

PENGEMBANGAN DAN PRODUKSI KONTEN DIGITAL SEBAGAI PRAKTIK KOMUNIKASI MEDIA DI TRIBUN SUMSEL

Rama Cahaya Arya¹, Merrieayu²

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma

Email: ramacahaya237@gmail.com, email: merrieayu@binadarma.ac.id

Jl. Jendral Ahmad Yani No. 3, 9/10 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu 1, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30111, Indonesia

Abstract. *This study is a case study based on an internship experience focusing on the development and production of digital content as a media communication practice at Tribun Sumsel over a 16-week period. The study employed a qualitative approach using observation, interviews, and literature review to understand the content management process and strategies for content development. During the internship, the researcher actively participated in managing the Jobhunter account, a flagship program providing job vacancy information, producing promotional content for business partners, and supporting activities such as podcast production, front office services, and event organization. The findings indicate that the success of digital content development and production depends on several key factors, including the quality of digital content through graphic design, video production, and engaging and relevant caption writing, consistent content publication, the regular and effective use of social media platforms, and collaboration with business partners to increase audience reach and engagement. This study contributes to the development of digital communication studies and online media practices, particularly in the field of digital media and content production.*

Keywords: *digital content, media communication, content production, internship, Tribun Sumsel*

Abstrak. Penelitian ini merupakan studi kasus berbasis pengalaman magang tentang pengembangan dan produksi konten digital sebagai praktik komunikasi media yang dilakukan di Tribun Sumsel selama 16 minggu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara dan studi pustaka untuk memahami proses pengelolaan konten serta upaya mengembangkan konten. Penelitian ini juga terlibat aktif dalam pengelolaan akun Jobhunter sebagai program unggulan penyedia informasi lowongan kerja, produksi konten promosi bagi mitra usaha, serta kegiatan pendukung seperti produksi *podcast*, pelayanan *front office*, dan keterlibatan dalam penyelenggaraan *event*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan dan produksi bergantung pada kualitas konten digital mencakup desain grafis, produksi video dan penulisan *caption* yang menarik dan relevan, pengunggahan konten yang konsisten, penggunaan platform media sosial secara rutin dan efektif, serta kolaborasi dengan mitra usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan jangkauan dan interaksi audiens. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi digital dan praktik media daring, khususnya dalam media dan konten digital.

Kata Kunci: konten digital, komunikasi media, produksi konten, magang, Tribun Sumsel

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dalam kehidupan dimulai dari proses sederhana dalam kehidupan sehari-hari sampai pada tingkat pemenuhan kepuasan sebagai individu dan makhluk sosial. Dari masa ke masa kemajuan teknologi terus berkembang, mulai dari era teknologi pertanian, era teknologi industri, era teknologi informasi, dan era teknologi komunikasi dan informasi. (Danuri, 2019). Di era tahun 2000 adalah puncak kemajuan teknologi yang sangat pesat perkembangannya, memudahkan berbagai aktivitas mulai dari komunikasi, informasi, transaksi, edukasi, hiburan sampai pada kebutuhan paling pribadi sekalipun dapat terlayani dengan teknologi ini. (Danuri, 2019).

Di tahun 2017, Indonesia sempat menjadi salah satu pasar terbesar bagi Instagram (Yosephine, 2017), dan Indonesia juga sudah lama menjadi salah satu pasar potensial bagi pengembangan produk Google seperti YouTube, sehingga bisnis YouTubers dalam konteks pemasaran dan periklanan digital di negara ini menjadi sangat potensial dan menghasilkan perputaran uang dengan jumlah yang besar (Mahameruaji, Puspitasari, Rosfiantika, & Rahmawan, 2018).

Dalam konteks perkembangan teknologi inilah media digital menjadi alternatif sumber informasi bagi banyak pengguna Internet di Indonesia (Rahmawan, 2019). Seiring dengan perkembangan teknologi, dengan kondisi gerakan literasi media yang belum mapan dan jauh dari ideal, tantangan terkait gerakan ini juga muncul dari penetrasi beragam teknologi digital di masyarakat. Gerakan literasi media juga mulai tidak hanya berfokus pada media konvensional dan terutama televisi, namun juga pada berbagai media digital baru yang semakin menjadi bagian dari masyarakat luas. Masyarakat Indonesia dalam beberapa tahun belakangan ini dipandang sebagai masyarakat yang cukup terbuka terhadap teknologi-teknologi baru, terutama tentunya yang berkaitan dengan media digital. Apalagi hal ini juga didukung oleh fakta bahwa lebih dari separuh pengguna Internet di Indonesia adalah mereka yang berasal dari kalangan masyarakat urban yang sangat akrab dengan beragam media sosial (APJII, 2017; *We Are Social*, 2018).

