



3.18%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 17 DEC 2024, 11:51 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.02%

● CHANGED TEXT
3.16%

Report #24207523

5 1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Seiring dengan kemajuan teknologi yang pesat, penggunaan media digital di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal ini terlihat dari semakin tingginya angka pengguna internet, yang tidak hanya terbatas pada kalangan muda, tetapi juga merambah ke berbagai kelompok usia dan profesi. Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial, platform e-commerce, serta aplikasi mobile telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terbuka terhadap inovasi digital, yang menawarkan beragam peluang dalam berbagai sektor, mulai dari pendidikan hingga profesi.

2 7 Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024, tercatat jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 221,56 juta orang. Dengan tingkat internet sebesar 79,5%, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia telah terhubung dengan dunia digital. 13 Angka tersebut mencerminkan bagaimana internet kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Masyarakat tidak hanya menggunakan internet untuk komunikasi, tetapi juga untuk menyebarkan informasi, membuat konten, dan berpartisipasi dalam berbagai bidang kehidupan. Dari politik, pendidikan, hingga personal branding, internet menjadi alat yang sangat penting dalam memfasilitasi berbagai aktivitas, mempercepat arus informasi,

serta memungkinkan siapa saja untuk berkontribusi dalam percakapan global. Teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara kita bekerja, belajar, dan berinteraksi di era modern ini. Salah satu dampak paling terasa dari perkembangan teknologi ini adalah bagaimana kita memproduksi dan mengonsumsi konten. Menurut buku yang ditulis oleh Astrid, Lanskap produksi konten di era digital saat ini sangat dinamis dan terus berkembang, dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan kebutuhan 2 masyarakat akan informasi. Hal ini membuat tantangan di era 4.0 berubah menjadi peluang besar bagi berbagai profesi baru. Salah satu ciri utama dari lanskap ini adalah diversifikasi platform, di mana konten dapat diproduksi dan diakses melalui berbagai media seperti situs web, blog, media sosial, YouTube, dan lainnya. Pertumbuhan produksi konten ini juga didorong oleh meningkatnya penggunaan perangkat mobile di kalangan masyarakat, yang mempercepat konsumsi dan distribusi informasi secara digital (Savitri, 2019). Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital dan diversifikasi platform yang memungkinkan konten diproduksi dan disebarluaskan dengan lebih cepat dan mudah, kebutuhan akan profesional yang dapat menyusun pesan yang efektif dan menarik pun semakin meningkat.

16 Di sinilah peran copywriter menjadi sangat penting. Seorang copywriter tidak hanya bertugas untuk menulis, tetapi juga untuk menciptakan konten yang mampu menarik perhatian audiens, menyampaikan pesan secara jelas, dan memotivasi tindakan, baik itu untuk tujuan pemasaran, edukasi, atau hiburan. Dengan berkembangnya berbagai platform digital mulai dari media sosial hingga website peran copywriter semakin penting dalam merancang konten yang tepat sasaran, sesuai dengan karakteristik masing-masing platform, dan mampu bersaing dalam menciptakan informasi yang terus berkembang pesat. Seiring dengan semakin berkembangnya lanskap produksi konten digital, kebutuhan akan tenaga profesional yang dapat menghasilkan konten yang efektif dan menarik semakin tinggi. Salah satu profesi yang kini banyak dicari adalah copywriter, yang memiliki peran krusial dalam merancang pesan yang tepat dan memotivasi audiens untuk bertindak.

Dilansir dari artikel JobStreet, pada Oktober 2024, tercatat sekitar 782 lowongan pekerjaan untuk posisi copywriter di Indonesia, yang tersebar di berbagai kota besar seperti Jakarta, Tangerang, Bandung, dan Surakarta. Hal ini menunjukkan betapa besar permintaan akan keterampilan menulis yang persuasif dan relevan dalam industri digital saat ini. Untuk berkarier sebagai copywriter, dibutuhkan kemampuan khusus, terutama dalam merangkai kata-kata yang menarik, kreatif, dan mampu menyampaikan 3 pesan secara jelas dan efektif melalui berbagai platform media. Keterampilan ini menjadi sangat penting untuk menciptakan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menarik perhatian dan mempengaruhi pembaca. Seiring dengan pesatnya perkembangan dunia digital, peran copywriter tidak hanya terbatas pada sektor bisnis atau industri kreatif, tetapi juga semakin penting dalam konteks komunikasi publik, termasuk di sektor pemerintahan. Dalam era informasi yang serba cepat ini, humas pemerintahan memiliki tanggung jawab besar untuk memastikan pesan yang disampaikan kepada publik tidak hanya jelas dan efektif, tetapi juga mampu membangun kepercayaan dan transparansi. Seorang copywriter yang bekerja dalam bidang humas pemerintahan dituntut untuk menyusun pesan yang tidak hanya informatif, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai keberlanjutan, akuntabilitas, dan keterbukaan. Dengan adanya media sosial dan platform digital, humas pemerintahan semakin mengandalkan kemampuan menulis yang persuasif dan relevan untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan tepat sasaran. Sebagai bagian dari komunikasi publik yang terus berkembang, peran humas pemerintahan semakin vital dalam memastikan pesan yang disampaikan tidak hanya efektif, tetapi juga mampu membangun hubungan yang baik antara pemerintah dan masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, setiap organisasi humas pemerintahan yang dibentuk pasti memiliki visi dan tujuan yang jelas. Dengan tujuan yang ditetapkan, arah organisasi akan semakin fokus dan terarah. Seperti yang dijelaskan oleh Drs. Suprawanto (2018), tujuan yang jelas akan mempermudah organisasi dalam menetapkan tugas pokok dan fungsi

masing-masing bagian, sehingga setiap elemen dalam organisasi dapat menjalankan peranannya dengan efektif dan tidak terjadi tumpang tindih. Dalam konteks humas pemerintahan, hal ini menjadi sangat penting agar komunikasi antara pemerintah dan publik dapat berjalan dengan lancar, serta memperkuat kredibilitas dan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

4 Dalam membahas pentingnya komunikasi yang efektif dalam humas pemerintahan, setiap elemen yang terlibat memiliki kontribusi strategis dalam menyampaikan pesan yang mampu menjangkau publik secara luas. **15** Salah satu peran yang tidak kalah penting dalam mendukung komunikasi tersebut adalah copywriter.

Di tengah pesatnya perkembangan media digital, keberadaan copywriter menjadi sangat krusial untuk menciptakan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan relevan bagi khalayak. Copywriter bertanggung jawab memastikan setiap pesan yang dirancang dapat disampaikan secara optimal melalui berbagai platform, terutama media sosial, yang kini menjadi hal utama dalam interaksi antara pemerintah dan masyarakat. Sebagaimana dijelaskan dalam artikel Quipper Campus, tugas copywriter mencakup berbagai aspek, mulai dari menulis konten yang sesuai dengan karakteristik platform media sosial, memastikan konten bebas dari kesalahan, hingga melakukan analisis dan pengeditan artikel. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa pesan tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mampu menciptakan hubungan yang positif dengan audiens. Dalam konteks humas pemerintahan, peran ini menjadi sangat penting untuk membantu memperkuat kredibilitas pemerintah melalui komunikasi yang terarah, profesional, dan mampu membangun kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan. Dengan demikian, copywriter menjadi bagian penting dari strategi komunikasi yang modern dan efektif. Dalam peran humas dan copywriter saling melengkapi dalam membangun hubungan yang efektif dengan publik. Copywriter bertugas menciptakan konten yang menarik dan relevan, sementara humas, seperti yang dijelaskan oleh Cutlip, Center, dan Broom, berfokus pada membangun dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Salah satu aspek penting dari fungsi humas

adalah manajemen hubungan dengan media massa, yang menjadi jembatan utama antara organisasi dan masyarakat luas (Putra & Sari, 2024). 5

Dalam minor yang diambil pratikan yakni Public Relation mata kuliah terkait yakni Manajemen hubungan media massa. Media Massa tidak hanya sekedar menjalin kontak dengan jurnalis atau media tradisional, tetapi juga mencakup pemahaman tentang agenda setting, yaitu bagaimana media memiliki kemampuan untuk menentukan isu atau topik yang dianggap penting oleh masyarakat. Dalam konteks ini, copywriter berperan mendukung fungsi tersebut dengan menyusun pesan yang selaras dengan isu-isu yang sedang menjadi perhatian publik, memastikan bahwa komunikasi organisasi tetap relevan dan terarah. Pengaruh agenda setting kini semakin luas melalui media sosial, di mana prosesnya melibatkan interaksi sosial, berbagi informasi, dan konektivitas antar pengguna. Oleh karena itu, sinergi antara keahlian humas dalam mengelola media massa dan kemampuan copywriter dalam menciptakan konten strategis menjadi krusial untuk memaksimalkan dampak komunikasi organisasi di era digital (Astari, 2021).

