).

3) Pengelolaan dan Publikasi Konten di Media Sosial:

- a) Publikasi Konten.
- b) Merevisi Konten.

4) Promosi Program Televisi:

- a) Tim media sosial seringkali dimintai bantuan oleh program lain di bawah unit Magazine TRANS 7 untuk dipromosikan melalui platform media sosial Magazine TRANS 7. Permintaan dapat berupa promosi program televisi dalam bentuk teaser, poster digital, atau highlight video dari tayangan program.
- b) Selain itu, tim media sosial juga dimintai bantuan untuk membuat AI (*Artificial Intelligence*) untuk kebutuhan tayangan di televisi atau untuk media sosial dari program-program televisi di bawah unit Magazine TRANS 7.

Selama mengikuti proses magang, penulis memiliki jam kerja yang sudah ditetapkan. Berikut ini adalah jam kerja penulis selama magang di TRANS 7.

No.	Kegiatan	Jam
1.	Jam Kerja	10.00 - 13.00
2.	Istirahat	13.00 - 14.00
3.	Jam Kerja	14.00 – 19.00

Tabel 3. 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Tabel 3.1 merupakan jam kerja yang penulis laksanakan, yaitu dari senin sampai jumat, pukul 10.00 WIB hingga 19.00 WIB. Selain memiliki jadwal kerja rutin, penulis aktif berpartisipasi dalam *event – event* yang diselenggarakan oleh TRANS 7. Dalam kasus tersebut, jam dan hari kerja penulis akan disesuaikan

dengan *event* yang diselenggarakan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa semua persiapan dan pelaksanaan *event* dapat berjalan maksimal.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penulis menjalani program magang sebagai *social media internship* di *magazine & information division*, penulis mengerjakan berbagai tugas yang menjadi bagian tanggung jawab posisi tersebut. Berikut ini adalah rincian tugas dan uraian kerja yang penulis lakukan selama magang.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalankan program kerja magang sebagai *social media internship* di *magazine & information division*, penulis mendapat kepercayaan untuk berkontribusi dan meng-*handle* media sosial *magazine* TRANS 7, seperti Instagram @magazinetrans7, TikTok @magazinetrans7 dan Facebook milik *magazine* TRANS 7. Penulis menjalani praktik kerja magang di TRANS 7 berlangsung selama 640 jam di divisi *Social Media Internship*, penulis terlibat dalam berbagai tugas yang berkaitan dengan promosi, pemasaran, dan pengembangan konten. Penulis turut berkontribusi dalam menjalankan aktivitas-aktivitas penting, seperti melakukan *research* dan *listing* berita dari tiga platform, yaitu Instagram, *google trends*, dan *YouTube Trends*. Penulis bertugas untuk membuat konten promosi program-program yang tayang di setiap harinya. Konten promosi yang dibuat dapat berupa video atau infografis digital, konten ini akan disesuaikan dengan kebutuhan dari program televisi. Penulis juga membuat konten monetasi dari program televisi yang sudah ditayangkan dengan menggunakan *meta business*.

Selain itu, penulis juga berkontribusi aktif dalam pembuatan konten video hiburan menarik yang sedang menjadi tren di media sosial, penulis melakukan pengeditan konten agar tampil lebih menarik, menyusun *copywriting* atau *caption* yang dapat menarik perhatian audiens, serta mengunggah konten

tersebut ke platform media sosial guna menjangkau audiens yang lebih luas. Selain bertanggung jawab dalam pembuatan dan publikasi konten media sosial, penulis juga dipercayakan untuk menghubungi pihak eksternal guna memperoleh izin pemakaian konten video yang akan digunakan dalam berbagai media perusahaan, seperti unggahan untuk media sosial Magazine TRANS 7 (Instagram, TikTok, dan Facebook) dan tayangan televisi program TRANS 7.

Penulis berkontribusi dan belajar secara langsung mengenai implementasi produksi lewat sebuah konten di lingkungan yang profesional yang dinamis. Pengalaman ini memberikan ruang bagi penulis untuk mengaplikasikan teori dan keterampilan yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata. Pekerjaan penulis berfokus kepada pengelolaan media sosial, memproduksi konten, mulai dari pembuatan konten video yang mengikuti tren, pembuatan poster infografis digital, dan lain-lain penulis dapatkan dari mata kuliah *creative media production*, *digital graphic communication*, *visual & photographic communication*, dan *social media & mobile marketing*. Penulis juga mempelajari pembuatan *script* dan *caption* dari mata kuliah *art*, *copywriting*, & *creative*.



Media sosial menjadi medium di internet yang memungkinkan penggunaannya untuk mempresentasikan dirinya maupun untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Perusahaan kini telah menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mempromosikan jasa atau produk yang mereka tawarkan. Kehadiran media sosial mampu membantu media televisi untuk mendapatkan keuntungan dari segi aspek kecepatan waktu penyampaian dan perluasan penyebaran informasi, mendapatkan komunikasi dua arah, serta umpan balik (*feedback*) dari para pengguna (Borgomastro, 2016).

Magazine TRANS 7 juga terlibat aktif dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan konten dan program-program televisi TRANS 7. Media sosial dimanfaatkan untuk mempromosikan konten televisi, sekaligus menjadi fokus kedua untuk meraih penonton setelah televisi (Borgomastro, 2016). Selama menjalani magang sebagai *social media internship* di Magazine TRANS 7, penulis menjalankan beberapa tahapan aktivitas media sosial yang saling berkaitan dan menjadi fokus utama dalam pelaksanaan tugas magang. Adapun tahapan-tahapan tersebut sebagai berikut:

1. Perencanaan dan Perancangan Konsep Konten

Pada tahapan ini dapat dikatakan sebagai tahap pra produksi. Pra produksi merupakan kegiatan yang dikerjakan sebelum memulai produksi, dimana kegiatan yang dilakukan seperti penguangan ide atau gagasan, pembuatan *script*, *meeting*, dan perencanaan lainnya yang mendukung proses produksi hingga pasca produksi (Morissan, 2015). Pada tahap ini, penulis akan melakukan persiapan awal dengan membuat *content planning*.

a) Menyusun Content Planning dan Content Calendar

Media sosial Magazine TRANS 7 tersusun karena adanya *content planning*, hal tersebut dirancang agar mempermudah tim media sosial dalam memproduksi konten-konten untuk media sosial magazine TRANS 7. Dalam menyusun konten, penulis menyesuaikan dengan tren yang ada di masyarakat saat ini.