Media digital mengacu pada semua bentuk media komunikasi yang menggunakan teknologi komputer untuk menggabungkan teks, gambar, suara dan video. Media digital berisikan membaca, menulis dan menyimpan data secara elektronik dalam bentuk numerik, menggunakan kode angka atau data (teks, gambar, suara dan video). Karena media digital menggunakan kode angka yang sama, media digital yang kompatibel dapat bertukar dan mengintegrasikan teks, gambar, suara dan video. Kompatibilitas ini adalah alasan utama mengapa media digital telah

menjadi komponen terpenting dalam pengembangan semua bisnis media massa saat ini (S.Biai, 2016).

Perkembangan teknologi digital yang pesat membawa perubahan signifikan dalam industri media massa (Wahyuti, 2023). Media yang sebelumnya bertumpu pada platform cetak dan penyiaran konvensional kini bertransformasi menjadi media digital yang lebih dinamis, interaktif, dan mampu menjangkau *audiens* secara lebih luas dan cepat (Wahyuti, 2023). Transformasi ini menuntut pelaku industri media untuk terus berinovasi, baik dalam cara menyampaikan informasi maupun dalam memproduksi konten yang relevan, menarik, dan bernilai bagi masyarakat (Husna, 2019).

Dalam konteks komunikasi media, produksi konten digital menjadi praktik inti yang menentukan keberhasilan sebuah media dalam membangun hubungan dengan audiensnya (Husna, 2019). Konten yang dirancang secara strategis, baik dalam bentuk grafis, video, maupun teks, berfungsi tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentuk persepsi, peningkatan keterlibatan *audiens*, dan penguat identitas media (Wahyuti, 2023).

Tribun Sumsel sebagai salah satu media massa terkemuka di Sumatera Selatan yang tergabung dalam jaringan Tribun Network telah menjalankan praktik komunikasi media secara multi-kanal (Tribun Sumsel, 2014). Salah satu program unggulan yang dikelola secara aktif adalah Jobhunter, sebuah platform konten yang menyajikan informasi lowongan kerja melalui media sosial. Pengelolaan Jobhunter melibatkan produksi konten kreatif dan promosi secara berkelanjutan agar akun tetap relevan dan kompetitif di tengah kepadatan konten media sosial.

Tribun Sumsel tidak hanya mengelola konten Jobhunter, tetapi juga aktif membuat konten promosi untuk mitra usaha. Mereka menawarkan kerja sama, mengambil gambar di lokasi mitra, dan melakukan *editing* serta publikasi konten promosi. Berbagai kegiatan pendukung seperti produksi *podcast*, pelayanan *front office*, dan keterlibatan dalam penyelenggaraan event turut memperkaya pemahaman tentang operasional perusahaan media secara menyeluruh.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus (*case study*) yang berbasis pada pengalaman magang (*internship-based research*). Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memantau proses produksi konten digital, mencakup perencanaan *design*, pengambilan gambar, *editing* video, hingga publikasi konten.

Wawancara mendalam untuk memperoleh pemahaman tentang alur kerja dan kebijakan produksi konten. Selain itu, studi pustaka dan dokumentasi digunakan untuk mendukung analisis dan memperoleh data sekunder terkait strategi produksi konten dan pengembangan teknologi komunikasi. Penelitian dilaksanakan di Kantor Tribun Sumsel yang berlokasi di Jl. Letjen H. Alamsyah Ratu Perwiranegara No. 120, Bukit Lama, Kecamatan Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan, dengan waktu pelaksanaan berlangsung selama 16 minggu, terhitung mulai tanggal 09 Februari 2026 hingga 30 Mei 2026.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Tribun Sumsel

