

PERAN BRIEF KONTEN DALAM MENYELARASKAN PENYAMPAIAN PESAN DAN VISUALISASI KONTEN DIGITAL DI TRANS MEDIA SOSIAL

Nafra Alyssa Syahbaniah¹, Aceng Hidayat²

^{1,2}Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University

Alamat e-mail : ¹nafraalyssa@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

Internal communication management in the digital creative industry often faces message distortion between the ideation team and the visual execution team. This study aims to analyze the role of written content briefs in aligning message delivery and digital content visualization at Trans Media Sosial (TMS). The methodology employed is descriptive qualitative, with data collected through in-depth interviews with mentors, graphic designers, and video editors, alongside participatory observation and document study. The results indicate that digital platform-based written briefs act as an effective dual quality control instrument. In the messaging aspect, this document successfully locks in information accuracy and content pillars derived from collective team brainstorming. In the visual aspect, the use of concrete descriptive sentences effectively guides the designers' layouts and aligns video scene sequences transparently. The existence of the brief is proven to significantly reduce repetitive revisions and accelerate daily production turnaround. In conclusion, this study underscores the importance of standardized written blueprints as an alignment tool for both conceptual and practical aspects to maintain message integrity.

Keywords: Content Brief, Message Delivery, Content Visualization.

ABSTRAK

Manajemen komunikasi internal dalam industri kreatif digital sering kali menghadapi tantangan distorsi pesan antara tim perancang ide dan tim eksekutor visual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *content brief* tertulis dalam menyelaraskan penyampaian pesan dan visualisasi konten digital di Trans Media Sosial (TMS). Metodologi yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam bersama mentor, desainer grafis, dan video editor, serta observasi partisipatif dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dokumen brief tertulis berbasis platform digital bertindak sebagai instrumen kendali mutu ganda yang efektif. Dalam aspek pesan, dokumen ini berhasil mengunci akurasi informasi dan pilar konten dari hasil *brainstorming* tim. Dalam aspek visual, penggunaan kalimat deskriptif konkret mampu memandu tata letak desainer serta menyelaraskan urutan adegan video secara transparan. Keberadaan brief terbukti secara signifikan menekan angka revisi berulang dan

mempercepat waktu produksi harian. Kesimpulannya, penelitian ini menegaskan pentingnya standarisasi cetak biru tertulis sebagai alat penyelarasan aspek konseptual dan praktikal demi menjaga integritas pesan.

Kata kunci : *Content Brief*, Penyampaian Pesan, Visualisasi Konten.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan besar pada cara manusia memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi informasi. Internet telah mengubah lanskap komunikasi tradisional dengan mengintegrasikan teks, audio, gambar, dan video ke dalam satu platform digital multiplatform yang dinamis. Berdasarkan data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 81,72% dari total populasi, atau setara dengan sekitar 235 juta jiwa. Fenomena hiper-konektivitas ini memicu migrasi massal audiens dari media konvensional menuju media online sebagai saluran utama komunikasi publik. Menurut Tarifu et al. (2017), media online kini dipandang sebagai media massa "generasi ketiga" yang memiliki keunggulan kompetitif dalam hal kecepatan penyebaran, interaktivitas, jangkauan luas, serta kemampuan

menembus batas ruang dan waktu.

Industri media digital di Indonesia pun mengalami perkembangan yang sangat pesat, di mana platform media sosial kini menjadi instrumen utama dalam penyebaran informasi dan pembentukan opini publik. Di tengah ekosistem media yang kompetitif ini, platform berbasis visual dan audio-visual seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tumbuh menjadi ruang komunikasi dua arah yang sangat dominan. Instagram, misalnya, menempati peringkat kedua sebagai platform media sosial yang paling aktif digunakan di Indonesia setelah WhatsApp, dengan persentase penggunaan mencapai 85,3%. Fungsi Instagram pun kini telah bergeser; platform ini tidak lagi sekadar menjadi sarana hiburan atau berbagi dokumentasi visual pribadi, namun turut membentuk opini publik, memperluas jejaring sosial, serta mendorong partisipasi masyarakat terhadap berbagai isu.