MONTHS	DAY	DATE	STATUS	CONTENT THEME	PLATFORM	TOPIC/THEME	CONTENT PILLAR	SUMMARY	PLANNER	CAPTION	HASHTAG
March 2025	Berita	3	Published	Tipe-tipe orang di hari pertama puasa	TikTok & IG	Tipe-tipe orang di hari pertama puasa	Trend	Konten lucu-lucuan tipe-tipe		Kalau kamu masuk ke tipe yang mana nih??	#magazinetrans7 #petale #ramadan #trans7 #lucu
	Kamis	6	Published	"Cara bikin bika ambon"	TikTok & IG	Cara bikin Sale Padang 1. Siapkan bahan 2. Kipasin sampai ke padang	Trend	Konten lucu-lucuan sambil dance		Spil lemen kamu yang pernah kipasin sale sampai ke padang	#magazinetrans7 #office #malapap #trans7 #lucu
	Rabu	9	Published	Cara Apply ke "TRANS7"	TikTok & IG	Untuk masyarakat yang tertarik ingin bekerja di TRANS 7	Promotional	Konten promosi sekaligus awareness untuk orang yang tertarik masuk ke TRANS7		Yak, gabung jadi keluarga besar TRANS7 dengan apply di ttps://career.trans7.co.id Kudu sat set, bar auto dapat	#trans7 #career
	Rabu	9	Published	Promo Program UUD	TikTok & IG	Promo Program UUD (program yang baru dilis)	Promotional	Konten promosi menunjukkan keunggulan program UUD		"Tidaklah mudah bagi model pemadam untuk sampai menjadi ketua kopikan, bukan hanya itu lintas kendaraan aja yang menghadang banyak hal lain yang tak terduga. Akanlah berhasil tim Damkar penaklukan si jago merah?" Bakikan aksi memata di "ujung-ujungnya Damkar"	#damkar #pemadamkabupaten #damkarindonesia #firefighter #ujungujungnya #trans7 #ans7 #magazinetrans7 #6
	Rabu	12	Published	Konten ten anak socmed aba bilin konten tena mau	TikTok & IG	Scene nunjukan aba socmed aba bilin konten tena mau (ogressa omiga)	Trend	Konten lucu-lucuan		"Bikin Konten 'Taru Malu Sendiri'" "Tan apa upload video, sekarang dengan ngilang dari peradaban. Aja yang pernah kayak gitu ngilang"	#malumalukung #malupimau #kakooomel #trans7
	Jumat	14	Published	Promo Program Secret Story	TikTok & IG	Ricop kegiatan bubble baring keseluruhan	BTS	Konten seru-seruan kegiatan bubble baring keseluruhan		Kepoin rahasia obah cerita wall story Secret Story spesial ramadan Tayang Senin - Minggu pukul 19.00 WIB	#secretstory #ans7 #magazinetrans7

Gambar 3. 1 *Content Planning* Magazine TRANS 7

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.1 menunjukkan hasil *content planning* yang telah penulis buat untuk konten pada bulan maret 2025. Penulis membuat *table* di *google sheets* yang berisikan kolom-kolom yang harus penulis lengkapi untuk membuat *content planning*. Proses dimulai dengan melakukan diskusi bersama dengan mentor untuk mengevaluasi kebutuhan program yang akan dipromosikan, kegiatan yang akan dipromosikan, dan konten apa yang akan dibuat selama satu bulan tersebut. Penulis juga akan menyesuaikan konten dengan hari-hari besar atau hari-hari nasional. Berdasarkan dengan hasil diskusi tersebut, penulis akan menyusun *content planning* berupa daftar ide konten yang akan diproduksi, topik atau tema, tujuan, *caption*, hingga tujuan dan pesan utama dari masing-masing konten yang dibuat. Penulis akan menyusun *content planning* secara berkala, dalam waktu mingguan atau bulanan. Hal ini dilakukan untuk membantu tim media sosial dalam menyusun strategi

komunikasi yang lebih jelas, terarah, terstruktur, dan efektif. Pembuatan *content planning* memiliki peran yang penting dalam perencanaan dan pengelolaan konten di media sosial Magazine TRANS 7. Dengan adanya perencanaan konten, proses publikasi menjadi lebih konsisten dan tidak dilakukan secara tergesa-gesa. Penulis melengkapi table tersebut dengan bulan, tanggal, dan hari untuk mengetahui kapan konten tersebut akan dipublikasikan. Penulis juga akan melengkapi *content planning* tersebut dengan platform mana yang akan digunakan, jenis konten, judul atau topik, caption, hingga tujuan dari pembuatan konten tersebut.

Dalam tahapan penyusunan *content planning*, penulis akan merencanakan konsep dan ide yang sesuai dengan tren terkini. Penulis akan menyesuaikan ide konten dengan momen tertentu, seperti hari besar nasional, perayaan, tren media sosial, hingga tayangan unggulan yang menjadi kegemaran masyarakat. Dalam tahapan ini, penulis akan melakukan *research* atau eksplorasi lebih dalam mengenai ide dan konten-konten yang dapat penulis buat. Penulis akan melakukan analisis dengan cara mengobservasi konten-konten yang sedang menjadi tren dan apa yang sedang digemari masyarakat. Dengan demikian, konten yang dibuat menjadi lebih relevan dan berpotensi lebih tinggi untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Dalam *content planning*, penulis juga dapat memastikan bahwa konten yang telah dipublikasikan tidak monoton. Konten yang dibuat bisa divariasikan, misalnya konten edukasi, informatif, promosi program, hingga konten yang menghibur. Hal ini dilakukan agar dapat menjaga keterlibatan audiens dan dapat memperluas jangkauan audiens. Konten-konten yang telah direncanakan akan diimplementasikan melalui *content plan* yang disusun, hal ini akan mempermudah tim media sosial dalam melakukan proses pembuatan dan publikasi konten.

Penulis memanfaatkan prinsip *creative media production* yang telah penulis pelajari selama masa perkuliahan, dimana dengan adanya *content planning* dapat mempermudah proses produksi yang akan dilakukan untuk

mendukung berjalannya konten dengan baik dan terstruktur. Tidak hanya *content planning*, penulis juga membuat *content calendar*.

Selain adanya *content planning*, penulis juga membuat *content calendar*. Setelah merumuskan ide konten apa saja yang dapat dibuat, penulis akan menyusunnya ke dalam *content calendar*. Kalender yang penulis buat berisikan jadwal produksi dan publikasi yang terbagi ke dalam bulan Februari hingga bulan Juni. Dengan adanya *content calendar*, produksi konten dan proses kerja menjadi lebih terstruktur dan mempermudah koordinasi penulis dengan mentor dalam memproduksi konten.

	MINGGU	SENIN	BELAS	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	PIC	SELAMAT
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									
26									
27									
28									

Gambar 3. 2 *Content Calendar Magazine TRANS 7*

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.2 menunjukkan *content calendar* yang penulis buat pada bulan maret 2025. Setelah perencanaan konten disetujui, penulis menyusun *content calendar* untuk mengatur jadwal publikasi setiap konten dengan lebih terperinci. *Content calendar* dibuat agar konten yang ingin dipublikasikan dapat diatur dengan lebih mudah dan terstruktur. Penulis juga akan melakukan diskusi dengan mentor penulis untuk menjaga agar publikasi konten berjalan dengan maksimal, tidak tumpang tindih antar konten, dan memaksimalkan performa algoritma media sosial. Penulis akan mencatat dan mengorganisir konten apa yang akan dibuat dalam tanggal-tanggal tersebut. Penulis akan menyesuaikan dengan waktu dan kegiatan yang akan dilakukan selama satu

bulan kedepan, misalnya jika ada *event* eksternal atau internal yang dapat dibuatkan konten. Hal ini dilakukan agar proses dan publikasi konten yang dibuat tidak bertabrakan dan konten yang dipublikasikan dapat berjalan dengan lebih efektif.