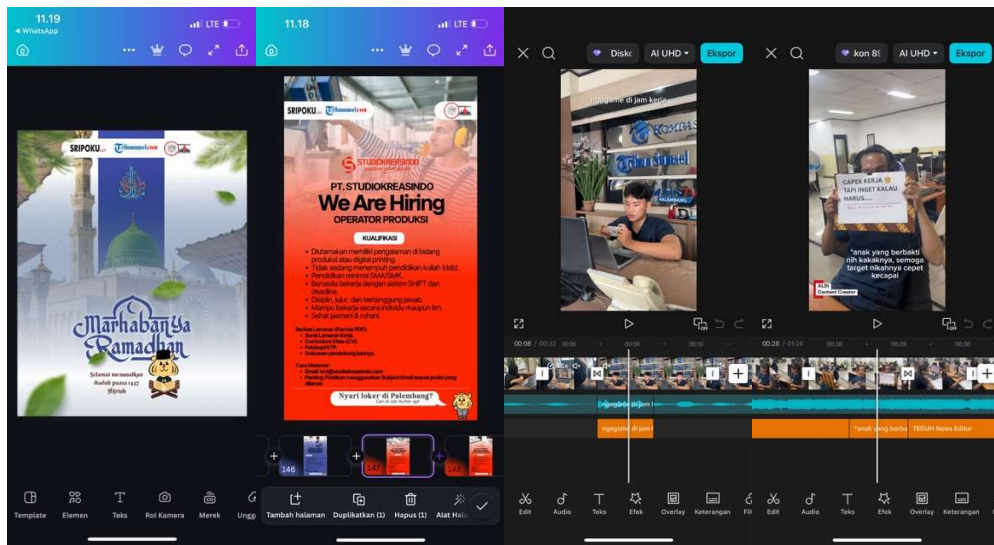
Tribun Sumsel merupakan bagian dari Tribun Network, jaringan media terbesar di Indonesia dengan 72 media lokal yang tersebar dari Sabang hingga Merauke dan didukung lebih dari 1.000 wartawan di hampir seluruh kota di Indonesia (Tribun Sumsel, 2014). Cikal bakal Tribun Network bermula dari pengelolaan pers daerah pada tahun 1987, berkembang melalui kelahiran brand Tribun pada tahun 2003, transformasi digital melalui Tribunnews.com pada tahun 2010, hingga lahirnya Tribun Sumsel pada tahun 2012 (Tribun Sumsel, 2014; Wikipedia, 2025). Struktur organisasi Tribun Sumsel terbagi menjadi dua pilar utama, yaitu pilar redaksional yang dipimpin oleh Pemimpin Redaksi dan pilar bisnis yang dipimpin oleh *General Manager*, dengan berbagai divisi pendukung seperti *Online Manager*, *News Manager*, *Advertising Manager*, *Manager Event Organizer & Promosi*, *Manager Keuangan*, *Manager Human Resource & General Affairs*, dan *Manager Percetakan*.

3.2 Proses Produksi Konten Digital

Konten digital secara sederhana dapat dipahami sebagai sejumlah informasi berupa teks, gambar, video, audio, atau kombinasinya yang didistribusikan dan dapat diakses melalui perangkat komputer maupun platform digital lainnya (Husna, 2019). Proses produksi konten digital di Tribun Sumsel berlangsung secara sistematis melalui beberapa tahapan, yaitu perencanaan konsep, desain grafis, pengambilan gambar atau video, proses *editing*, penulisan *caption*, hingga publikasi di platform media sosial (Wahyuti, 2023). Selama kegiatan magang, penulis terlibat aktif dalam setiap tahapan tersebut, terutama dalam pembuatan desain harian untuk akun Jobhunter yang dikerjakan secara konsisten hampir setiap hari kerja selama 16 minggu.

Selain desain statis, penulis juga memproduksi konten video pendek bertema hiburan dan edukasi yang relevan dengan kehidupan kantor dan dunia kerja, seperti konten bertema generasi Z di tempat kerja, motivasi pencari kerja, dan perbandingan jurusan kuliah dengan pekerjaan saat

ini. Hal ini sejalan dengan prinsip bahwa konten merupakan kunci utama dalam unggahan media sosial, karena kualitas konten akan menentukan tersampaikan atau tidaknya pesan yang ingin disampaikan kepada *audiens* (Wahyuti, 2023). Proses produksi video ini mencakup pengambilan gambar, penyusunan naskah singkat, proses *editing* menggunakan aplikasi pengeditan video, hingga penambahan teks dan elemen visual sebelum dipublikasikan.



Gambar 1. Proses Desain Grafis dan Editing Video Konten Digital

3.3 Pengembangan Akun Jobhunter

Jobhunter adalah program unggulan dari Tribun Sumsel. Program ini memberikan informasi tentang lowongan kerja kepada masyarakat melalui media sosial. Pengelola akun Jobhunter tidak hanya memperbarui informasi lowongan kerja setiap hari, tetapi juga berusaha mengembangkan akun agar lebih dikenal dan memiliki banyak pengikut setia. Selama magang, saya terlibat dalam proses membuat konten Jobhunter. Saya menjadi *talent* dalam konten kreatif, mengedit video, menulis *caption* yang mudah dipahami, dan mempublikasikan konten ke platform media sosial.