Selain teori yang dipelajari, pengalaman langsung di lapangan menjadi aspek penting dalam membentuk pemahaman mahasiswa tentang bagaimana fungsi komunikasi, khususnya dalam bidang kehumasan, diterapkan secara nyata. Melalui program magang, mahasiswa memiliki kesempatan untuk mengintegrasikan teori dengan praktik, sekaligus menghadapi situasi dinamis di dunia kerja. Kegiatan seperti menjalin hubungan dengan media, menyusun konten kreatif, mengelola media sosial, serta merancang strategi komunikasi membuka wawasan tentang kompleksitas peran humas dalam membangun citra positif suatu organisasi atau institusi. Pengalaman ini tidak hanya mengasah kemampuan teknis, seperti penulisan konten yang menarik dan sesuai dengan audiens, tetapi juga memperkenalkan mahasiswa pada pentingnya kerja sama tim, manajemen waktu, dan pengambilan keputusan yang strategis. Magang memungkinkan mahasiswa untuk memahami bagaimana peran humas dan copywriter saling mendukung dalam menciptakan komunikasi yang efektif, baik untuk kepentingan internal maupun eksternal organisasi,

magang menjadi ajang untuk mengeksplorasi dan mengidentifikasi minat serta potensi diri dalam bidang kehumasan. Bagi mahasiswa Public Relations, pengalaman langsung ini membantu mereka mempersiapkan diri menghadapi tantangan dan tuntutan profesional di masa depan. Dengan membangun keterampilan praktis dan pemahaman strategis, program magang berperan sebagai fondasi penting dalam perjalanan mereka menuju dunia kerja. Pengalaman kerja melalui kerja profesi memberikan keuntungan besar bagi praktikan, terutama dalam meningkatkan daya saing di dunia kerja setelah lulus. Survei mahasiswa UNESA menunjukkan bahwa 71% dari 359 responden memilih untuk langsung bekerja setelah lulus (Rizqi & Muis, 2014), menandakan pentingnya kesiapan profesional sebagai prioritas utama. Program kerja profesi membantu mahasiswa tidak hanya menguasai keterampilan teknis, tetapi juga memahami dinamika kerja nyata, yang menjadi nilai tambah di pasar kerja. Dengan pengalaman ini, lulusan memiliki peluang lebih besar untuk diterima di dunia kerja karena telah terbukti mampu mengaplikasikan pengetahuan secara praktis. Magang, dengan demikian, bukan sekadar pembelajaran, tetapi juga langkah baik untuk membangun karier yang sukses. Tingginya angka pengangguran di Indonesia, sebagaimana diungkapkan oleh data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2023, menjadi tantangan besar, terutama bagi lulusan perguruan tinggi yang menghadapi ketatnya persaingan dalam mendapatkan pekerjaan. Dengan hanya 216 ribu lowongan yang tersedia untuk 1,8 juta pencari kerja, kebutuhan untuk mempersiapkan diri dengan keterampilan yang relevan semakin mendesak. Kondisi ini diperparah dengan data pengangguran terbuka lulusan universitas yang mencapai 871.860 orang pada Februari 2024 (BPS, 2024). **14** Dalam konteks ini, program magang menjadi strategi penting untuk menjembatani kesenjangan antara pendidikan dan dunia kerja. Melalui magang, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman praktis yang langsung berkaitan dengan kebutuhan industri. Program ini memberikan 7 kesempatan bagi peserta untuk mengembangkan keterampilan teknis, memperluas jaringan profesional, dan memahami lingkungan kerja nyata. Bagi mahasiswa Public Relations (PR), misalnya, magang



memungkinkan mereka mempraktikkan teori komunikasi strategis dalam situasi dunia nyata, termasuk menjalin hubungan dengan media, menyusun konten kreatif, dan mendukung pengelolaan reputasi organisasi. Selain itu, magang di sektor seperti Dinas Komunikasi dan Informatika memungkinkan mahasiswa berkontribusi langsung dalam pengelolaan komunikasi pemerintah dengan masyarakat, sekaligus mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan kompetitif di pasar kerja. Oleh karena itu, magang bukan hanya sebuah pelengkap pendidikan formal, tetapi juga sebuah landasan bagi mahasiswa untuk bersaing lebih baik di tengah tingginya angka pengangguran, memastikan mereka memiliki keunggulan kompetitif dalam memasuki dunia kerja. Kerja profesi adalah program yang dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada praktikan dalam menghadapi dunia kerja, sekaligus menjadi syarat kelulusan di Universitas Pembangunan Jaya dengan bobot 3 SKS. Program ini memungkinkan mahasiswa tidak hanya mengasah keterampilan praktis tetapi juga memahami penerapan teori dalam konteks profesional. Salah satu implementasinya adalah mahasiswa bekerja sebagai copywriter di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan, di mana mereka mendalami keahlian menulis dan memahami lingkungan kerja. **1 Dengan kerja profesi, mahasiswa memperoleh bekal berharga untuk mempersiapkan diri menghadapi persaingan di dunia profesional.** Melalui pengalaman kerja profesi ini, praktikan berkesempatan mengaplikasikan ilmu dari mata kuliah seperti Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat, Hubungan Media Massa, dan Jurnalisme Online yang relevan dengan tugas-tugas di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan. Mata kuliah Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat membantu praktikan merancang strategi komunikasi dan menyusun konten media sosial secara strategis, sementara Manajemen & Hubungan Media Massa memberikan wawasan tentang menjalin komunikasi efektif dengan media, memahami peran media dalam penyebaran informasi, dan membangun hubungan yang baik dengan jurnalis. Selain itu, Jurnalisme Online melatih praktikan untuk memahami prinsip jurnalistik digital, menyusun konten sesuai platform online, dan memastikan pesan

yang disampaikan tetap mematuhi kaidah serta etika jurnalistik. Dengan mengintegrasikan pembelajaran ini, praktikan mampu menerapkan teori secara langsung dalam dunia kerja profesional. Sebagai bagian dari program kerja profesi, praktikan mendapatkan kesempatan untuk menjalani pengalaman langsung di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan. Instansi ini memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi publik secara strategis serta menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Dalam pelaksanaannya, praktikan terlibat dalam berbagai kegiatan yang berfokus pada produksi konten, pengelolaan media sosial, dan pengembangan strategi komunikasi yang relevan dengan kebutuhan publik. Pengalaman ini memberikan ruang bagi praktikan untuk mempraktikkan ilmu yang telah dipelajari, sekaligus mendalami dinamika kerja di sektor pemerintahan. Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu instansi pemerintah yang bertanggung jawab atas pelaksanaan fungsi pemerintahan di bidang komunikasi, informatika, persandian, dan statistik. Sebagai bagian dari pelaksana otonomi daerah, Diskominfo memiliki peran strategis dalam mendukung Wali Kota, terutama dalam mengelola informasi publik, memfasilitasi komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, serta menyediakan layanan informasi yang transparan dan akurat. Selain itu, instansi ini juga berperan penting dalam mengembangkan infrastruktur digital dan sistem persandian guna mendukung pelayanan publik yang lebih efisien. Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang Selatan telah menunjukkan keberhasilan dalam bidang komunikasi publik, salah satunya dengan meraih penghargaan sebagai Badan Publik Informatif Terbaik dari Komisi Informasi Provinsi Banten pada tahun 2023. Prestasi ini mencerminkan komitmen Diskominfo dalam menyampaikan informasi yang transparan, inovatif, dan berkualitas, termasuk melalui platform digital seperti Instagram (@humaskotatangsel). Melihat reputasi dan peran strategis ini, praktikan merasa bahwa Diskominfo Kota Tangerang Selatan adalah tempat yang tepat untuk melaksanakan kerja profesi sebagai copywriter. Alasan utama pemilihan ini adalah kesesuaian

antara kemampuan dan minat praktikan dalam bidang penulisan dengan tugas-tugas di divisi Hubungan Masyarakat. Selain itu, posisi ini memberikan peluang bagi praktikan untuk berkontribusi dalam menyusun konten informatif yang mendukung komunikasi efektif antara pemerintah dan masyarakat. Dengan menjalankan tugas ini, praktikan berharap dapat mengembangkan keterampilan mereka sekaligus mendukung upaya pemerintah dalam membangun hubungan positif dengan warganya. 5 17 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

Profesi 1.2 1 Maksud Kerja Profesi Sebagai Copywriter media sosial di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan 1. Memahami secara mendalam aktivitas dan peran seorang copywriter dalam mengelola konten media sosial di instansi pemerintahan, khususnya di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan. 2. Meningkatkan keterampilan menulis dan kemampuan mengelola informasi yang relevan untuk disampaikan kepada publik melalui platform digital. 3. Mengasah kemampuan dalam menyusun dan menganalisis konten yang sesuai dengan standar dan gaya komunikasi pemerintah, seperti penulisan caption dan News Release. 10 4.

Melatih penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) dalam berbagai jenis konten yang akan dipublikasikan melalui media sosial. 5. Berpartisipasi aktif dalam proses pembuatan konten, mulai dari pengumpulan bahan informasi, penyusunan narasi, hingga penyuntingan konten sebelum dipublikasikan di platform media sosial yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan. 10 6. Menambah wawasan praktis mahasiswa minor Public Relations tentang pentingnya komunikasi digital dan keterlibatan publik melalui media sosial, serta mengaplikasikan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi sebagai Copywriter Media Sosial di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan 1. Memperoleh wawasan langsung tentang industri komunikasi publik dan bagaimana copywriting dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi pemerintah kepada masyarakat. 2. Mengasah kemampuan praktikan dalam menyusun dan mengelola konten media sosial, serta meningkatkan keterampilan

menulis dalam komunikasi digital yang relevan untuk masa depan karir di bidang public relations dan media. 3. Mengetahui secara langsung proses pembuatan konten yang tepat sesuai dengan pedoman dan panduan yang berlaku dalam dunia pemerintahan. 4. Mendapatkan pengalaman profesional sebagai copywriter media sosial, yang berperan penting dalam membangun keterlibatan masyarakat melalui informasi yang transparan dan akurat. 5. Melatih mental dan karakter praktikan dalam menghadapi tantangan di dunia kerja nyata, serta mengembangkan kesiapan untuk beradaptasi dalam lingkungan kerja yang dinamis. 6. Mengimplementasikan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata, serta memperdalam pemahaman tentang dinamika komunikasi publik yang dihadapi di lapangan.