Content calendar menjadi alat komunikasi visual yang efektif antara penulis, mentor, dan *supervisor*, dimana melalui kalender ini, mereka dapat melihat konten apa saja yang akan dibuat dan dipublikasikan. Melalui kalender ini, mereka akan memberikan arahan, persetujuan, hingga revisi terhadap ide konten yang direncanakan. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi jika ada perubahan yang mendadak. Walaupun sudah memiliki jadwal, penulis akan tetap menyesuaikan dengan tren yang ada atau jika ada tren yang mendadak viral. *Content calendar* yang dibuat bersifat fleksibel dan berfungsi sebagai panduan penulis dalam merencanakan, memproduksi, hingga menyusun jadwal unggahan konten.

Meskipun memiliki *content calendar* membantu penulis dalam alur kerja, penulis tidak mengikuti rapat formal yang dihadiri oleh internal *magazine & information division*. Hal ini dikarenakan posisi penulis sebagai *intern* belum termasuk ke dalam struktur rapat besar lintas divisi. Namun demikian, penulis secara rutin mendapatkan pengarahan melalui sesi briefing yang dilakukan langsung oleh mentor penulis yang dimana beliau juga berperan sebagai pembimbing magang penulis. Mentor penulis akan mengikuti rapat mingguan yang dihadiri oleh kepala divisi, *executive producer* (produser eksekutif), *producer* (produser), *associate producer* (produser madya), dan *sponsorship* untuk melakukan rapat mingguan internal.

Selain itu, penulis juga mendapatkan masukan dan evaluasi dari *supervisor* divisi yang turut memantau hasil kerja serta konten yang diproduksi. Evaluasi yang diberikan bersifat membangun dan menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan konten-konten yang akan dibuat kedepannya. Melalui proses *briefing* tersebut, penulis dapat mengikuti perkembangan informasi, standar kualitas produksi, serta arahan strategis yang dapat penulis ikuti dalam

proses kerja di lingkungan Magazine TRANS 7, walaupun tidak terlibat secara langsung dalam rapat mingguan formal.

b) *Briefing* dengan Mentor Penulis

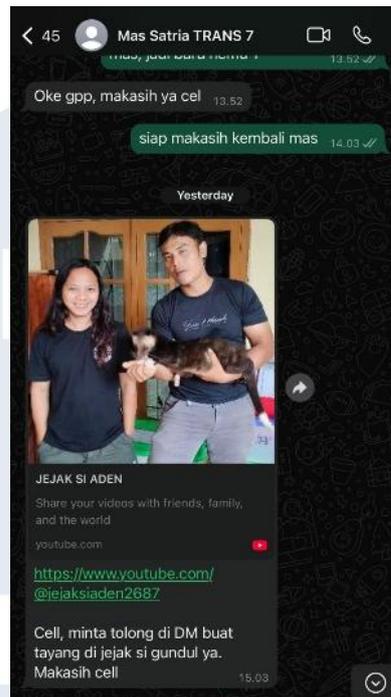
Selama mentor penulis mengikuti rapat, penulis akan mengerjakan penugasaan yang diarahkan oleh beliau. Penulis mendapatkan tugas dan arahan secara langsung oleh mentor sebagai pembimbing magang, hal ini penulis dapatkan dari *briefing* harian. Mentor biasanya menyampaikan informasi hasil rapat mingguan yang dihadiri oleh kepala divisi, *executive producer* (produser eksekutif), *producer* (produser), *associate producer* (produser madya), dan *sponsorship*, lalu mengarahkan penulis untuk mengerjakan konten sesuai dengan kebutuhan tim dan program-program televisi. Penulis selalu melakukan *briefing* harian secara informal bersama mentor atau dengan menggunakan *whatsapp* sebagai perantara antara penulis dengan mentor. Penulis akan mendapatkan arahan, pembagian tugas, serta informasi terbaru terkait konten apa yang harus dibuat dan dikerjakan. Penulis akan mengerjakan apa yang diarahkan oleh mentor penulis, hal ini akan disesuaikan dengan kebutuhan konten dari Magazine TRANS 7. Sistem kerja ini membuat penulis dapat berkontribusi secara aktif dalam pembuatan, produksi, dan publikasi konten yang dilakukan di Magazine TRANS 7.





Gambar 3. 3 Contoh Brief Konten untuk Promo Program
Sumber Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.3 menunjukkan interaksi antar penulis dengan mentor penulis. Penulis diminta tolong untuk membuat video konten *behind the scene* dari tayangan program yang dijahit untuk konten promosi di media sosial Magazine TRANS 7. Konten tersebut juga menjadi bahan promo program untuk tayangan *secret story* dimana tayangan tersebut akan segera ditayangkan. Penulis mengedit video tersebut sesuai dengan permintaan dari mentor penulis, dimana penulis diminta untuk menjahit video yang dikirimkan dengan menambahkan visual, *asset*, dan *background music* yang sesuai dengan tema video tersebut. Komunikasi antara penulis dan mentor berlangsung secara dan terbuka dan dua arah, hal ini memungkinkan penulis untuk menyuarakan ide dan mengajukan pertanyaan kepada mentor penulis.



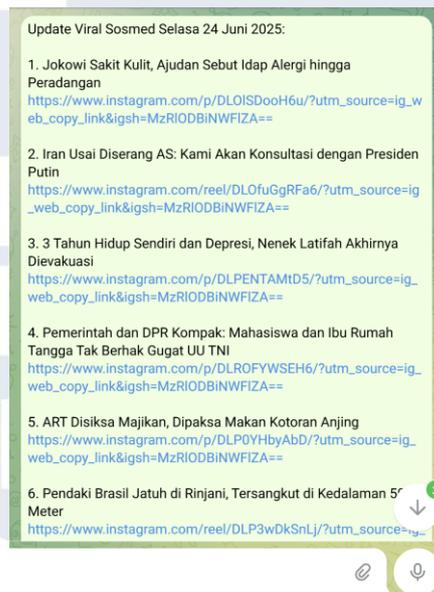
Gambar 3. 4 Contoh *Brief* Konten untuk Menghubungi Pihak Eksternal

Sumber Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.4 menunjukkan interaksi antar penulis dengan mentor. Mentor memberikan arahan kepada penulis untuk menghubungi pihak eksternal untuk meminta izin penggunaan video atau materi visual milik mereka yang akan digunakan dalam tayangan program televisi. Biasanya, permintaan ini dilakukan apabila tim ingin menggunakan cuplikan video dari media sosial, kanal YouTube, atau platform digital lainnya yang dinilai menarik, menghibur, dan dapat memberikan informasi yang bersifat edukatif. Setelah menghubungi pihak eksternal, penulis akan melaporkan kembali kepada mentor penulis bahwa penulis sudah menghubungi pihak eksternal. Setelah itu, penulis akan menunggu jawaban dari pihak eksternal terkait izin penggunaan konten.

c) *Research dan Listing Berita.*

Dalam proses pembuatan konten, penulis terlebih dahulu melakukan riset dan *listing* berita guna memperoleh berita-berita terkini dan referensi yang relevan sesuai dengan perusahaan. Penulis akan melakukan riset dan *listing* berita melalui tiga platform, yaitu Instagram, *Google Trends*, dan *YouTube Trends*.