Keterlibatan dari hulu ke hilir dalam mengelola akun Jobhunter, kita dapat memahami dengan lebih baik bagaimana sebuah akun media sosial dikelola dan dikembangkan secara profesional. Ini termasuk strategi untuk menjaga konsistensi *posting* harian, bahkan ketika kita kehabisan ide desain, agar konten tetap menarik dan tidak monoton.

Sebagai indikator keberhasilan pengelolaan akun selama periode magang berlangsung, berikut disajikan data perkembangan akun Jobhunter sejak mulai dikelola oleh penulis hingga akhir masa magang.

Tabel 1. Perkembangan Akun Jobhunter Selama Periode Magang

Indikator	Hasil
<i>Follower</i> Awal	±240
<i>Follower</i> Akhir	509
Pertambahan <i>Follower</i>	±269
Persentase Pertumbuhan	112%
Tayangan (<i>Views</i>)	117.597
Akun Dijangkau (<i>Reach</i>)	37.146
Interaksi	1.968
Kunjungan Profil	1.739
<i>Reach</i> dari Non-Pengikut	82,4%
Interaksi dari Non-Pengikut	73,2%

Berdasarkan data tersebut, akun Jobhunter mengalami pertumbuhan pengikut yang signifikan, yaitu sebesar 112%, dari sekitar 240 menjadi 509 pengikut selama masa magang berlangsung. Meningginya angka *reach* dan interaksi dari non-pengikut, masing-masing sebesar 82,4% dan 73,2%, menunjukan bahwa strategi konten yang dihasilkan mampu menjangkau *audiens* baru di luar basis pengikut yang sudah ada, sehingga berkontribusi signifikan terhadap perluasan jangkauan dan pengenalan akun Jobhunter sebagai kanal informasi lowongan kerja di Sumatera Selatan.

3.4 Produksi Konten Promosi Mitra Usaha

Tribun Sumsel turut aktif memproduksi konten promosi bagi mitra usaha sebagai salah satu sumber pendapatan media. Kemampuan konten untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens sangat dipengaruhi oleh cara memproduksinya. Proses pembuatannya tidak hanya penting, tetapi cara materi konten disampaikan dan disajikan di media sosial juga berdampak pada kinerjanya. Proses ini dimulai dengan menawarkan kerja sama, di mana penulis turut dilibatkan dalam mengunjungi dan menawarkan layanan promosi kepada sejumlah usaha. Setelah kerja sama disepakati, penulis terlibat langsung sebagai kameramen dalam sesi pengambilan gambar di lokasi mitra usaha, sekaligus tampil sebagai *talent* dalam beberapa konten yang diproduksi.

Materi yang telah direkam kemudian diolah melalui proses *editing* video hingga menjadi konten promosi siap publikasi. Keterlibatan dalam seluruh tahapan produksi ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana komunikasi pemasaran media dijalankan secara

profesional dan menyeluruh, termasuk teknik pengambilan *angle* video dan koordinasi tim selama produksi berlangsung.

Kolaborasi dengan mitra usaha atau lainnya merupakan metode yang efektif untuk memperluas jangkauan distribusi video. Hubungan ini memungkinkan materi untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas sekaligus mendapatkan manfaat dari kredibilitas dan daya tarik mitra. Pendekatan kolaborasi yang sistematis dan terencana memungkinkan kedua belah pihak untuk saling membantu dalam mengembangkan konten yang relevan dan efektif yang menjangkau *audiens* target dengan lebih efisien.



Gambar 2. Kegiatan Penawaran Kerja Sama dan Produksi Konten Promosi Mitra Usaha

3.5 Kegiatan Pendukung

Selain kegiatan inti produksi konten digital, penulis juga terlibat dalam berbagai kegiatan pendukung yang memperkaya pemahaman tentang operasional perusahaan media secara umum, di antaranya:

1. Produksi *podcast*, mencakup berbagai kegiatan seperti pengambilan *footage* serta *storytelling*.
2. Pelayanan *front office*, meliputi menyambut serta pelayanan tamu, penerimaan kunjungan dari berbagai institusi pendidikan, dan pelayanan pembuatan berita pengumuman kehilangan dokumen di koran.
3. Keterlibatan dalam penyelenggaraan *event* besar, mencakup menyiapkan isi dan perlengkapan acara, menjaga *stand* kesekretariatan atau informasi, yang melatih kemampuan koordinasi lapangan dan kerja sama tim.
4. Kegiatan administrasi dan dokumentasi, termasuk dokumentasi ruangan kantor untuk keperluan promosi properti sewa.