3 4 1.3 Tempat Kerja Profesi Praktikan
melaksanakan program Kerja Profesi (KP) di Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang Selatan, yang berlokasi di Pusat Pemerintahan Kota Tangerang Selatan, Gedung 1, Lantai 6, Jl. **3** Raya Maruga No 1, Kecamatan Ciputat. Diskominfo Kota Tangerang Selatan adalah lembaga pemerintah yang memiliki peran dalam mengelola komunikasi dan penyebaran informasi kepada publik secara efektif, khususnya di era digital yang berkembang pesat.

11 Praktikan memilih Diskominfo sebagai tempat pelaksanaan kerja profesi karena kesempatan yang diberikan untuk berperan sebagai copywriter media sosial sangat sesuai dengan keterampilan praktikan dalam menulis dan mengelola konten kreatif. Posisi ini memungkinkan praktikan untuk terlibat langsung dalam menulis untuk membuat informasi, pembuatan konten yang menarik, terutama di media sosial resmi pemerintah. Selain itu, Diskominfo dikenal sangat aktif dalam menciptakan konten yang relevan bagi masyarakat, yang menjadikan pengalaman sangat berharga bagi praktikan. Prestasi yang diraih Diskominfo Tangerang Selatan, seperti penghargaan sebagai Badan Publik Informatif terbaik pertama dari Komisi Informasi Provinsi Banten tahun 2023, menjadi alasan tambahan bagi praktikan untuk memilih instansi ini. Penghargaan tersebut merupakan bukti bahwa Diskominfo tidak hanya berfokus pada penyampaian

informasi, tetapi juga terus berinovasi dalam menyediakan konten yang menarik dan informatif, salah satunya melalui Instagram @humaskotatangsel. Selama menjalankan program KP, praktikan juga merasakan lingkungan kerja yang ramah dan terbuka. Hubungan antara mentor serta karyawan lain dan praktikan terjalin erat, menciptakan suasana kerja yang kolaboratif namun tetap profesional, sehingga praktikan belajar dan berkontribusi secara maksimal dalam suasana yang nyaman dan mendukung kreativitas. 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Tabel 1 1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi No Keterangan Bulan Mei Juni Juli Agustus September Oktober 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 1

Membuat Cv dan Portofolio 2 Mencari tempat untuk kerja profesi 3 Mengajukan lamaran ke beberapa tempat kerja 4 Interview 5 Diterima di tempat Kerja Profesi 6 Mengajukan keterangan magang ke Prodi 7 Memulai Kerja Profesi di Diskominfo Tangsel 8 Membuat laporan KP 9 Mengumpulkan laporan KP 13 Praktikan yang sedang menempuh pendidikan pada program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya, dengan peminatan khusus pada Public Relations (PR), diwajibkan untuk menyelesaikan kerja profesi sebagai bagian dari kurikulum perkuliahan. Praktik kerja profesi ini dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan atau total 400 jam. Namun, dalam pelaksanaannya di Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang Selatan, praktikan menyelesaikan total 560 jam kerja, dimulai dari 1 Juli hingga 1 September 2024. 11 Jam kerja berlangsung setiap hari Senin hingga Jumat, mulai pukul 08.00 pagi hingga 16.00 sore WIB, dengan sistem kerja tatap muka penuh (work from office). Selain itu, praktikan juga diharuskan bekerja secara fleksibel pada akhir pekan, yakni Sabtu dan Minggu, apabila dibutuhkan untuk mendukung kelancaran tugas-tugas tertentu sesuai arahan mentor. Persiapan untuk kerja profesi ini dimulai sejak Mei 2024. Praktikan mempersiapkan berbagai dokumen penting, seperti surat lamaran, CV, dan portofolio, sebagai bentuk kelengkapan administratif yang menjadi persyaratan pendaftaran. Pada bulan Juni, praktikan menerima panggilan untuk wawancara

di kantor Diskominfo Kota Tangerang Selatan, yang kemudian dilanjutkan dengan penerimaan dan penempatan sebagai peserta kerja profesi. Dengan proses seleksi yang terstruktur, praktikan dapat memulai masa kerja profesi tepat waktu pada awal Juli. Selama masa kerja profesi, praktikan mengemban berbagai tanggung jawab yang mencakup tugas-tugas inti dalam lingkup komunikasi dan informasi. Sebagai copywriter, praktikan bertugas menyusun konten untuk berbagai platform komunikasi, termasuk media sosial Instagram resmi Diskominfo. Konten yang dihasilkan meliputi berbagai topik, mulai dari program kerja pemerintah hingga informasi publik yang relevan dengan masyarakat Kota Tangerang Selatan. Penyusunan konten dilakukan dengan mematuhi kaidah Bahasa Indonesia yang sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan pedoman instansi, memastikan setiap materi yang dipublikasikan memiliki standar bahasa dan kualitas yang tinggi. 14 Selain membuat konten media sosial, praktikan juga berperan dalam penyusunan draft News Release. Proses ini melibatkan pengolahan informasi menjadi berita yang relevan, akurat, dan sesuai dengan struktur penulisan jurnalistik. Praktikan dituntut untuk menjaga kualitas berita agar tetap menarik dan informatif, dengan memperhatikan akurasi data serta konteks yang relevan. Dalam menjalankan tugas ini, praktikan melakukan koordinasi intensif dengan mentor dan karyawan senior untuk memastikan hasil karya memenuhi standar instansi dan dapat diterima oleh publik. Tidak hanya bekerja dalam ruang lingkup copywriting, praktikan juga mendapatkan pelatihan sebagai videografer dan pengisi suara voice-over. Pelatihan ini bertujuan untuk memperluas kemampuan praktikan dalam bidang komunikasi visual dan audio, yang menjadi bagian integral dari kampanye komunikasi modern. Sebagai videografer, praktikan dilatih untuk merekam, mengedit, dan menghasilkan konten video yang sesuai dengan kebutuhan komunikasi publik. Sementara itu, pelatihan voice-over memberikan pengalaman dalam menghasilkan narasi yang menarik dan informatif untuk melengkapi materi visual. Komunikasi yang intensif dengan mentor dan tim senior menjadi salah satu aspek

penting selama masa kerja profesi. Praktikkan secara aktif berdiskusi dan meminta umpan balik untuk memastikan setiap tugas yang dihasilkan sesuai dengan harapan instansi. Dengan semangat belajar yang tinggi, praktikkan tidak hanya mampu menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan, tetapi juga mengembangkan keterampilan baru yang relevan dengan profesinya di masa depan. Masa kerja profesi ini tidak hanya memberikan pengalaman praktis, tetapi juga memperkuat kesiapan praktikkan untuk menghadapi tantangan dunia kerja di bidang komunikasi dan informasi. 1 6 24 3.1 Bidang Kerja BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI Dalam dunia kehumasan, transformasi digital memberikan peluang baru yang signifikan, terutama melalui pemanfaatan media digital.

Kehadiran media digital memungkinkan humas dan copywriter untuk memperluas jangkauan komunikasi dengan audiens yang lebih luas dan lebih cepat. Teknologi ini mendukung strategi komunikasi publik yang lebih efektif, seperti interaksi langsung melalui media sosial, diseminasi pesan berbasis data, serta pelibatan masyarakat dalam dialog yang lebih dinamis (Widayanti, 2022). Copywriter di sektor kehumasan kini memiliki peran penting dalam menciptakan konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan tren digital. Dalam lingkup pemerintah, misalnya, copywriter bertugas menyampaikan informasi terkait kebijakan atau program pemerintah dalam format yang mudah dipahami dan menarik bagi masyarakat. Selain itu, pemanfaatan teknik optimasi mesin pencari (SEO) dan analitik media sosial memungkinkan humas dan copywriter untuk memastikan konten mereka lebih mudah diakses dan direspon oleh publik (Widayanti, 2022).