Melalui identitas visual yang

konsisten dan penyajian konten yang relevan, media sosial memegang peran krusial dalam membentuk citra positif, transparansi, serta memperkuat strategi branding suatu organisasi di mata publik. Trans Media Sosial (TMS) sebagai salah satu pelaku industri media dituntut untuk memproduksi konten yang kreatif, cepat, dan konsisten guna mempertahankan kepercayaan audiens di tengah persaingan pasar digital yang kompetitif. Sebagaimana dijelaskan oleh Pamungkas dkk. (2024), strategi komunikasi digital melalui media sosial memerlukan transparansi, interaksi aktif, serta konsistensi dalam branding untuk membangun loyalitas konsumen.

Namun, tantangan utama yang sering muncul di lapangan adalah bagaimana menjaga integritas pesan tetap selaras dari tahap ideasi hingga eksekusi visual oleh tim kreatif agar tidak terjadi pergeseran makna di dalam ruang digital. Sekadar memiliki akun media sosial atau mempublikasikan konten secara berkala dinilai tidak lagi cukup untuk menarik perhatian audiens. Pengelola media senantiasa dihadapkan pada ketatnya persaingan antarmedia,

perubahan algoritma platform digital yang dinamis, serta keharusan untuk menjaga kredibilitas informasi di tengah maraknya disinformasi. Oleh karena itu, pengolahan informasi dan pesan memerlukan perencanaan yang matang, mulai dari penentuan tujuan komunikasi, analisis segmentasi audiens, hingga perancangan pesan utama agar setiap konten yang diunggah mampu memicu interaksi yang interaktif, komunikatif, dan menghasilkan *engagement* yang tinggi.

Keberhasilan sebuah konten digital dalam mencapai target komunikasi sangat bergantung pada manajemen produksi yang terencana dengan matang. Larasati dan Nugroho (2025) menekankan bahwa proses produksi konten visual memerlukan koordinasi tim yang solid melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan secara berkala. Di lingkungan Trans Media Sosial, peran dokumen *content brief* menjadi vital sebagai panduan utama dalam pembuatan konten harian. Brief tersebut bukan sekadar instruksi teknis biasa, melainkan instrumen untuk menyelaraskan antara

penyampaian pesan yang diinginkan organisasi dengan visualisasi yang dihasilkan oleh tim produksi.

Untuk membedah alur kerja operasional ini, penelitian ini mengintegrasikan fungsi manajemen produksi POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) dari George R. Terry bersama dengan pendekatan komunikasi *Encoding-Decoding* dari Stuart Hall. Dalam konteks tata kelola produksi media di TMS, draf *content brief* diposisikan sebagai jembatan struktural konseptual:

1. *Planning* (Perencanaan):

Tahap di mana tim *creative content* melakukan riset tren, menetapkan tujuan pesan, dan merumuskan ide dasar. Proses perencanaan ini dikunci secara formal ke dalam bentuk tulisan pada dokumen brief. Langkah tertulis ini sekaligus menjadi awal dari proses Encoding, yaitu menerjemahkan gagasan abstrak konten ke dalam struktur pesan verbal dan instruksi tertulis yang terstandarisasi.

2. *Organizing*

(Pengorganisasian):

Melibatkan pembagian tugas dan peran yang jelas di dalam tim kreatif sebelum produksi dimulai agar tidak terjadi tumpang tindih peran di antara penulis naskah, desainer grafis, dan editor.

3. *Actuating* (Pelaksanaan):

Tahap eksekusi di mana dokumen brief diserahkan kepada tim eksekutor visual. Pada tahap inilah proses Decoding berlangsung, di mana desainer grafis dan video editor menerjemahkan instruksi teks, kalimat deskriptif konkret, serta referensi visual di dalam brief ke dalam bentuk produk visual atau audio-visual (seperti tata letak gambar, pemilihan musik latar, potongan klip video, dan *text on screen*).