Kombinasi berbagai tugas yang dijalankan secara bersamaan—seperti mendesain konten Jobhunter, menjaga *front office*, dan membantu produksi *podcast* dalam waktu yang sama—secara signifikan melatih kemampuan *multitasking* dan manajemen waktu penulis selama masa magang.



Gambar 3. Keterlibatan dalam Produksi *Podcast*, Pelayanan *Front Office*, dan Penyelenggaraan *Event*

3.6 Kendala Dan Strategi Penyelesaian

Selama pelaksanaan magang, beberapa kendala yang dihadapi antara lain proses beradaptasi terhadap lingkungan kerja baru, keterbatasan atau kesulitan mencari ide desain agar konten tetap menarik dan tidak monoton, kendala teknis seperti pencahayaan dan pengambilan *angle* video, pembagian fokus saat menangani beberapa tugas secara bersamaan, serta kondisi kesehatan yang beberapa kali mengganggu kehadiran. Kendala-kendala tersebut diatasi melalui konsultasi dengan pembimbing lapangan, peningkatan ketelitian dalam perencanaan konten, serta penguatan kemampuan koordinasi tim.

3.7 Kompetensi Yang Diperoleh

Berdasarkan rangkaian kegiatan selama 16 minggu, kompetensi yang berhasil dikembangkan oleh penulis meliputi desain grafis, *editing* video, penulisan *caption* dan naskah konten, fotografi dan videografi, komunikasi pemasaran dan negosiasi kerja sama, produksi *podcast*, manajemen *event*, pelayanan pelanggan (*front office*), serta menambah kemampuan *multitasking* dan manajemen waktu. Dengan Capaian kompetensi ini menunjukkan bahwa program magang berhasil menjembatani teori komunikasi media yang dipelajari di bangku perkuliahan dengan praktik nyata di industri media digital.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan data dan informasi yang telah dianalisis, peneliti mendapatkan bahwa proses produksi konten digital di Tribun Sumsel memengaruhi perkembangan di platform digital khususnya pada akun Jobhunter, dapat disimpulkan bahwa telah menunjukkan peningkatan signifikan dalam produksi dan strategi penyajian konten digital. Kualitas teknis seperti perancangan desain grafis, *editing* video, penulisan *caption*, hingga publikasi di platform media sosial memenuhi standar profesional berkat penerapan SOP dan penggunaan alat produksi yang memadai. Selain itu, pengelolaan dan pengembangan akun Jobhunter memerlukan konsistensi, kreativitas, dan strategi konten yang tepat sasaran, sementara keterlibatan dalam produksi konten promosi mitra usaha memberikan gambaran nyata tentang praktik komunikasi pemasaran media yang profesional.

Kegiatan pendukung seperti produksi *podcast*, pelayanan *front office*, dan keterlibatan dalam penyelenggaraan *event* menunjukkan bahwa dapat memperluas wawasan tentang operasional perusahaan media secara menyeluruh, sekaligus melatih kemampuan adaptasi dan *multitasking* di lingkungan kerja yang dinamis, serta melatih kemampuan koordinasi lapangan dan kerja sama tim. Secara keseluruhan, program magang di Tribun Sumsel telah berhasil menjembatani teori komunikasi media dengan praktik nyata di industri, dan kompetensi yang diperoleh menjadi bekal berharga dalam menghadapi dunia kerja di bidang komunikasi dan media digital.

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai efektivitas strategi konten digital terhadap tingkat *engagement audiens* secara kuantitatif, serta mengeksplorasi perbandingan praktik produksi konten digital antar media daerah dalam jaringan Tribun Network.

DAFTAR PUSTAKA

- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2).
- Dewi, I. R., & Bachtiar, W. (2025). Strategi komunikasi digital melalui produksi konten video oleh content creator di redaksi Suara. com. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(5), 2517-2531.
- Husna, J. (2019). Peran pustakawan sebagai kreator konten digital. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 3(2), 173-184.
- Karimah, A., & Rinonce, P. (2025). Strategi pemasaran konten dalam meningkatkan interaksi konsumen di media sosial. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 124-129.
- Lisa, M. G. K., & Pabulo, A. M. A. (2024). Strategi pemasaran pembuatan konten untuk pemasaran UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(3), 3037-3041.
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019). Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 31-43.
- Tribun Sumsel. (2014). *Situs resmi Tribun Sumsel/Sriwijaya Post*. Diakses dari arsip internal perusahaan.
- Wahyuti, T. (2023). *Produksi konten digital*. PT Rekacipta Proxy Media.
- Wikipedia. (2025). *Sriwijaya Post "Our beloved newspaper."* Sistem Informasi.