Transformasi digital dalam kehumasan pemerintah sangat relevan dengan konsep enam pilar Government Public Relations, yang menekankan pentingnya diseminasi informasi berbasis digital dan pengelolaan hubungan media yang strategis. Konsep ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang tidak hanya efektif tetapi juga mampu membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah, sekaligus menciptakan reputasi positif yang berkelanjutan. Dalam era digital, pendekatan ini semakin penting mengingat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan

signifikan dalam pola interaksi masyarakat. Media sosial, sebagai salah satu produk utama transformasi teknologi, telah menjadi alat strategis dalam menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Informasi yang sebelumnya bersifat terpusat kini dapat mengalir bebas di berbagai platform, memungkinkan masyarakat untuk mengakses, mendistribusikan, dan merespons informasi secara instan. Sebagai contoh, Qoudri Wijaya et al. (2022) menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam membangun komunikasi efektif antara pemerintah dan masyarakat, berkat kecepatan dan luasnya jangkauan penyebaran informasi yang ditawarkan oleh teknologi ini. Integrasi antara pilar-pilar Government Public Relations dan pemanfaatan media sosial memberikan peluang besar bagi humas pemerintah untuk menyampaikan pesan-pesan strategis secara transparan, cepat, dan interaktif. Dengan pendekatan ini, pemerintah dapat menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekaligus memperkuat legitimasi institusi melalui komunikasi yang akurat, relevan, dan berbasis kepercayaan. Di era digital ini, peran seorang copywriter media sosial menjadi semakin krusial. Tugas utama copywriter tidak hanya terbatas pada penulisan konten, tetapi juga memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan menarik perhatian, relevan, dan mampu mempertahankan keterlibatan audiens. Dalam konteks pemerintahan, copywriter harus menyusun teks yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun citra positif pemerintah, sekaligus menjaga hubungan baik dengan masyarakat. **2** Media sosial kini telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat lintas generasi. Aktivitas yang sebelumnya hanya dapat dilakukan secara langsung kini dapat dilakukan secara virtual, baik dalam waktu nyata (synchronous) maupun tidak langsung (asynchronous) (Abdillah, 2022). Transformasi ini memberikan peluang baru bagi copywriter media sosial untuk menyampaikan informasi kepada khalayak yang lebih luas, dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. Namun, hal ini juga menghadirkan tantangan, yakni bagaimana menjangkau audiens yang semakin beragam, tanpa mengurangi esensi pesan yang disampaikan. Selama menjalankan peran sebagai copywriter

di Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang Selatan, praktikan bertugas memproduksi konten untuk platform resmi yang dikelola oleh tim Hubungan Masyarakat (Humas). Konten-konten ini dirancang agar informatif, menarik, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Dengan pendekatan komunikasi digital yang dinamis, praktikan dituntut untuk membuat konten yang mudah dipahami oleh semua lapisan masyarakat, sambil tetap menjaga akurasi dan kualitas informasi. Copywriter media sosial memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi kompleks dengan cara yang sederhana, jelas, dan menarik. Sebagai mediator antara institusi dan masyarakat, copywriter berperan penting dalam menyederhanakan istilah atau konsep yang sulit dipahami, sehingga informasi tersebut dapat diterima dengan baik oleh khalayak luas. Menurut Setyoadi et al. (n.d.), copywriter membantu membangun kepercayaan dan kredibilitas melalui penyampaian pesan yang terstruktur dan tepat sasaran. Dalam tugasnya, praktikan memproduksi caption untuk akun Instagram Humas Tangsel (@humaskotatangsel), yang merupakan salah satu platform utama dalam menjangkau masyarakat. Dalam konteks tugas praktikan, caption untuk media sosial menjadi salah satu elemen penting dalam menyampaikan informasi secara efektif. Platform seperti Instagram, melalui akun resmi Humas Kota Tangerang Selatan (@humaskotatangsel), berfungsi sebagai jembatan strategis untuk mendekatkan pemerintah dengan masyarakat. Caption yang dibuat tidak hanya sekadar teks tambahan, tetapi juga sebuah alat komunikasi utama yang harus ringkas, informatif, dan menarik, agar dapat menyampaikan inti pesan sekaligus mempertahankan perhatian audiens. 27 Sebagai copywriter, menyusun caption memerlukan pemahaman mendalam tentang audiens target, gaya komunikasi yang sesuai, serta pemanfaatan kata-kata yang tepat untuk menciptakan dampak emosional atau mendorong tindakan. Caption yang baik tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi yang memperkuat citra positif lembaga dan menjaga interaksi yang erat dengan masyarakat. Caption yang dibuat oleh praktikan dan tim Humas Tangsel memiliki karakteristik

ringkas, lugas, dan langsung pada inti informasi. Hal ini dilakukan agar audiens dapat segera memahami pesan utama dalam waktu singkat. Dalam proses penyusunannya, informasi utama selalu ditempatkan di awal caption untuk memastikan bahwa audiens mendapatkan esensi pesan sejak awal. Setelah caption selesai disusun, praktikan bersama tim Humas langsung memproses dan mempublikasikan konten tersebut di media sosial. Langkah ini dilakukan untuk memastikan informasi penting dapat segera diakses oleh masyarakat tanpa menunda waktu. Kecepatan dan ketepatan menjadi prinsip utama dalam penyampaian informasi melalui media sosial. Dalam praktiknya, praktikan dan tim Humas Tangsel selalu mengedepankan akurasi, memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan berdasarkan fakta yang valid. Dengan kombinasi kecepatan dan akurasi ini, komunikasi antara pemerintah dan masyarakat menjadi lebih efektif, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi yang relevan. Melalui tugas ini, praktikan tidak hanya mengembangkan keterampilan menulis yang relevan dengan kebutuhan dunia digital, tetapi juga berkontribusi dalam membangun komunikasi yang positif dan produktif antara pemerintah dan masyarakat. Di era teknologi informasi yang terus berkembang, peran copywriter di media sosial, khususnya dalam konteks pemerintahan, semakin penting dalam memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat.

28 3.1.1 Copywriter

Copywriter di sektor pemerintahan memiliki peran penting dalam menjaga komunikasi yang efektif dari lembaga pemerintah. Copywriter pemerintah bertugas menyampaikan informasi yang valid, akurat, dan terpercaya agar dapat membangun kepercayaan publi. Dalam peran ini, copywriter mengoordinasikan berbagai bentuk komunikasi di antara kantor dan instansi pemerintah, memastikan setiap pesan tetap konsisten dan sesuai dengan nilai serta visi lembaga. Selain itu, copywriting di sektor publik berfungsi untuk menghubungkan pemerintah dengan masyarakat melalui bahasa yang jelas dan mudah dipahami. Pesan yang disampaikan harus relevan, tanpa ambiguitas, dan langsung menarik minat pembaca untuk memastikan informasi penting

dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas (Why Does the Government Need Professional Copywriting Services?, 2024). Melalui upaya ini, copywriter membantu memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat dengan menyampaikan pesan yang jelas dan bermakna. Seorang copywriter di sektor pemerintahan punya peran penting dalam memastikan informasi dari pemerintah tersampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat. Tugas mereka bukan sekadar menulis, tetapi juga membuat pesan-pesan penting menjadi relevan dan menarik, sehingga lebih banyak orang merasa terlibat dan paham dengan informasi tersebut. Copywriter pemerintah bertanggung jawab memastikan bahwa pesan yang disampaikan selalu konsisten dengan visi dan nilai. Bahasa yang lugas dan dapat dipahami, mereka membantu masyarakat menerima informasi yang penting dengan cepat dan akurat (Qoudri Wijaya et al., 2022), membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan antara pemerintah Kota Tangerang Selatan dan publik. Widya Ariyadi dalam bukunya mengatakan, Copywriting bukan sekadar aktivitas menulis, proses kreatif juga diperlukan dengan memadukan strategi dan riset untuk menghasilkan konten yang menarik serta efektif.

12 Selain kemampuan menulis, seorang copywriter perlu memahami teknik SEO untuk meningkatkan visibilitas konten di mesin pencari seperti Google. Ini mencakup pemahaman akan kata kunci yang tepat dan relevansi konten terhadap target audiens. Tak hanya itu, riset mendalam juga penting untuk memastikan informasi yang disampaikan akurat dan berdasarkan sumber terpercaya. Seorang copywriter juga perlu melakukan self-editing, publikasi, dan mengoptimalkan konten dengan elemen visual seperti ilustrasi dan video yang menarik, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan cara yang lebih efektif dan terhubung dengan audiens. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa seorang copywriter di sektor pemerintahan memegang peran penting dalam menjaga arus komunikasi antara lembaga pemerintah dan masyarakat. Melalui tugas utamanya, memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik bersifat valid, konsisten, dan akurat, sesuai dengan nilai-nilai institusi. Copywriter juga perlu memahami teknik SEO

dan riset mendalam untuk memperluas jangkauan informasi, serta menggunakan elemen visual untuk menarik perhatian. Berikut adalah rangkaian aktivitas praktikan dalam menjalankan peran copywriter di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan. 3.2 Pelaksana Kerja 3.2.1 Copywriter