4. *Controlling* (Pengendalian):

Berfungsi sebagai pengawasan kualitas (*quality control*) oleh mentor dan tim evaluasi untuk memastikan bahwa hasil *decoding* visual yang diproduksi oleh tim teknis tidak melenceng dari pesan awal hasil *encoding* yang telah direncanakan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuningsih dan Suparman (2026) menunjukkan bahwa pendekatan *encoding-decoding* sangat menentukan kemampuan editor dalam menjaga keharmonisan aspek audio, visual, dan naskah cerita agar pesan dapat diserap audiens tanpa distorsi. Di samping itu, Tania dan Laksono (2022) mengemukakan bahwa penyusunan strategi pesan persuasif memerlukan pertimbangan manfaat informasi agar mampu menggeser persepsi publik secara efektif. Meskipun demikian, mayoritas kajian literatur terdahulu lebih menitikberatkan perhatian pada strategi pemasaran konten digital secara makro atau keharmonisan produk audio-visual pada tahap hilir publikasi. Belum ada kajian kualitatif mendalam yang secara spesifik mengulas peran cetak biru tertulis (*written blueprint*) berskala harian seperti *content brief* sebagai instrumen manajemen kendali mutu mikro yang menjembatani tim ideasi dan tim desainer teknis.

Research gap inilah yang menjadi kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini. Penelitian ini bertujuan

untuk menganalisis peran operasional penyusunan *content brief* dalam menjaga keselarasan antara perencanaan pesan strategis dengan batasan eksekusi visual di Trans Media Sosial, serta memberikan rujukan praktis mengenai standarisasi cetak biru produksi bagi praktisi komunikasi digital dan media.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan jenis metode deskriptif. Penggunaan metode kualitatif deskriptif ini dipilih agar peneliti mampu membongkar, menguraikan, dan menggambarkan fenomena lapangan secara sistematis, faktual, dan mendalam mengenai bagaimana dokumen *content brief* dirancang oleh tim kreatif, dipahami oleh tim eksekutor visual, dan diawasi oleh mentor produksi di lingkungan kerja riil Trans Media Sosial (TMS). Karakteristik efektivitas sebuah brief melibatkan dinamika penerjemahan ide, koordinasi antarpribadi, dan penafsiran kode makna yang bersifat kualitatif sehingga tidak dapat diukur menggunakan angka atau statistik kuantitatif.

Penelitian ini dilaksanakan di organisasi media digital Trans Media Sosial (TMS). Penentuan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa TMS memiliki ekosistem kerja produksi media baru yang sangat dinamis, adaptif terhadap perkembangan tren platform modern, serta menerapkan standarisasi draf brief tertulis secara konsisten dalam memproduksi konten visual harian. Hal ini memberikan akses bagi peneliti untuk melakukan pengamatan secara langsung dan *real-time* terhadap interaksi kerja antara penyusun strategi konten (*content strategist*) dan tim produksi teknis.

Subjek penelitian ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, di mana informan dipilih berdasarkan kriteria spesifik yang terlibat langsung dan memiliki pemahaman mendalam dalam siklus pembuatan serta eksekusi *content brief* di TMS. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 (tiga) orang yang merepresentasikan alur kerja produksi di lapangan, yaitu:

1. Informan 1 (Mentor Produksi / Pengawas Kualitas): Berperan sebagai penanggung jawab kualitas konten dan pemberi

persetujuan draf brief.

2. Informan 2 (Desainer Grafis): Berperan sebagai eksekutor visual produk statis (*feeds*).
3. Informan 3 (Video Editor): Berperan sebagai eksekutor visual produk audio-visual (video pendek).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga instrumen utama, yakni: (1) Wawancara mendalam (*in-depth interview*) secara tatap muka dengan ketiga informan untuk menggali pemahaman dan tanggapan mereka terhadap kejelasan struktur brief; (2) Observasi partisipatif harian untuk mengamati jalannya proses diskusi tim dari tahap *brainstorming*, draf tertulis, hingga proses penyuntingan; dan (3) Studi dokumentasi dengan mengumpulkan arsip draf dokumen *content brief* berbasis Google Docs untuk dibandingkan secara langsung dengan produk digital akhir yang telah dipublikasikan.