Gambar 3. 5 *Research dan Listing* Berita

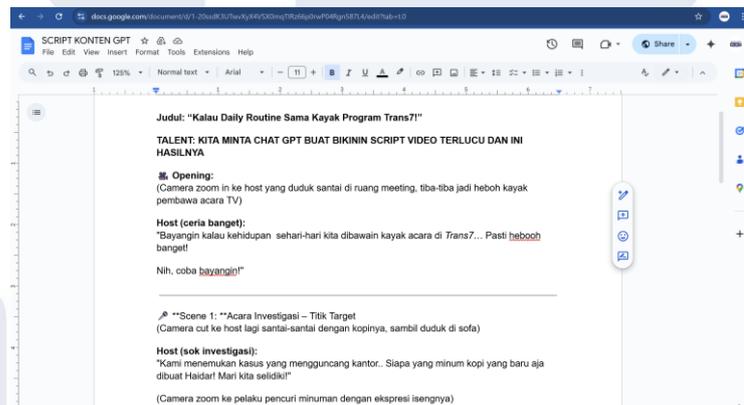
Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.5 merupakan hasil dari *research dan listing* berita yang penulis buat. Setiap harinya, penulis melakukan proses *research dan listing* berita yang sedang menjadi tren sebagai bagian dari riset konten harian. Proses ini dilakukan melalui tiga platform, yaitu *Google Trends*, *YouTube Trends*, dan Instagram. Melalui *google trends*, penulis mencari menggunakan fitur *trending now* untuk mencari topik atau berita yang sedang viral dalam kurun waktu 24 jam terakhir. Melalui *YouTube Trends*, penulis menggunakan fitur *explore* lalu memilih bagian *news* yang ada pada YouTube. Lalu penulis akan mencari tontonan viral berdasarkan klasifikasi seperti *top series*, *sports*, *entertainment*, dan lain-lain. Lalu pada Instagram, penulis akan mencari unggahan viral menggunakan fitur *explore*. Penulis akan mencari

unggah viral dan akun media populer untuk dimasukkan ke dalam *list* berita.

d) Pembuatan *Script* Konten

Setelah menerima arahan dari mentor, penulis akan mulai menyusun *script* atau naskah konten yang disesuaikan dengan ide dan konten yang akan dibuat. *Script* yang dibuat akan disesuaikan dengan kebutuhan konten yang dibuat. Ada beberapa hal yang harus dipersiapkan saat penulis membuat *script* konten. *Script* ini mencakup narasi singkat, *caption*, serta pemilihan *hashtag* atau kata kunci yang relevan agar dapat mendukung konten di media sosial.



Gambar 3. 6 Contoh *Script* Konten

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.6 merupakan contoh *script* yang pernah penulis buat untuk konten yang berjudul "*Script* Konten ChatGPT" yang dimana pada saat itu sedang menjadi tren di media sosial. Melihat peluang dari tren tersebut, penulis memanfaatkannya untuk membuat konten yang relevan dan mampu menarik perhatian audiens. Dalam mengikuti tren tersebut, penulis meminta bantuan ChatGpt untuk membuat *script* sesuai dengan tema dan gaya viral yang sedang menjadi tren di media sosial. Setelah itu, *script* tersebut akan

dikurasi dan disesuaikan kembali oleh penulis agar tetap sejalan dengan citra, gaya komunikasi, dan nilai perusahaan. Penyesuaian yang dilakukan mencakup dengan perubahan bahasa, penambahan elemen khas program, dan penyesuaian dengan pesan dan identitas TRANS 7. Setelah itu, penulis akan melanjutkan proses dengan mencari *talent* internal yang sesuai dengan kebutuhan karakter dalam *script*. Penulis bertanggung jawab dalam memberikan arahan kepada *talent* agar penyampaian konten tetap menarik dan sesuai dengan tujuan komunikasi. Tahap akhir dari proses ini adalah produksi konten, dimana penulis ikut terlibat ke dalam perekaman video hingga memastikan hasil akhir layak tayang di media sosial magazine TRANS 7.

Dengan adanya mata kuliah *art, copywriting, and creative* membekali penulis dengan pemahaman bagaimana menyampaikan pesan yang kuat dan menarik, baik secara visual maupun verbal di media sosial. Hal ini menjadi pondasi penting penulis dalam mendukung isi konten yang penulis buat. *Script* yang penulis buat bersifat fleksibel dan adaptif, sehingga Ketika terdapat perubahan, maka penulis dapat langsung merevisi dan menyesuaikannya dengan perubahan yang ada. Proses penyesuaian ini dapat dilakukan dengan cepat, mengingat sifat media sosial yang dinamis dan membutuhkan kecepatan dalam merespon tren.

2. Produksi Pembuatan Konten

Setelah *content planning, content calendar, dan script* konten telah dibuat, penulis akan melanjutkan ke tahap produksi pembuatan konten. Tahap ini disebut sebagai produksi. Tahap produksi merupakan tahapan seluruh kegiatan pengambilan gambar (Morissan, 2015). Dalam tahapan ini, penulis akan mempersiapkan beberapa hal, seperti:

a) Pengambilan Gambar

Pada tahap ini, penulis berperan langsung dalam mengarahkan keseluruhan pengambilan video, mulai dari menjadi talent, mencari talent,

pengarah produksi, dan pengambilan gambar. Proses ini disesuaikan dengan kebutuhan dan konsep-konsep yang telah dirancang sebelumnya. Penulis tidak hanya berperan dalam proses perencanaan dan pengelolaan konten, tetapi penulis juga turut terlibat secara langsung dalam produksi konten, khususnya untuk konten hiburan yang disesuaikan dengan tren yang sedang berlangsung atau yang sedang digemari di media sosial.



Gambar 3. 7 Contoh saat Penulis menjadi *talent* Konten Video

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.7 menunjukkan penulis berperan langsung menjadi *talent* dalam pembuatan video. Konten tersebut merupakan konten yang sedang viral di kalangan masyarakat, yaitu tren *velocity*. Penulis menyesuaikan konsep konten dengan keseharian masyarakat yang dimana saat ini sedang diramaikan dengan *velocity*. Penulis bersama dengan *talent* lainnya memerankan tokoh yang sedang mengikuti tren *velocity* dengan beragam jenis. Konten tersebut menjelaskan tipe-tipe orang saat sedang melakukan *velocity*. Peran ini dilakukan untuk memberikan nuansa yang lebih personal dan interaktif dalam penyajian konten, khususnya untuk konten yang bersifat ringan, menghibur, dan mengikuti tren yang sedang viral di media sosial. Penulis akan membuat *script* dari konten tersebut, lalu melakukan *briefing* dengan *talent* yang juga ikut memerankan konten tersebut. Setelah

menyesuaikan waktu, penulis akan langsung melakukan pengambilan gambar. Setelah pengambilan gambar dilakukan, penulis akan langsung mengeditnya (*same day edit*) sehingga bisa segera dipublikasikan di media sosial magazine TRANS 7.