Produksi penulisan caption menjadi salah satu elemen inti dalam pekerjaan copywriter, terutama di era digital di mana media sosial menjadi saluran utama komunikasi. Praktikan, yang menjalankan peran sebagai copywriter di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan, memiliki tanggung jawab besar dalam menyusun caption untuk akun Instagram resmi Humas Kota Tangsel. Caption tersebut tidak hanya melaporkan kegiatan jajaran pimpinan dan perangkat daerah, tetapi juga bertujuan menyampaikan informasi penting kepada masyarakat luas dengan bahasa yang jelas, menarik, dan sesuai kaidah penulisan yang berlaku. Caption yang dibuat mencakup berbagai topik strategis, seperti pengumuman program pemerintah, liputan kegiatan daerah, serta informasi penting lainnya. Dalam proses ini, praktikan tidak hanya harus memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, tetapi juga relevan dengan kebutuhan masyarakat. Publikasi melalui media sosial 30 memberikan aksesibilitas tinggi, memungkinkan masyarakat Tangsel maupun di luar daerah untuk mendapatkan informasi secara cepat dan mudah. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran media sosial dalam mendukung transparansi dan keterbukaan informasi publik, sebagaimana dinyatakan oleh berbagai literatur bahwa media sosial kini menjadi jembatan utama dalam komunikasi pemerintah dengan masyarakat. Sebagai Copywriter di Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang Selatan, praktikan memiliki peran yang sangat penting dalam komunikasi publik. Tugas utama mereka adalah memproduksi caption untuk akun Instagram Humas Kota Tangerang Selatan, yang berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan berbagai informasi dan kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Dalam proses pembuatan caption, praktikan tidak hanya dituntut untuk menciptakan teks yang informatif tetapi juga menarik perhatian audiens. Mereka harus memastikan bahwa

setiap caption yang dibuat dapat menjelaskan pesan dengan jelas dan tepat, serta sesuai dengan kebijakan komunikasi yang telah ditetapkan. Ini melibatkan penelitian yang mendalam tentang topik yang akan dibahas, serta pemahaman yang baik mengenai nilai-nilai dan visi misi. Selain fokus pada pembuatan caption, praktikan juga terlibat dalam berbagai tugas tambahan lainnya. Sebagai reporter, mereka bertanggung jawab untuk mengumpulkan informasi terbaru dari berbagai sumber dan menyiapkannya untuk dipublikasikan. Dalam peran sebagai talent, praktikan berpartisipasi dalam pembuatan konten audiovisual, membantu dalam proses pembuatan video, dan menyampaikan informasi dengan cara yang lebih interaktif. Tak ketinggalan, mereka juga melakukan Voice Over, yang berarti menyuarakan narasi untuk video atau konten lainnya, memberikan warna dan kedalaman pada informasi yang disampaikan. Dengan tugas-tugas ini, praktikan tidak hanya belajar mengasah kemampuan menulis, tetapi juga keterampilan komunikasi dan presentasi yang sangat penting dalam dunia komunikasi publik. Ini adalah pengalaman yang berharga yang tidak hanya mendukung pengembangan karier, tetapi juga berkontribusi pada transparansi dan keterlibatan publik dalam program-program pemerintah.

3.1.1. Membuat Caption Pembelajaran dalam Public Relations mengajarkan pentingnya menyampaikan pesan yang jelas dan sesuai dengan tujuan komunikasi organisasi. Sebagai copywriter, praktikan menerapkan prinsip-prinsip tersebut dengan menciptakan caption yang tidak hanya menarik dan informatif, tetapi juga konsisten dengan kebijakan dan nilai-nilai pemerintah. Setiap caption dirancang untuk meningkatkan keterlibatan publik, menyampaikan informasi penting, serta membangun dan mempertahankan citra positif pemerintah. Tugas praktikan melibatkan berbagai tahapan dalam pembuatan caption, dimulai dengan riset mendalam untuk memahami audiens dan konteks pesan. Langkah pertama dalam pembuatan caption adalah menentukan pesan utama yang ingin disampaikan. Praktikan memastikan inti pesan jelas, relevan, dan disesuaikan dengan karakteristik audiens. Selanjutnya, bahasa yang digunakan dipilih dengan cermat, mencerminkan nada formal atau santai sesuai konteks dan tujuan caption.

Untuk mendorong interaksi, praktikan menambahkan elemen ajakan bertindak call-to-action, seperti mengajak audiens untuk berkomentar, mengikuti akun, atau berpartisipasi dalam acara. Setelah itu, caption melalui proses editing untuk memastikan bebas dari kesalahan tata bahasa dan ejaan, sekaligus menjamin pesan disampaikan dengan efektif dan sesuai standar. Setelah caption selesai, praktikan mengajukan konten untuk proses persetujuan dan revisi oleh Kepala Bidang Penyelenggaraan Statistik dan Layanan Informasi Publik, Bapak Ahmad Syatiri, SE. Proses ini mencakup pengecekan detail terhadap informasi, gaya bahasa, dan struktur teks agar sesuai dengan kebijakan pemerintah dan standar komunikasi. Tahapan ini bertujuan memastikan setiap caption yang dipublikasikan tidak hanya akurat dan profesional, tetapi juga mampu menyampaikan pesan yang efektif kepada audiens. Melalui tahapan tersebut, caption yang dipublikasikan di Instagram Humas Kota Tangsel diharapkan mampu menjangkau audiens lebih luas, meningkatkan keterlibatan publik, dan memperkuat citra positif pemerintah. Selama menjalani peran sebagai copywriter, praktikan berhasil memproduksi antara 1 hingga 4 postingan per hari, yang semuanya dirancang untuk mendukung tujuan komunikasi pemerintah secara efektif.

Gambar 3 1 Postingan Instagram @humaskotatangsel Berisi caption yang telah dibuat pratikan (Sumber: Dok.internal praktikan) Sebelum caption yang telah dibuat dipublikasikan di media sosial, seperti Instagram, terdapat tahapan penting yang harus dilalui, yaitu proses persetujuan dan revisi yang dipimpin oleh Kepala Bidang Penyelenggaraan Statistik dan Layanan Informasi Publik, Bapak Ahmad Syatiri, SE. Dalam setiap proses pembuatan caption, praktikan harus memastikan bahwa setiap konten yang akan diunggah telah mendapatkan persetujuan dari Bapak Syatiri. Sebagai kepala bidang yang memimpin tim Hubungan Masyarakat di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan, Bapak Syatiri bertanggung jawab untuk menilai dan menyetujui setiap caption agar sesuai dengan standar komunikasi dan kebijakan pemerintah. Tahapan ini melibatkan pengecekan mendetail pada setiap caption untuk memastikan bahwa tidak ada kesalahan

dalam penyebutan informasi atau data. Selain itu, penulisan bahasa dan struktur caption juga harus diperiksa dengan cermat untuk meminimalkan kemungkinan kesalahan yang dapat memengaruhi kredibilitas dan efektivitas pesan yang disampaikan. Proses revisi ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa caption tidak hanya akurat dan bebas dari kesalahan, tetapi juga sesuai dengan 33 konteks dan tujuan komunikasi pemerintah yang ingin dicapai. Dengan adanya tahapan persetujuan dan revisi ini, diharapkan setiap caption yang dipublikasikan mampu menyampaikan informasi yang jelas, relevan, dan sesuai dengan standar profesional. Ini juga memastikan bahwa setiap konten yang diunggah di media sosial tidak hanya efektif dalam menarik perhatian publik, tetapi juga mendukung tujuan komunikasi dan citra positif pemerintah Kota Tangerang Selatan.

2. News Release Copywriter di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan memiliki tugas mencakup pembuatan caption dan news release yang berkaitan dengan aktivitas pimpinan serta perangkat daerah Pemerintah Kota Tangsel. Dalam perannya, praktikan bertanggung jawab menyusun caption dan berita yang tidak hanya menarik tetapi juga faktual dan sesuai standar komunikasi pemerintahan. News release dipublikasikan melalui berbagai media resmi, seperti portal web Pemerintah Kota Tangerang Selatan dan akun Instagram Humas (@humaskotatangsel), menjangkau masyarakat luas baik di dalam maupun luar Tangsel. Dalam pembuatan news release, praktikan menerapkan keterampilan yang relevan dari pembelajaran sebelumnya, seperti mata kuliah Pengantar Jurnalistik, untuk menyusun berita yang efektif dan profesional. Proses ini dimulai dengan riset untuk mengumpulkan informasi yang akurat dan kredibel, termasuk dari transkrip rekaman wawancara, sambutan, atau peliputan langsung di lapangan. Peliputan ini juga didukung oleh rekaman video dan dokumentasi visual yang menjadi bahan utama untuk konten berita. News release disusun dengan struktur yang mencakup headline menarik, lead informatif, isi berita yang komprehensif, dan penutup yang relevan. Sebagai bagian dari produksi, proses editing dilakukan untuk memastikan

teks memenuhi standar bahasa yang sesuai, bebas kesalahan, dan sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Setiap harinya, praktikan mampu menghasilkan 1-4 news release yang 34 siap dipublikasikan, memastikan informasi penting dapat diterima publik secara cepat dan tepat sasaran. Tahapan pembuatan news release ini mencerminkan kombinasi antara kreativitas, profesionalisme, dan disiplin dalam menghasilkan konten berkualitas. Proses ini tidak hanya menjadi sarana komunikasi efektif antara pemerintah dan masyarakat, tetapi juga mendukung peningkatan keterlibatan publik terhadap program dan kebijakan pemerintah Kota Tangsel. Sebagai bagian dari strategi komunikasi organisasi, news release memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi yang akurat, relevan, dan terpercaya, sekaligus memperkuat citra positif pemerintah. selaras dengan pembelajaran dalam mata kuliah terkait jurnalistik, Gambar 3.2 Salah Satu News Release Yang Telah Dibuat Dan Dipublish Dalam Laman Website (Sumber: Dok.internal praktikan) Sebelum News Release dipublikasikan ke website dan media sosial, diperlukan proses persetujuan dan revisi dari Kepala Bidang Penyelenggaraan Statistik dan Layanan Informasi Publik, yang dipimpin oleh Bapak Ahmad Syatiri, SE. Setiap konten dan News Release yang akan disebarluaskan harus mendapatkan konfirmasi persetujuan dari Bapak Syatiri, yang bertanggung jawab atas keberhasilan tim Hubungan Masyarakat Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan. Biasanya, News Release yang telah disusun oleh praktikan akan diperiksa secara rinci untuk mengurangi risiko kesalahan penyebutan data atau kesalahan dalam penulisan bahasa dan struktur. Hal ini penting, mengingat informasi yang disajikan dalam News Release berhubungan langsung dengan 35 Pemerintah Kota Tangerang Selatan. Proses transkripsi biasanya memakan waktu sekitar 15-30 menit, tergantung pada durasi rekaman audio. Hasil transkripsi tersebut kemudian digunakan untuk menyusun News Release yang mengandung elemen berita seperti ketepatan waktu, dampak, skala, keunggulan, konflik, dan ketertarikan manusia. Pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan ini menunjukkan bahwa materi yang dipelajari di bangku kuliah dapat