Untuk menjaga objektivitas ilmiah dan mengeliminasi risiko bias peran karena peneliti juga bertindak sebagai praktisi magang (*Creative Content Intern*) di TMS, riset ini menerapkan teknik triangulasi sumber

data. Peneliti tidak menarik kesimpulan berdasarkan asumsi subjektif pribadi, melainkan melakukan *cross-check* data dengan membandingkan draf dokumen tertulis, hasil wawancara dari sudut pandang eksekutor teknis visual (desainer grafis dan editor), serta data penilaian kualitas (*quality control*) dari mentor selaku pengawas produksi. Alur analisis data merujuk pada model Miles dan Huberman (2014), yang meliputi tahap reduksi data (merangkum dan memilah data lapangan), penyajian data (menyusun informasi secara naratif dan matriks), serta penarikan kesimpulan secara teoritis dan praktis.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Temuan lapangan menunjukkan bahwa dokumen *content brief* tertulis di Trans Media Sosial (TMS) memegang fungsi strategis yang signifikan. Dokumen ini tidak dipandang sebagai berkas administrasi formal semata, melainkan berfungsi sebagai instrumen kendali mutu ganda (*dual quality control instrument*) yang menjamin keterpaduan antara integritas pesan konseptual dan

eksekusi visual di ruang digital. Berdasarkan analisis terhadap data kualitatif, implementasi draf brief tertulis berbasis platform Google Docs terbukti efektif memotong rantai distorsi pesan yang biasanya rawan terjadi akibat penyampaian instruksi kerja yang hanya mengandalkan komunikasi lisan (*verbal order*).

Sistem brief tertulis ini memfasilitasi penurunan gagasan strategis hasil *brainstorming* tim kreatif, masukan mentor, maupun hasil riset tren menjadi produk grafis dan audio-visual yang presisi tanpa kehilangan esensi pesan utamanya. Seluruh informan secara empiris menegaskan bahwa ketiadaan cetak biru tertulis akan memicu terjadinya pergeseran interpretasi makna yang masif di antara anggota tim produksi, sehingga draf tertulis mutlak dijadikan sebagai komando tunggal di lapangan.

1. Aspek Penyelarasan Penyampaian Pesan (*Encoding*)

Dalam dimensi penyampaian pesan, dokumen brief di TMS bertindak sebagai pelindung akurasi informasi agar produk yang disajikan kepada publik tidak mengalami bias

makna (*misleading*), khususnya pada jenis konten informatif, edukatif, atau berita. Berdasarkan studi dokumen, klasifikasi format brief di TMS dibagi menjadi dua jenis dokumen operasional demi mengunci struktur pesan:

1. Brief Video Pendek (Konten Baca Today, Full Day Sale, dsb): Penyelarasan disusun secara naratif-sekuensial, meliputi judul konten yang terikat pada pilar branding, draf kalimat pemikat (*hook opening*) pada detik pertama, penulisan naskah dialog secara kata per kata (*verbatim*), dan instruksi teks yang wajib dimunculkan di layar (*text on screen*).
2. Brief Feeds Grafis Statis: Penyelarasan berfokus pada perumusan *headline* (judul utama) yang kuat, subjudul halaman, rincian poin *text copy* yang akan dimasukkan ke dalam ruang kanvas desain, serta draf teks takarir (*caption*) lengkap untuk kebutuhan pengunggahan.

Informan 1 (Mentor Produksi) menegaskan bahwa struktur pesan yang matang di dalam lembar brief

merupakan ujung tombak produksi yang berfungsi sebagai alat penentu kualitas paling utama guna meminimalisir kesalahan mendasar (*essential error*) sebelum konten melangkah ke tahap penyuntingan gambar atau video.