Dalam proses produksi konten yang berbasis tren atau hiburan, penulis akan berperan langsung sebagai *talent* di dalam video, misalnya menjadi *host*, membuat konten parodi, atau *challenge* yang sedang viral. Namun, dalam situasi tertentu penulis tidak berperan langsung menjadi *talent*. Ketika konten memerlukan karakter atau ekspresi yang lebih sesuai, maka penulis akan mencari *talent* lain yang lebih cocok untuk kebutuhan konten. Dalam situasi tersebut, penulis akan bertugas untuk mengkoordinasikan proses produksi, mulai dari mengarahkan *talent*, mengatur dan mengambil gambar video, memastikan kesesuaian isi konten dengan konsep konten yang telah dirancang, hingga pengeditan video. Pemilihan *talent* menjadi aspek penting dalam menciptakan konten hiburan yang menarik dan relevan. Penulis melakukan observasi terhadap lingkungan kerja dan potensi individu yang ada di sekitar penulis. *Talent* yang penulis cari biasanya berasal dari tim internal. Penulis juga sempat mencari *talent* lain di luar tim internal, proses ini melibatkan penyesuaian karakter *talent*, gaya komunikasi, dan tujuan dari pembuatan konten itu sendiri.





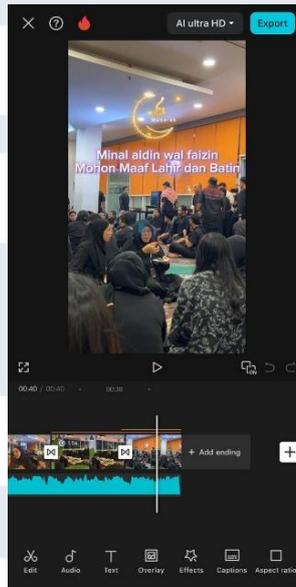
Gambar 3. 8 Pengambilan Video dengan *Talent* lain

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.8 menunjukkan penulis menjadi pengarah dalam pengambilan video konten, penulis akan meminta bantuan staf untuk menjadi *talent* dalam pengambilan video. Konten tersebut berisikan pantun-pantun yang diucapkan oleh semua kalangan. Pada pengambilan gambar tersebut, penulis akan memberikan arahan konsep video yang akan diambil, melakukan pengarahan, pengambilan gambar, hingga pengawasan terhadap isi konten dengan video yang diambil. Penulis bertugas untuk mengatur jalannya cerita, pengambilan gambar, mengarahkan *talent*, dan memastikan alur produksi berjalan sesuai dengan script yang disusun. Biasanya *talent* dicari dari lingkungan internal, seperti rekan magang atau staf tim produksi yang lain. Proses ini dilakukan secara kolaboratif, dimana penulis akan menjelaskan konsep konten yang akan dilakukan dan mengarahkan *talent* selama proses pengambilan video. Pemilihan peran bersifat fleksibel, penulis akan menyesuaikan konsep konten dengan karakter dari *talent* yang akan tampil dalam konten tersebut.

b) Pengeditan Video Konten (*editing video*)

Setelah proses pengambilan gambar selesai, penulis akan melanjutkan ke tahap pengeditan video (*editing video*). Tahap *editing video* menjadi tahap penting dalam produksi konten karena bertujuan untuk memastikan bahwa video yang dihasilkan dapat memiliki kualitas yang baik dan menarik.



Gambar 3. 9 Proses *Editing Video*

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.9 merupakan proses saat penulis mengedit video dari acara buka bareng Magazine TRANS 7. Setelah selesai pengambilan video konten, tahapan selanjutnya yang penulis lakukan adalah *editing video*. *Editing video* merupakan proses pengolahan dari video disusun sedemikian rupa hingga menjadi sebuah video konten yang terstruktur dan menarik untuk ditonton. Proses ini melibatkan unsur penggabungan, pemotongan, penambahan efek visual, penambahan isi tulisan, mengatur warna, hingga memasukkan musik atau audio sebagai latar video. Dalam proses *editing video*, penulis akan menggunakan *software* (perangkat lunak) *editing* seperti CapCut. Dalam *editing video* penulis akan menyesuaikan dengan gaya Magazine TRANS 7 dimana akan menyesuaikan caption, informasi

pendukung, nuansa konten, dan tetap merepresentasikan identitas program dan Magazine TRANS 7 secara keseluruhan.

Editing video berfungsi membuat video yang awalnya masih mentah dan polos menjadi sebuah video yang menarik untuk ditonton. Selain itu, proses *editing* juga bertujuan untuk menghapus bagian video yang tidak relevan, agar video yang dihasilkan lebih fokus dan tersusun dengan baik. Dalam proses ini, penulis akan bekerja sama dengan mentor baik dalam hal pemilihan cupilkan, teknis editing, hingga informasi di dalamnya. Apabila ada hal yang perlu direvisi, maka penulis akan langsung merevisinya, namun jika video sudah disetujui, penulis akan melanjutkan ke tahap publikasi konten.

c) **Konten Promo Program Televisi**

Selain membuat konten hiburan dengan basis tren dan konten monetisasi, penulis turut terlibat aktif dalam pembuatan konten promosi untuk program-program televisi yang akan tayang. Konten promosi yang penulis buat disesuaikan dengan karakteristik dari masing-masing program televisi, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui media sosial. Terdapat dua bentuk konten promosi yang penulis kerjakan. Berikut ini adalah dua bentuk konten promosi buat:

- **Desain Grafis untuk format Informasi Menarik atau Teka-Teki**

Penulis membuat konten visual berupa poster digital yang dirancang menarik dan komunikatif. Selain visual yang dibuat menarik, penulis harus dapat mengolah informasi dengan baik dan mudah dimengerti oleh audiens. Konten visual ini dibuat agar terjadi interaksi antara Magazine TRANS 7 dengan audiens, dimana dengan dibuatnya teka-teki visual dapat memancing rasa pemasaran audiens terhadap isi program. Audiens juga bisa mendapatkan pengetahuan baru dari fakta unik dan informasi menarik yang

diberikan. Penulis tidak hanya focus kepada aspek visual saja, tetapi penulis juga memperhatikan nilai informasi dari setiap konten yang diproduksi.