diterapkan dengan baik di dunia kerja, dengan pengetahuan yang memadai. Dengan demikian, praktikan telah memahami sistem penulisan yang benar dan teori yang mendukung pelaksanaan tugas tersebut. Berikut adalah tahapan pelaksanaan kerja dalam proses Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi untuk menciptakan News Release: 1. Tahap Pra Produksi: Pada tahap awal produksi News Release, proses dimulai dengan mendengarkan rekaman yang berisi wawancara, sambutan, atau materi lain yang disampaikan oleh Bapak Wali Kota atau Wakil Wali Kota. Rekaman ini mencakup informasi penting yang relevan dengan topik berita yang akan diangkat, sehingga mendengarkan secara saksama menjadi langkah krusial untuk memahami konteks, nada, dan detail dari pesan yang disampaikan oleh pimpinan daerah. Setelah rekaman dipahami, proses dilanjutkan dengan transkripsi, yaitu mengubah rekaman audio menjadi dokumen teks tertulis. Tahap ini dilakukan dengan teliti untuk memastikan bahwa setiap kata, frasa, dan data yang disampaikan dalam rekaman terdokumentasi dengan akurat. Transkripsi berfungsi sebagai acuan utama dalam penyusunan konten News Release, sehingga keakuratan dan kelengkapannya menjadi prioritas. Proses ini tidak hanya memastikan bahwa semua informasi penting tercakup, tetapi juga membantu menyusun materi yang berbasis fakta dan sesuai dengan konteks yang dimaksudkan. Dengan adanya dokumen transkripsi yang lengkap dan terpercaya, tahap penulisan berita dapat dilakukan dengan lebih terstruktur dan efisien, menghasilkan konten yang informatif dan relevan bagi publik. 36 2. Tahap Produksi: Setelah proses transkripsi selesai dilakukan, tahap produksi dilanjutkan dengan menyusun konten news release berdasarkan informasi yang telah ditranskrip. Penyusunan ini melibatkan proses penulisan berita secara sistematis dengan memperhatikan struktur yang baik, mencakup judul yang menarik, lead yang informatif, isi yang komprehensif, serta penutup yang memberikan kesan mendalam. Fokus utama dalam tahap ini adalah menyajikan berita yang relevan, akurat, dan mudah dipahami oleh khalayak luas. Setiap informasi diverifikasi agar sesuai dengan fakta, serta diberikan konteks tambahan

yang memperkaya pemahaman pembaca. Penulis juga memastikan penggunaan bahasa yang jelas dan lugas untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kreativitas menjadi elemen penting dalam penyajian konten agar news release tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mampu membangun minat publik terhadap topik yang disampaikan. Dengan pendekatan ini, news release dapat berfungsi secara efektif sebagai media informasi yang menarik, informatif, dan kredibel.

3. Tahap Pasca Produksi: Setelah proses penulisan selesai, tahap pasca-produksi dimulai dengan melakukan pemeriksaan akhir terhadap News Release yang telah disusun. **8** Pemeriksaan ini dilakukan secara mendetail untuk memastikan tidak ada kesalahan dalam penulisan, baik dari segi tata bahasa, ejaan, maupun keakuratan fakta yang disajikan. Langkah ini sangat penting untuk menjaga kredibilitas dan integritas informasi yang akan disampaikan kepada publik. Setiap data dan pernyataan yang dicantumkan diverifikasi ulang untuk memastikan kebenarannya serta kesesuaiannya dengan konteks yang diinginkan. Setelah melalui tahap verifikasi, News Release kemudian diajukan untuk persetujuan akhir oleh pihak yang berwenang. Setelah mendapatkan persetujuan, News Release siap dipublikasikan melalui saluran resmi pemerintah. Langkah terakhir dalam tahap ini adalah memposting konten tersebut di laman web resmi Humas Kota Tangerang Selatan, serta platform media sosial jika diperlukan.

Proses 37 distribusi ini dirancang untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat diakses secara luas oleh masyarakat, memberikan transparansi, serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan publik. Dengan demikian, setiap News Release tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga upaya menciptakan keterbukaan dan kepercayaan dalam hubungan antara pemerintah dan warganya.

3.3 Pekerjaan Tambahan 1.

Reporter Reporter adalah Salah satu jenis jabatanewartawanan yang bertugas melakukan liputan berita di lapangan dan melaporkannya kepada public /Pemirsa baik dalam bentuk tulisan untuk Media online atau secara lisan yang disiarkan langsung atau tunda di Media Eletronik Televisi. Tugas ini tidak hanya mengandalkan keterampilan menulis, tetapi

juga kemampuan untuk menganalisis dan menggambarkan kejadian secara objektif dan terstruktur. Dalam media online, berita yang dikumpulkan biasanya dituangkan dalam bentuk tulisan yang memenuhi prinsip-prinsip dasar jurnalistik, seperti menjawab apa, siapa, di mana, kapan, mengapa, dan bagaimana (5W+1H), sehingga informasi tersaji dengan jelas dan menyeluruh (Suryani, 2020). Kemampuan reporter untuk menghadirkan berita yang sesuai dengan fakta serta menjaga keakuratan informasi sangat penting dalam menjaga kepercayaan publik terhadap media. Reporter memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi tambahan kepada masyarakat mengenai berbagai topik, baik melalui peliputan langsung maupun konten yang disajikan dalam bentuk video atau artikel di website Pemerintah Kota Tangerang Selatan maupun media sosial Instagram (@humaskotatangsel). Reporter tidak hanya melaporkan berita, tetapi juga memberikan konteks tambahan yang membantu audiens memahami situasi atau karakter dalam berita, menyampaikan pesan utama, dan menyajikan narasi yang mudah dipahami. 38 Dalam website resmi dan media sosial pemerintah, reporter biasanya menyusun teks atau naskah yang telah diolah terlebih dahulu, menyesuaikan dengan format visual atau video yang akan dipublikasikan. Proses ini memungkinkan informasi yang disajikan lebih rapi, tepat sasaran, dan mudah dipahami oleh masyarakat. Setiap informasi yang disampaikan reporter melalui website atau media sosial disusun dengan tulisan yang jelas, guna memperkuat pesan yang ingin disampaikan, baik itu tentang layanan publik, acara daerah, maupun informasi kebijakan. Pseudo-event adalah peristiwa yang dirancang khusus untuk mendapatkan perhatian media dan membentuk persepsi publik (Kadavy, 2021). Istilah ini, diciptakan oleh Daniel J. Boorstin, menggambarkan acara yang terjadi bukan karena kepentingan nyata, tetapi untuk menarik liputan. Doorstop adalah teknik wawancara yang sering dipakai jurnalis untuk memperoleh informasi langsung dari narasumber. Dalam pendekatan ini, ada pedoman khusus yang perlu diikuti oleh jurnalis agar wawancara berjalan efektif dan tetap menjaga kenyamanan narasumber tanpa menimbulkan gangguan atau

kesan tidak sopan (Gerbang & Nomer, n.d.). Selama menjalani tugas sebagai reporter, praktikan terlibat dalam peliputan acara yang berkaitan dengan kegiatan Wali Kota dan Wakil Wali Kota Tangerang Selatan. Tugas ini melibatkan pengambilan video dan perekaman audio dari berbagai acara resmi dan pertemuan penting. Praktikan melakukan pengambilan video untuk mendokumentasikan kegiatan tersebut dengan menggunakan kamera bawaan dari handphone dan aplikasi voice memo untuk merekam audio wawancara, sambutan, atau percakapan. Hasil video ini digunakan sebagai bahan visual untuk program konten "Sekilas Tangsel" di media Instagram (@humaskotatangsel), sementara rekaman audio berfungsi sebagai sumber informasi tambahan untuk penyusunan news release. Praktikan biasanya 39 melakukan liputan langsung ke lapangan berdasarkan arahan dari mentor di lingkungan Pemerintah Kota Tangerang Selatan. Proses ini mencakup pengambilan video dengan resolusi sesuai ketentuan tim Humas dan perekaman audio yang mendetail. Peliputan dilakukan dari berbagai sudut untuk mendapatkan momen yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan berita. Video yang dihasilkan, sebanyak 20 hingga 50 klip, kemudian dipilih berdasarkan kualitas dan kesesuaian dengan topik yang diangkat sebelum diedit oleh tim Editor Humas. Praktikan juga memastikan untuk meminta izin kepada pihak penyelenggara sebelum peliputan sebagai bentuk profesionalisme dan etika jurnalis. Peliputan dilakukan dari awal acara hingga selesai, dengan durasi sekitar 1 hingga 2 jam, untuk memastikan bahwa semua aspek kegiatan terdokumentasi dengan baik. **9 Dengan cara ini, praktikan dapat menyediakan bahan yang informatif dan berkualitas untuk publik dan mendukung pembuatan news release yang akurat dan terpercaya.** Gambar 3.3 Video yang dihasilkan Praktikan sebagai bahan Program Konten Instagram "Sekilas Tangsel" (Sumber: Dok.internal praktikan) Gambar di atas menampilkan salah satu konten "Sekilas Tangsel" di media Instagram (@humaskotatangsel) pada saat Benyamin memberikan Dukungan Pemkot Tangsel Terhadap Gerakan Kepramukaan. Konten tersebut memanfaatkan video yang dihasilkan oleh praktikan saat liputan kegiatan Wali Kota Tangerang