Ditinjau dari teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall, dokumen brief di TMS secara ilmiah berperan sebagai ruang penerjemahan kode (*code-translation space*). Proses *encoding* terjadi secara terstruktur ketika tim kreatif menerjemahkan strategi pesan ke dalam teks dialog, judul, dan urutan teks tertulis. Melalui standarisasi tertulis ini, transmisi pesan dapat berjalan dengan aman menuju proses *decoding* visual yang dilakukan oleh video editor saat memotong klip video, menyelaraskan ketukan audio, dan menyusun jalannya cerita. Keselarasan struktural ini berhasil mengeliminasi kontradiksi pesan, seperti penggunaan audio populer berirama ceria pada konten berita formal atau edukasi yang bersifat serius. Kenyataan empiris ini sejalan dengan premis teoretis Yuningsih dan Suparman (2026) bahwa keharmonisan antara aspek audio, visual, dan naskah cerita yang

dibangun sejak awal siklus perancangan sangat menentukan tingkat keberhasilan penyerapan pesan oleh audiens.

2. Aspek Panduan Teknis Visualisasi (*Decoding*)

Dalam dimensi visualisasi, dokumen brief di TMS berfungsi sebagai cetak biru estetika yang memandu tata letak, komposisi elemen desain, dan alur adegan agar berjalan beriringan dengan maksud teks naskah. Petunjuk visualisasi tidak dibiarkan kosong atau abstrak, melainkan diisi dengan deskripsi kata-kata yang konkret dan komunikatif.

Pada brief *feeds* grafis statis, instruksi visual dijelaskan melalui metafora kata yang jelas, seperti "*visual buku terbuka dan bersinar yang menggambarkan ilmu*". Sementara pada brief video pendek, panduan visual per adegan (*scene*) dijabarkan melalui deskripsi tindakan nyata (*actionable instruction*) seperti kalimat "*talent berjalan sembari tertawa*" yang dilengkapi dengan tautan (*hyperlink*) referensi video eksternal sebagai acuan gaya (*style reference*).

Berdasarkan wawancara dengan Informan 2 (Desainer Grafis),

keberadaan komponen referensi visual dan kejelasan instruksi teks deskriptif dalam brief terbukti sangat efektif memberikan gambaran instan mengenai bagian teks mana yang harus dijadikan sorotan utama (*highlight*) tanpa membatasi ruang kreativitas desainer dalam mengembangkan komposisi warna maupun elemen grafis baru. Di sisi lain, Informan 3 (Video Editor) mengemukakan bahwa pembagian urutan adegan yang diceritakan lewat deskripsi jelas beserta naskah dialog tertulis membuat seluruh proses kerja menjadi terlacak secara transparan (*tracked*). Kondisi ini memudahkan editor menentukan suasana visual serta gaya penyuntingan yang diinginkan tanpa harus meraba-raba arah cerita dari awal.

Untuk memberikan gambaran operasional yang komprehensif mengenai peran dokumen brief dalam menjembatani aspek pesan dan visual di Trans Media Sosial, berikut disajikan matriks komparasi hasil penelitian pada Tabel 1:

**Tabel 1 Matriks Peran Brief dalam
Menyelaraskan Pesan dan Visualisasi di
TMS**

<i>Objek Komunikasi</i>	<i>Komponen Penyela-rasan Pesan (Encoding)</i>	<i>Komponen Panduan Visualisasi (Decoding)</i>	<i>Dampak Operasional terhadap Efisiensi Kerja</i>
<i>Konten Video Pendek</i>	<i>Judul berbasis pilar konten, kalimat hook opening, naskah dialog verbatim, instruksi text on screen, dan draft caption.</i>	<i>Tautan referensi video eksternal serta penjelasan deskriptif mengenai situasi tindakan adegan harian.</i>	<i>Alur cerita video menjadi terstruktur; menekan jumlah revisi berulang akibat instruksi lisan (verbal order) yang rawan terlupa.</i>
<i>Konten Grafis Statis (Feeds)</i>	<i>Headline utama, subjudul halaman, rincian poin text copy yang ditampilkan, dan draft caption publikasi.</i>	<i>Deskripsi instruksi visual arah desain (misal: visual buku terbuka dan bersinar) serta contoh aset.</i>	<i>Desainer langsung memahami bagian teks yang harus dijadikan sorotan utama (highlight); mempercepat proses layouting.</i>