Gambar 3. 10 Infografis Quiz dan Promo Program

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.10 merupakan hasil konten visual dalam bentuk poster digital yang telah penulis buat. Pada slide pertama berisikan judul dari teka-teki yang dibuat, yaitu "temukan 3 bahan seblak" dan elemen visual dari gambar seblak itu sendiri. Slide kedua berisikan dari teka-teki silang yang bisa audiens lakukan. Teka-teki ini mengundang audiens untuk menjawab tantangan ringan. Slide ketiga berisikan informasi *fun fact* dari makanan seblak. Slide terakhir berisikan informasi mengenai jam dan hari penayangan program tersebut. Melalui konten visual dengan format poster digital, penulis tidak hanya menyampaikan konten promosi secara visual, tetapi penulis juga menyisipkan informasi mengenai hal-hal menarik yang dapat audiens ketahui. Hal ini bertujuan agar audiens tidak hanya tertarik pada konten visual, tetapi juga mendapatkan informasi mengenai tayangan program yang mendotong mereka untuk menyaksikan program yang dipromosikan.



Gambar 3. 11 Infografis "Ada Apa Hari ini"

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.11 merupakan kontribusi penulis dalam mengusulkan dan menginisiasi pembuatan konten baru berupa infografis mengenai peristiwa penting yang terjadi pada tanggal hari ini. Mulanya, penulis mengusulkan nama *"today in history"* atau "hari ini dalam sejarah", namun pada akhirnya konten ini dikembangkan menjadi "ada apa hari ini" agar terdengar lebih menarik dan ringkas. Penulis bekerja sama dengan mentor penulis untuk melakukan *research* berita atau peristiwa apa yang terjadi pada hari ini. Informasi hasil riset tersebut akan dikemas dalam narasi singkat, padat, dan mudah dipahami oleh audiens. Penulis akan merancang konten visual menggunakan desain grafis sederhana namun menarik. Setelah desain selesai, penulis akan berkoordinasi dengan mentor penulis untuk mendapatkan masukan dan juga *approval* sebelum konten tersebut dipublikasikan.

- **Video Promosi dari Materi Liputan Reporter**

Selain konten grafis, penulis juga membuat konten video promosi dengan mengolah cuplikan-cuplikan video hasil dari liputan tim reporter. Penulis akan dikirimkan hasil liputan yang telah dilakukan oleh reporter, lalu penulis akan mengolahnya menggunakan CapCut lalu mengolahnya agar menarik untuk ditonton audiens.



Gambar 3. 12 Hasil Video Olahan Cuplikan Video dari Tim Liputan

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.12 merupakan hasil olahan video yang penulis buat. Tim Liputan dari program Indonesiaku amengirimkan materi video mentah berupa rekaman kegiatan dan suasana lokasi liputan menggunakan HP reporter atau kameraman. Video yang telah dikirimkan tersebut akan diedit untuk dijadikan promo program di media sosial. Penulis akan menyunting dan mengompilasi video tersebut dengan menggunakan CapCut, lalu dibuatkan alur cerita, menambahkan teks informatif, transisi, audio latar, dan elemen visual lainnya seperti logo, efek, dan lainnya. Hasil dari video tersebut akan menjadi video promosi pendek yang berdurasi 1 menit hingga 2 menit yang siap dipublikasikan di Instagram *reels*, Tiktok, dan Facebook. Selain diperuntukan untuk menarik perhatian audiens, konten ini dibuat untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas, agar mereka dapat mengetahui hal-hal apa saja yang sedang terjadi di masyarakat saat ini. Penulis tidak secara rutin mengerjakan proses *editing video* tersebut, penulis hanya membuatnya ketika dibutuhkan atau permintaan khusus dari tim program.

Penulis dibekali ilmu yang didapatkan dari mata kuliah *digital graphic communication, visual & photographic communication, creative media*

production, dan *art, copywriting & creative*. Dari hasil *research* dan pembuatan *content planning*, penulis menuangkannya ke dalam produksi konten di magazine TRANS 7. Selain penulis dapat mengatur alur pembuatan konten, penulis dibekali ilmu bagaimana memiliki kemampuan desain grafis untuk membuat desain grafis dalam bentuk poster atau karusel feed, serta bagaimana mendesain konten visual yang menarik untuk dibaca oleh audiens. Penulis mempelajari kemampuan dan komposisi gambar dari *visual & photographic communication* dimana hal ini membantu penulis untuk melakukan pengawasan visual dalam produksi video, baik saat penulis menjadi *talent* atau pengarah konten.

- **Pembuatan AI (*Artificial Intelligence*)**

Selain membuat video promosi program televisi dari hasil tayangan di lapangan, penulis juga membuat prompt dan visual AI dari permintaan program yang membutuhkan. Penulis menerima permintaan dari program untuk membuat AI sebagai asset tayangan televisi, seperti untuk bumper, promo pendek, potongan transisi visual, atau untuk kebutuhan di media sosial Magazine TRANS 7.



Melacak Kisah Masa Lalu Desa Trunyan | SECRET STORY
(13/05/25)

Gambar 3. 13 Hasil AI yang Penulis Buat

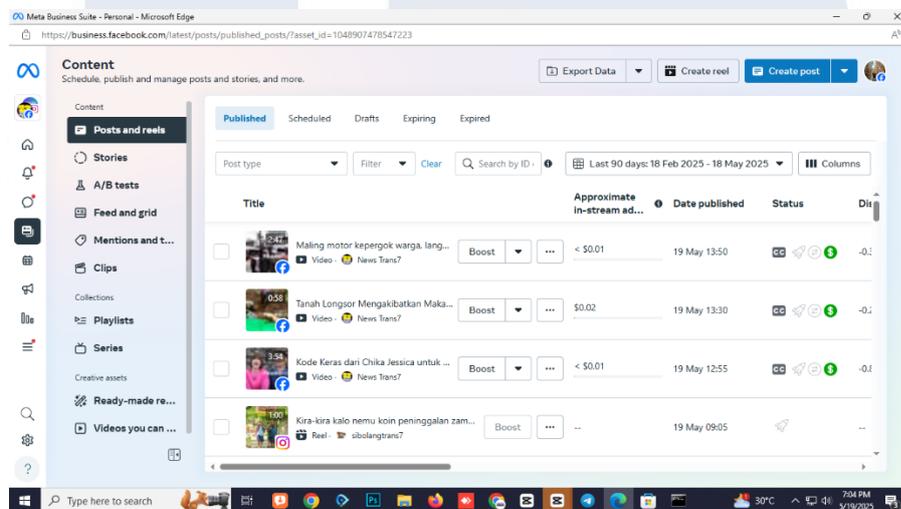
Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.13 merupakan hasil dari AI yang telah penulis buat. Penulis dipercaya membuat AI yang kemudian diadaptasi menjadi ilustrasi singkat dalam tayangan program “*secret story*” di televisi. Dalam tugas tersebut, penulis menerima *brief* dari mentor untuk membuat visual AI yang bergerak untuk mendukung ilustrasi dari tayangan program *secret story*. Proses ini diawali dengan membuat gambar dari AI dengan menggunakan platform AI *image generator* seperti ChatGpt dan Sora, penulis harus membuat visual dari seorang raja dari Desa Trunyan Bali beserta dengan tiga anak laki-laki dan satu anak perempuan. Penulis melakukan proses *prompting* atau memberikan perintah berbasis teks kepada platform AI *image generator* agar bisa mendapatkan visualisasi yang sesuai dengan tema cerita. Proses ini tidak selalu berjalan dengan lancar, penulis harus mencoba berulang kali dengan beragam *prompt* dari segi latar, suasana, karakter, hingga detail visual lainnya. Hal ini penulis lakukan agar dapat menceritakan suasana cerita legenda yang tepat. Beberapa menampilkan hasil yang sesuai ekspektasi, namun adapun yang tidak.