Selatan yang 40 menyambut Studi Tiru Pemerintah Kabupaten Padang Pariaman di Ruang Blandongan, Puspemkot Tangsel. Konten ini memperoleh 56 likes dan 12 share. Video tersebut kini memasuki tahap Produksi Editing. Pada tahap ini, materi video yang diambil disunting menjadi satu kesatuan utuh. Proses ini mencakup offline editing (rough cut) hingga online editing, termasuk penambahan teks, grafis, coloring, grading, dan lain-lain. Proses mixing dan mastering juga dilakukan untuk menyempurnakan audio, sehingga konten yang ditayangkan nanti dapat terdengar dengan jelas oleh audiens. Selain aktivitas sebagai reporter yang telah disebutkan, salah satu kegiatan penting lainnya yang dijalani oleh praktikan selama bekerja di Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang Selatan adalah melakukan wawancara doorstop. Doorstop adalah teknik wawancara singkat yang biasanya dilakukan dalam situasi informal, seperti di sela-sela acara resmi, untuk mendapatkan komentar langsung dari narasumber. Dalam pelaksanaan tugas ini, praktikan diberi kesempatan untuk mewawancarai Bapak Benyamin Davnie, Wali Kota Tangerang Selatan, serta Bapak Pilar Saga, Wakil Wali Kota, setiap kali mereka menghadiri kegiatan atau acara resmi. Saat melakukan wawancara, praktikan memastikan pertanyaan yang disampaikan singkat, jelas, dan relevan dengan konteks acara, sambil tetap memperhatikan keterbatasan waktu yang biasanya dimiliki oleh narasumber. Proses wawancara ini tidak hanya menjadi sarana untuk mendapatkan informasi penting terkait kebijakan publik dan program yang sedang berjalan, tetapi juga memberikan pengalaman berharga dalam memahami dinamika komunikasi langsung dengan pejabat publik. Jawaban yang diberikan oleh narasumber sering kali berisi pandangan strategis dan penjelasan mendalam mengenai inisiatif pemerintah, yang kemudian diolah menjadi informasi yang relevan bagi masyarakat luas. 41 Setiap sesi wawancara doorstop merupakan momen yang signifikan, baik untuk menggali data yang akurat maupun untuk melatih kemampuan komunikasi interpersonal. Aktivitas ini mengajarkan praktikan tentang pentingnya persiapan matang, seperti menyusun daftar pertanyaan

yang strategis, membaca konteks acara, serta memanfaatkan momen singkat untuk memperoleh informasi bernilai tinggi. Hasil wawancara kemudian diolah menjadi bahan berita atau konten media sosial, memastikan masyarakat mendapatkan informasi yang aktual, terpercaya, dan sesuai kebutuhan.

1. Voice Over Voice Over didefinisikan sebagai proses merekam suara yang bertujuan untuk mendukung narasi, menyampaikan informasi, atau memberikan konteks tambahan pada berbagai jenis media, seperti video, iklan, atau presentasi. Suara yang dihasilkan biasanya tidak melibatkan kehadiran visual dari narator, sehingga memerlukan intonasi dan kejelasan yang optimal untuk menciptakan hubungan yang efektif dengan pendengar serta menyampaikan pesan dengan tepat dan menarik (Blakemore, 2015).

Dalam produksi media, pengisi suara adalah proses merekam suara yang berfungsi sebagai narasi atau latar dalam video atau berbagai konten multimedia lainnya. Biasanya, pengisi suara bertujuan untuk memberikan informasi, menjelaskan ide, atau menyampaikan cerita kepada audiens tanpa tampilan visual narator. Elemen ini sangat berperan dalam efektivitas media modern, karena suara yang baik dan penyampaian yang sesuai dari narator dapat meningkatkan kualitas pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, memilih narator dan menjaga kualitas suara adalah aspek yang penting. Pengisi suara (voice over) memiliki peran penting dalam berbagai produksi media, termasuk menyampaikan informasi tambahan pada konten video atau menjelaskan situasi dalam laporan berita. Seperti pada akun [@humaskotatansel] memanfaatkan pengisi suara untuk memberikan narasi informatif kepada audiens, memastikan bahwa pesan dapat disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami. Dalam prosesnya, narator membacakan teks yang disusun sebelumnya, beradaptasi dengan konteks visual sambil menjaga kejelasan dan intonasi agar sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Tahapan produksi pengisi suara mencakup penulisan naskah yang dirancang agar pesan tersampaikan secara optimal dan sesuai kebutuhan audiens. Perekaman pengisi suara memerlukan perhatian khusus pada kualitas suara dan gaya penyampaian, yang sangat berpengaruh dalam menciptakan konten

informatif yang efektif. Praktikan umumnya menunggu instruksi dari mentor untuk berperan sebagai pengisi suara atau Voice Over talent dalam sebuah konten. Biasanya, praktikan melakukan Voice Over di ruangan yang tenang dan tertutup untuk menghindari gangguan suara. Voice Over ini digunakan untuk konten fitur yang diproduksi oleh tim Humas, seperti informasi hiburan, program dari perangkat daerah, dan lainnya. Selama proses Voice Over, praktikan diharapkan untuk menggunakan teknik 'smile voice', yaitu menghasilkan suara yang menyenangkan dan menghibur. Mentor biasanya memberikan arahan melalui WhatsApp Group bersama dengan naskah yang telah disiapkan. Praktikan juga sering berkoordinasi dengan tim editor dan mentor mengenai hasil rekaman Voice Over tersebut.

Gambar 3.4 Video yang dihasilkan Praktikan sebagai Voice Over bahan Program Konten Instagram “Kasih Tahu” (Sumber: Dok.internal praktikan) Praktikan biasanya bertugas sebagai pengisi suara (Voice Over) untuk video berdurasi 20- 25 detik. Rekaman yang dibuat oleh praktikan ini akan digunakan untuk konten di Instagram. Salah satu hasil rekaman yang telah dibuat oleh praktikan adalah untuk program PIN POLIO, 43 yang memberikan informasi tentang vaksinasi polio. Konten tersebut berhasil mendapatkan 75 Likes 3 komentar dan 12 kali dibagikan.

3.4 Kendala yang dihadapi Selama menjalani praktik kerja sebagai Copywriter di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan, beberapa tantangan yang saya hadapi cukup berpengaruh pada kelancaran pekerjaan sehari-hari:

3.4.1 Kendala Menjadi Copywriter

1. Praktikan sering kesulitan memilih kata yang tepat karena harus tetap bersikap netral dan menghindari bahasa yang bisa dianggap berlebihan. Selain itu, praktikan harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap menampilkan sisi positif tanpa kesan berlebihan terhadap Wali Kota, Wakil Wali Kota, atau kebijakan pemerintahan.
2. Dalam menyusun caption, praktikan dihadapkan dengan tantangan untuk menampilkan sisi positif dari program pemerintah tanpa terlihat berlebihan. Ini kadang membuat narasi terasa kaku dan terbatas, sehingga membutuhkan waktu lebih lama untuk menemukan formula

yang tepat. 3. Karena tuntutan bahasa yang formal dan sesuai dengan standar instansi, praktikan sering merasa terbatas dalam mengekspresikan kreativitas. Hal ini memerlukan penyesuaian kata dan kalimat agar tetap menarik sekaligus memenuhi standar yang berlaku. 4. Dalam proses pembuatan konten dalam website maupun media sosial, praktikan menghadapi tantangan dalam menjaga netralitas di tengah isu politik yang sensitif. Konten yang dihasilkan harus obyektif, dan tetap sesuai dengan prinsip komunikasi pemerintah. Kendala ini menuntut kehati-hatian ekstra dalam menyusun narasi yang informatif tanpa memicu interpretasi yang salah atau kontroversi. Untuk itu, praktikan berfokus pada penyampaian fakta yang relevan dan netral, serta selalu berkoordinasi dengan tim Humas untuk memastikan konten telah melalui verifikasi dan sesuai dengan pedoman komunikasi resmi. Pengalaman ini menjadi 44 pembelajaran berharga dalam mengelola isu sensitif secara profesional.