3. Analisis Kritis, Temuan Sekunder, dan Implikasi Praktis

Integrasi fungsi manajemen produksi POAC George R. Terry terbukti berjalan selaras pada

ekosistem TMS. Pengkondisian komponen naskah pesan dan instruksi tindakan visual merupakan perwujudan konkret dari tahap *Planning* dan *Organizing* yang matang. Ketika kedua tahapan hulu tersebut dikunci ke dalam satu dokumen tertulis digital, maka tahap pelaksanaan (*Actuating*) oleh desainer atau editor serta proses pengawasan (*Controlling*) melalui *quality control* oleh mentor dapat berjalan beriringan dalam satu jalur komando yang jelas. Temuan operasional ini memperkuat kajian terdahulu oleh Larasati dan Nugroho (2025) bahwa keberhasilan produksi konten visual di platform media sosial sangat bertumpu pada manajemen koordinasi internal tim yang berbasis pada perencanaan dokumentasi yang solid.

Namun demikian, di samping temuan utama tersebut, penelitian ini berhasil mengidentifikasi adanya temuan sekunder yang muncul dari dinamika koordinasi harian. Temuan sekunder tersebut mengungkapkan adanya tantangan operasional minor di lapangan:

- Pada produksi *feeds* grafis statis, desainer grafis sesekali

menghadapi kendala teks naskah yang terlalu panjang atau *over-capacity* untuk dimuat ke dalam satu halaman tata letak tanpa merusak estetika visual.

- Pada produksi video pendek, tantangan bergeser pada tingkat kehalusan transisi adegan (*bridging video*), di mana editor terkadang membutuhkan kejelasan lebih lanjut mengenai teknis posisi kamera (*camera angle*) dari deskripsi tindakan visual yang ditulis.

Relevansi temuan sekunder ini menunjukkan bahwa meskipun dokumen brief secara struktural sudah lengkap, pencapaian keselarasan yang sempurna tetap membutuhkan ruang komunikasi dua arah yang fleksibel di dalam tim kreatif melalui konfirmasi langsung jika ditemukan kendala teknis di lapangan. Ketepatan visualisasi tidak pernah berdiri sendiri, melainkan dikendalikan secara penuh oleh kualitas dokumen brief hulu. Ketika draf brief digarap secara matang, tim desainer dan editor dapat langsung mengeksekusi tugas

mereka secara fokus tanpa mengalami kebingungan arah cerita.

Implikasi praktis dari penelitian ini memberikan pembuktian nyata bagi industri media baru (*new media*) bahwa kejelasan dokumen brief tertulis berhubungan lurus dengan efisiensi waktu kerja dan penurunan tingkat pengulangan kerja (*rework*). Semakin detail proses penyelarasan dilakukan di atas lembar brief, maka jumlah revisi yang dihadapi oleh tim editor akan semakin sedikit dan hanya bersifat minor, sehingga kecepatan produksi agensi dapat meningkat secara signifikan demi mengejar target publikasi harian yang dinamis.

D. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penyusunan dokumen *content brief* tertulis memegang peran yang sangat krusial dan strategis sebagai ujung tombak komunikasi internal di Trans Media Sosial (TMS). Dokumen ini terbukti berhasil menyelaraskan aspek konseptual penyampaian pesan dengan aspek praktikal eksekusi visual di lapangan. Proses ini membuktikan bahwa ideasi konten yang lahir dari proses perencanaan

dapat diturutkan menjadi produk digital yang presisi tanpa mengalami distorsi makna. Kepatuhan seluruh anggota tim terhadap draf dokumen tertulis ini secara signifikan mampu meminimalisir risiko kesalahan interpretasi pesan serta menekan jumlah revisi berulang di tingkat penyuntingan, meskipun keselarasan yang sempurna pada praktiknya tetap membutuhkan ruang komunikasi interpersonal dua arah guna menyelesaikan kendala kapasitas teknis visual di lapangan.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dalam memperkuat relevansi fungsi manajemen produksi POAC yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan di era media baru. Dokumen brief di TMS bertindak sebagai ruang penerjemahan kode (*code-translation space*) yang menjembatani proses *encoding* oleh pembuat naskah dan proses *decoding* visual oleh desainer grafis serta video editor. Secara praktis, luaran riset ini membuktikan bahwa standarisasi deskripsi visual yang menggunakan kalimat komunikatif seperti instruksi tindakan nyata atau referensi gaya

tata letak jauh lebih efektif daripada instruksi lisan yang rawan terlupa. Meskipun demikian, hasil penelitian ini memiliki keterbatasan karena berfokus pada ruang lingkup satu organisasi media lokal dengan metode kualitatif deskriptif. Oleh karena itu, hasil temuan ini diharapkan dapat menjadi cetak biru operasional bagi agensi kreatif sejenis dalam mengelola kualitas komunikasi visual mereka.

Budianto (Ed.), *Komunikasi, media dan new media dalam pembangunan daerah* (hlm. 1–18). Buku Litera Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Machali, I. (2018). *The handbook of education management: Teori dan praktik pengelolaan sekolah/madrasah di Indonesia* (2nd ed.). Prenada Media.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.

Artikel in Press :

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2026). *Survei penetrasi internet Indonesia 2026*. Diakses pada 1 Juni 2026, dari <https://survei.apjii.or.id/>

Tarifu, L., Ridwan, H., & Nurhaliza, W. O. S. (2017). Peran ruang publik virtual dalam kampanye partai politik untuk memperoleh simpati/dukungan menjelang Pemilihan Gubernur Sultra tahun 2018. Dalam D. H. Santoso, K. Andryani, M. Nastain, & H.

Jurnal :

Hakim, H. I., Polin, I., & Irwansyah, I. (2024). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi dalam Masyarakat 5.0. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(23), 287-300.

Hakim. (2024). Efektivitas komunikasi tim kreatif: Menjaga integritas pesan dari tahapan konseptual hingga eksekusi visual dalam ruang digital. *Visual Ideas: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 45–58.

Kahfiansyah, R. (2024). Perencanaan pesan dan analisis segmentasi audiens dalam membangun digital engagement di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Manajemen Pemasaran*, 8(2), 112–125.

Larasati, A., & Nugroho, B. (2025). Manajemen produksi konten visual dalam meningkatkan efektivitas komunikasi media sosial. *Jurnal Manajemen Media*, 9(1), 45–58.

Padu, A. L. M., & Yusalina. (2026). Strategi produksi konten Instagram @rumahbumn.bogor dalam mendukung branding UMKM: Analisis berdasarkan pendekatan POAC. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 6(1), 154–163.

Pamungkas, C. D., Satria, E., & Lestari, F. (2024). Strategi komunikasi digital dan konsistensi branding di era media sosial. *Jurnal Komunikasi dan Pasar Digital*, 12(2), 112–125.

Sutanto, A., Wijaya, K., & Pratama, M. R. (2024). Menghadapi dinamika algoritma platform digital: Strategi pengelola media dalam mempertahankan kredibilitas dan interaksi audiens. *PIKMA: Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 7(3), 201–215.

Tania, R., & Laksono, M. (2022). Penerapan pesan persuasif media sosial dalam mengubah persepsi audiens. *Jurnal Komunikasi Massa dan Strategi Informasi*, 6(3), 201–214.

Yuningsih, S., & Suparman, I. (2026). Pendekatan encoding-decoding dalam menjaga keharmonisan audio-visual pada produksi konten digital kreatif. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 14(1), 77–89.