Setelah penulis membuat visualisasi gambar dari *image generator*, penulis akan melanjutkan ke tahap berikutnya dengan menganimasikan gambar tersebut menjadi tayangan visual yang dinamis. Penulis akan membuat gambar yang semula statis menjadi sebuah animasi singkat yang bergerak. Penulis akan menggunakan platform AI penyunting gambar menjadi video seperti hailuo dan runway. Penulis akan membuat gambar tersebut memiliki efek gerak sederhana seperti *zoom in* atau *zoom out*, dan efek gerak sederhana lainnya agar dapat membuat perpindahan antar *frame* menjadi halus. Selama pembuatannya, penulis akan berdiskusi dengan mentor untuk memastikan bahwa animasi yang dibuat sesuai dan dapat digunakan untuk tayangan program televisi. Proses ini memberikan pengalaman berharga bagi penulis untuk mengasah kemampuan teknis dalam membuat konten visual yang menarik dan informatif.

- **Konten Monetisasi dengan *Meta Business***

Penulis turut serta dalam pembuatan konten untuk keperluan monetisasi di *platform meta business*, yang mencakup Facebook dan Instagram. Salah satu tugas utama penulis adalah mempromosikan tiga program televisi dengan tujuan untuk meningkatkan jangkauan serta potensi pendapatan dari konten digital.



Gambar 3. 14 Konten Monetisasi Menggunakan *Meta Business*

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.14 merupakan hasil dari konten monetisasi yang telah penulis buat. Biasanya penulis akan membuat konten monetisasi dari program pagi, seperti titik target, spotlight, dan selebrita pagi. Setelah program-program tersebut tayang, penulis akan menonton kembali tayangan-tayangan tersebut di *library* internal TRANS 7. Penulis akan memilih dan memotong cuplikan video berdurasi pendek yang dinilai menarik, informatif, menghibur, serta memiliki potensi tinggi untuk menarik perhatian pengguna media sosial. Pemilihan potongan video ini harus dilakukan dengan cermat agar tetap relevan dengan isi program dan sesuai dengan pedoman editorial perusahaan. Penulis menggunakan *software* Aiseesoft untuk memilih dan memotong cuplikan video. Setelah cuplikan video dipilih, penulis kemudian menyusun *caption* yang menarik

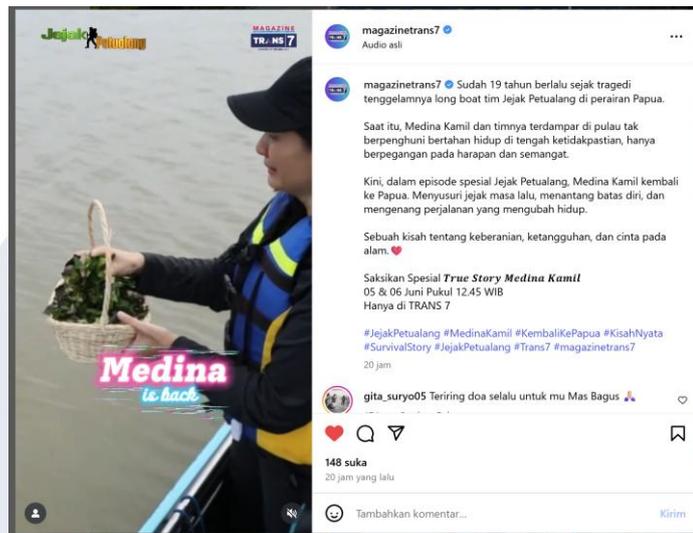
dan kreatif. *Caption* ini akan disesuaikan dengan gaya bahasa setiap programnya. Tahapan terakhir adalah mengunggah konten tersebut ke *meta business*. Penulis akan menjadwalkan setiap unggahan dengan jeda waktu 30 menit agar tidak bentrok satu postingan dengan lainnya. Kegiatan ini tidak hanya melatih kemampuan teknis penulis dalam mengelola konten digital, tetapi juga memberikan pemahaman tentang strategi monetisasi dan pengelolaan waktu yang efektif di media sosial. Setelah mengunggah konten tersebut, penulis harus memastikan bahwa monetisasi sudah menyala dengan memperhatikan lambang monetisasi, jika sudah hijau berarti sudah nyala. Namun jika belum menyala, penulis akan *review* secara manual dan menyalakan monetisasinya.

3. Pengelolaan dan Publikasi Konten di Media Sosial

Tahapan ini termasuk ke dalam tahapan pasca produksi. Tahapan pasca produksi merupakan segala kegiatan setelah pengambilan gambar hingga dapat dinyatakan selesai dan dapat diputar kembali (Morissan, 2015). Berikut ini adalah tahapan pasca produksi yang penulis lakukan selama kegiatan magang berlangsung:

a) **Publikasi Konten**

Setelah proses produksi konten seperti pengambilan gambar, *editing* video dan desain grafis, penulis akan melanjutkan ke tahap publikasi konten ke platform media sosial milik Magazine TRANS 7. Namun, sebelum konten dipublikasikan, penulis akan terlebih dahulu menyusun *copywriting* atau teks untuk *caption*. *Copywriting* merupakan cara bagaimana penyampaian pesan promosi dengan singkat, namun tetap menarik untuk mengiklankan produk (Ariyadi, 2020). Hal ini mendorong penulis untuk membuat dan mengelola kata-kata yang baik yang disampaikan dalam sebuah *caption* dari sebuah konten yang akan dipublikasikan.



Gambar 3. 15 Hasil Copywriting yang Telah Penulis Buat

Sumber: Olahan Penulis (2025)

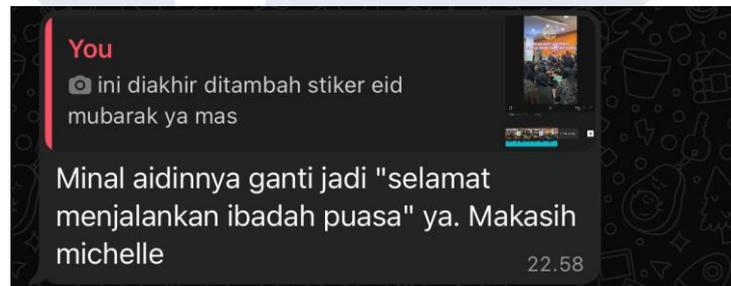
Gambar 3.15 merupakan hasil dari copywriting yang penulis buat untuk konten video promosi episode spesial Jejak Petualang. *Copywriting* ini dibuat dengan spesifik dan relevan, dimana penulis sesuaikan dengan konten yang akan dipublikasikan. Sebagai contoh, penulis membuat *caption* untuk mempromosikan tayangan episode special “Jejak Petualang”. Dalam episode tersebut menceritakan kembali momen saat Medina Kamil terdampar di Papua 19 tahun yang lalu. Untuk mendukung visual video tersebut, penulis menyusun *caption* yang tidak hanya menjelaskan konteks sejarahnya, tetapi penulis juga ingin membangun rasa penasaran dan emosi audiens. Di akhir *caption*, penulis juga menambahkan promo jam tayang episode spesial Jejak Petualang tersebut di TRANS 7. Hal ini penulis buat agar audiens dapat tertarik untuk menonton tayangan episode tersebut. Selain meningkatkan jumlah penonton di televisi, penulis ingin meningkatkan *engagement* di sosial media dengan cara mempromosikan tayangan tersebut.