3.4.2 Kendala Menjadi Reporter

1. Praktikan sering kali harus bersaing dengan reporter lain, termasuk yang lebih berpengalaman, saat doorstop. Hal ini kerap menyebabkan suasana padat dan suara rekaman menjadi kurang optimal, sehingga ada beberapa bagian yang terlewat atau tidak terekam jelas.
2. Praktikan mengalami kendala dalam mengidentifikasi momen penting di tengah keramaian saat doorstop. Sering kali, inti dari pernyataan narasumber hilang atau terlewat karena keterbatasan waktu dan banyaknya informasi yang harus dicatat. Dalam kondisi ramai, praktikan kesulitan mendapatkan kualitas rekaman yang baik. Gangguan dari percakapan lain atau suara bising membuat rekaman sering kali tidak lengkap atau sulit dipahami saat transkrip.

3.5 Cara mengatasi masalah Dalam menjalani praktik kerja profesi, berbagai tantangan yang muncul menjadi pengalaman berharga bagi praktikan untuk belajar dan mengatasi setiap permasalahan. Praktikan berupaya aktif untuk menghadapi kendala yang ada selama periode kerja, antara lain:

3.5.1 Cara mengatasi masalah Copywriter

1. Praktikan aktif mengembangkan kosakata agar dapat menyampaikan pesan secara netral tanpa kehilangan makna. Dengan melakukan riset terhadap konten

yang ada, praktikan dapat menemukan kata-kata yang lebih tepat untuk menonjolkan sisi positif tanpa terkesan berlebihan. 2. Praktikan berlatih menyusun kalimat yang lebih kreatif dan menarik untuk menggambarkan program pemerintah. Diskusi dengan rekan kerja dan mentor membantu praktikan mendapatkan perspektif baru yang bisa mempermudah dalam menemukan formula narasi yang seimbang. 3. Untuk mengatasi batasan formal, praktikan berusaha untuk menyisipkan elemen kreatif dalam penyampaian pesan. Melalui brainstorming dan mencoba berbagai pendekatan,

3.5.2 Cara Mengatasi Masalah Reporter

1. Praktikan sering kali harus bersaing dengan reporter lain, termasuk yang lebih berpengalaman, saat doorstep. Hal ini kerap menyebabkan 45 suasana padat dan suara rekaman menjadi kurang optimal, sehingga ada beberapa bagian yang terlewat atau tidak terekam jelas.
2. Praktikan mengalami kendala dalam mengidentifikasi momen penting di tengah keramaian saat doorstep. Sering kali, inti dari pernyataan narasumber hilang atau terlewat karena keterbatasan waktu dan banyaknya informasi yang harus dicatat.
3. Dalam kondisi ramai, praktikan kesulitan mendapatkan kualitas rekaman yang baik. Gangguan dari percakapan lain atau suara bising membuat rekaman sering kali tidak lengkap atau sulit dipahami saat transkrip.

46 4.1 Simpulan BAB IV

PENUTUP

Berikut kesimpulan dari pengalaman Kerja Profesi praktikan di bidang Copywriting dan Public Relations selama 560 jam, terhitung dari 1 Juli hingga 1 September:

1. Program Kerja Profesi (KP) yang diselenggarakan oleh Universitas Pembangunan Jaya memberikan manfaat signifikan dengan membuka kesempatan belajar yang mendalam dalam bidang profesional, membantu mahasiswa memahami dunia kerja secara langsung.
2. Dalam pelaksanaan KP, praktikan menemukan relevansi kuat antara pengalaman lapangan dengan materi perkuliahan, terutama dalam mata kuliah terkait komunikasi dan jurnalistik.
3. KP ini memberikan wawasan berharga bagi mahasiswa, khususnya dalam copywriting dan strategi PR, yang membantu mereka memahami proses komunikasi yang efektif dalam organisasi.
4. Praktikan menyadari pentingnya kemampuan menulis yang akurat dan menarik

dalam profesi Copywriter, terutama dalam menyampaikan pesan secara netral dan positif. 5. Seorang Copywriter dituntut untuk menguasai keterampilan komunikasi yang baik, mampu menyampaikan informasi yang relevan dan dekat dengan audiens untuk menarik minat publik. 6. Selama KP, praktikan juga belajar mengenai peran penting Copywriter dalam mengomunikasikan kebijakan pemerintah, membangun hubungan baik dengan masyarakat, serta menjaga kepercayaan publik. 7. Praktikan mendapatkan pengalaman baru yang berharga dari rekan kerja yang lebih berpengalaman, khususnya dalam mengelola informasi dan menyesuaikannya dengan kebutuhan publik. 8. Praktikan menyadari bahwa kerja sama tim sangat krusial, dan komunikasi yang efektif menjadi kunci utama dalam penyelesaian tugas. 9. Praktikan mencermati perkembangan jurnalistik digital dan pentingnya adaptasi terhadap teknologi untuk mempertahankan keberadaan di era digital. 47 10. Profesi Copywriter juga membutuhkan keterampilan tambahan, termasuk kemampuan editing, pemahaman alat digital, serta keahlian public speaking untuk mendukung pembuatan konten yang efektif di media digital.

4.2 Saran

Berikut adalah beberapa saran untuk peningkatan kinerja di masa mendatang bagi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan dan bidang ilmu komunikasi yang fokus pada copywriting:

4.2.1 Saran untuk Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan

1. Perusahaan Disarankan memberikan kesempatan bagi mahasiswa magang untuk mengeksplorasi berbagai peran seperti Editor, Media Relations, dan Kameramen agar mereka memperoleh pengalaman komprehensif.
2. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang Selatan meningkatkan jumlah tenaga khusus di bidang Hubungan Masyarakat untuk menangani berbagai tugas yang membutuhkan penyebaran informasi yang konsisten dan akurat.
3. Perusahaan perlu menjaga kesiapan alat produksi serta jaringan internet guna mendukung kelancaran proses kerja, terutama untuk tugas copywriting dan konten digital.
4. Perusahaan dapat memfasilitasi pengalaman langsung di bidang-bidang seperti editing dan penyusunan konten bagi mahasiswa magang agar mereka dapat lebih mandiri dan sigap dalam

pengerjaan tugas, sekaligus memperkuat koordinasi antar anggota tim. 4.2.2

Saran untuk IPTEK Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan Kerja Praktik (KP) di Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Tangerang Selatan, terdapat beberapa saran yang relevan untuk pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) guna mendukung fungsi dan tugas humas, yaitu:

1. Pengembangan alat analisis (analytic tools) yang lebih terintegrasi untuk memantau opini publik Diskominfo Tangerang Selatan perlu mengembangkan teknologi analisis yang dapat secara efektif memantau sentimen masyarakat terhadap program-program pemerintah daerah. Dengan adanya alat yang mampu memproses data secara real-time, humas dapat lebih cepat memahami respons masyarakat dan menyesuaikan strategi komunikasi yang tepat. Hal ini dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi serta membangun hubungan yang lebih baik antara pemerintah dan warga.
2. Implementasi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) untuk mendukung automasi pengelolaan konten digital. Teknologi AI dapat digunakan untuk membantu humas dalam menyusun content plan, menganalisis kinerja konten, hingga memberikan rekomendasi topik-topik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dengan penerapan ini, pengelolaan informasi di berbagai kanal digital Diskominfo menjadi lebih efisien, konsisten, dan relevan, sehingga mampu menjangkau lebih banyak audiens dengan pesan yang tepat. Dengan menggunakan teknologi ini, diharapkan Diskominfo Tangerang Selatan dapat lebih responsif terhadap kebutuhan informasi masyarakat, sekaligus memperkuat fungsi humas sebagai jembatan antara pemerintah daerah dan warga.



REPORT #24207523

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.45% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9651/13/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.39% lib.lemhannas.go.id http://lib.lemhannas.go.id/public/media/catalog/0010-092400000000101/swf/78..	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.35% diploy.id https://diploy.id/companies/329	● ●
INTERNET SOURCE		
4.	0.33% kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/17457/4/BAB_II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.3% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9771/11/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.27% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8545/13/13.%20BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.26% www.academia.edu https://www.academia.edu/29823497/KLASIFIKASI_JENIS_BUKU_BERDASARKAN..	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.23% www.belajarlagi.id https://www.belajarlagi.id/post/pekerjaan-copywriter-adalah	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.23% journal.uinsgd.ac.id https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/download/37943/11574	●



REPORT #24207523

INTERNET SOURCE		
10. 0.23%	www.karyailmiah.trisakti.ac.id http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/Buku_ajar_Peranc..	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.21%	repo.darmajaya.ac.id http://repo.darmajaya.ac.id/13255/4/BAB%201.pdf	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.2%	www.sukseskuliah.com https://www.sukseskuliah.com/copywriter-skill-tanggung-jawab-dan-gajinya/	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.18%	dewanpers.or.id https://dewanpers.or.id/assets/ebook/jurnal/2001301530_jurnal_Dewan_Pers_e..	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.17%	repository.mediapenerbitindonesia.com http://repository.mediapenerbitindonesia.com/290/1/%28%2BISBN%29T279%2..	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.12%	roboguru.ruangguru.com https://roboguru.ruangguru.com/forum/perhatikan-paragraf-berikut-pohon-me...	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.07%	www.giantfocal.com https://www.giantfocal.com/id/kamus/copywriting	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.05%	kerma.esaunggul.ac.id https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..	●