Setelah proses penyusunan *copywriting* selesai, penulis akan melanjutkan ke tahap publikasi konten di media sosial milik Magazine TRANS 7. Konten yang sudah dibuat akan dipublikasikan ke tiga platform

Magazine TRANS 7, yaitu Instagram dengan *username* @magazinetrans7, Tiktok dengan *username* @magazinetrans7, dan facebook dengan *username* magazine trans 7. Konten yang dipublikasikan disertai dengan *caption* yang sebelumnya telah disiapkan sesuai dengan perencanaan konten.

b) Revisi Konten

Setelah proses *editing* selesai, penulis akan menyerahkan hasilnya kepada mentor dan *supervisor* untuk ditinjau. Jika masih ada yang perlu diperbaiki, maka penulis akan segera memperbaikinya. Mentor penulis akan memeriksa apakah video yang dihasilkan sudah sesuai dengan *script*, visual dan narasi yang baik tidak mengandung hal yang negatif dan membawa isu SARA, serta sesuai dengan nilai dan citra perusahaan.



Gambar 3. 16 Contoh dari Revisi Konten yang Telah Penulis Buat

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.16 merupakan interaksi penulis dengan mentor penulis saat melakukan pengecekan konten yang akan dipublikasikan saat acara buka bersama dengan Magazine TRANS 7. Penulis akan berkoordinasi langsung dengan mentor penulis, apakah ada kesalahan informasi, penulisan *caption*, teknis unggahan, dan lainnya. Jika terdapat kesalahan, maka penulis akan segera mengedit ulang video, teks, atau desain grafis yang telah dibuat. Setelah direvisi, penulis akan mengirim video ulang kepada mentor penulis untuk ditinjau. Proses ini mengajarkan penulis untuk terbuka terhadap kritik konstruktif dan meningkatkan kinerja

penulis secara berkelanjutan. Jika konten sudah diperiksa dan disetujui untuk dipublikasikan, maka penulis akan mempublikasikannya di media sosial milik Magazine TRANS 7. Revisi yang telah dilakukan penulis akan menjadi bahan evaluasi penulis agar lebih teliti sebelum mempublikasikan sebuah konten. Melalui proses ini, penulis belajar untuk bisa beradaptasi dengan cepat, dimana dalam membuat konten membutuhkan ketelitian dan kecepatan yang baik, dimana hal ini menjadi tanggung jawab pengelola media sosial. Tidak hanya sekedar membuat konten, penulis ingin informasi yang diberikan kepada audiens dapat diterima dengan baik.

4. Hasil Kerja Penulis

Selama menjalani proses magang, penulis berhasil berkontribusi dalam pembuatan dan publikasi berbagai konten yang mendapatkan respon cukup baik dari audiens. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah *insights* seperti *views*, *likes*, dan *comments*.



Gambar 3. 17 Hasil Video yang Penulis Buat

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Gambar 3.17 merupakan salah satu hasil konten viral selama penulis magang yang mendapatkan respon baik dari audiens. Video tersebut merupakan video yang dikirimkan oleh tim liputan, lalu penulis olah kembali menjadi video singkat yang dapat dipublikasikan di media sosial magazine TRANS 7. Konten tersebut menceritakan kembali pengalaman host program yang pernah terdampar bersama timnya di sebuah pulau di Papua dan kini mengunjungi kembali pulau tersebut. Hasil dari video tersebut telah berhasil meraih angka penayangan yang cukup tinggi, yaitu 1,4 juta *views*, lalu mendapatkan 32 ribu *likes*, 134 komentar, 232 *shares* dan 1.734 *saves*. Penulis merasa bangga dapat berkontribusi secara langsung dalam pembuatan konten yang mendapatkan respon positif dari audiens. Pencapaian ini menjadi pengalaman berharga penulis sekaligus motivasi untuk terus mengasah kreativitas dalam mengembangkan sebuah konten.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani program magang sebagai *social media internship* di *magazine & information* TRANS 7, penulis mengalami beberapa kendala, yaitu:

- 1) Penulis kurang mendapatkan arahan atau instruksi yang jelas ketika *event* berlangsung, sehingga terkadang hal ini menghambat pekerjaan penulis dalam melakukan produksi dan publikasi konten.
- 2) Keterbatasan pengalaman penulis dalam menggunakan *software editing* atau platform AI, sehingga perlu waktu untuk mempelajari dan menyesuaikan dengan pekerjaan.
- 3) Selama perkuliahan, penulis telah mempelajari dasar dari Art, Copywriting, and Creative yang lebih berfokus kepada konsep pembuatan iklan dan kampanye secara umum. Namun, penulis menyadari bahwa materi belum secara spesifik membahas teknik pembuatan *script* dan *caption* yang mendalam untuk media sosial.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan rangkaian kendala yang telah penulis alami selama melaksanakan program magang sebagai *social media internship* di *magazine & information* TRANS 7, penulis memperoleh beberapa solusi, yaitu:

- 1) Penulis terlebih dahulu melakukan koordinasi dan diskusi dengan mentor untuk mendapatkan arahan. Lalu, penulis akan belajar untuk mengambil inisiatif untuk menentukan langkah yang tepat seperti memutuskan pengambilan gambar, jenis konten yang diabadikan, membuat *caption*, serta menyusun materi publikasi konten.
- 2) Penulis mempelajari bagaimana cara pembuatan konten-konten, cara mengedit, dan pembuatan AI (*Artificial Intelligence*) dengan cara eksplorasi menggunakan *tools* AI dan bertanya kepada mentor penulis bagaimana cara membuat konten yang baik, selain dari segi visual maupun informasi di dalamnya. Penulis aktif mencari referensi, mempelajari membuat visual dari platform profesional dan berdiskusi dengan mentor.
- 3) Penulis melakukan eksplorasi dan pembelajaran mandiri mengenai penulisan *script* dan *caption* untuk media sosial. Penulis juga mempelajari gaya komunikasi khas perusahaan, melalui observasi konten yang sudah dipublikasikan dan masukan dari atasan dan rekan kerja penulis. Penulis berupaya menyesuaikan penggunaan bahasa dalam konten yang lebih variatif, seperti untuk pembuatan *script* dan *caption*. Penulis juga meminta masukan dan pendapat dari mentor untuk mengetahui apakah penulisan yang penulis buat sudah cukup baik atau belum.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A