



1.6%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 12 DEC 2024, 4:54 PM

Similarity report

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

● IDENTICAL
0.16%

● CHANGED TEXT
1.44%

Report #24139249

C-1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Copywriting adalah tulisan atau pesan yang banyak dicari oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan promosi, pembuatan konten di media sosial, hingga untuk meningkatkan identitas sebuah perusahaan yang mulai berkembang, seperti PT. Mercusuar Cipta Solusi (Julius & Agustin, 2022). Copywriting menjadi salah satu elemen penting dalam sebuah perusahaan. Sedangkan untuk praktisi yang bertanggung jawab dalam membuat copywriting dinamakan dengan Copywriter (Wijaya, Anwar & Abrar, 2022). Copywriter dapat diartikan juga sebagai orang yang menulis pesan dari sebuah iklan. Tugas Copywriter bukan hanya menulis kata-kata, namun Copywriter memiliki tanggung jawab besar melalui kata-kata yang diolah, yakni mampu mengolah kata-kata agar penjabaran alur kerja mudah dimengerti dan menarik perhatian audiens terutama dalam tingkat mengedukasi audiens dengan jangkauan luas melalui konten-konten media sosial. Sehingga peran Copywriter menjadi pertama yang disorot oleh pengguna media sosial maupun seluruh khalayak luas yang berperan sebagai penerima informasi. Di masa digital sekarang ini, penggabungan teknologi desain visual dan narasi membuat Copywriter dapat menjadi salah satu lahan pekerjaan yang akan semakin populer (Ratna, 2022). Peluang kerja Copywriter bagi lulusan S1 Komunikasi di Indonesia sangat luas dan menjanjikan karena di tengah era digital, kebutuhan akan penulisan pesan iklan dari Copywriter

berbakat dapat mengalami peningkatan di masa depan. Selain itu, Copywriter menjadi pekerjaan teratas yang paling diminati oleh mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi (dealls.com, 2024). Namun sebagai Copywriter dituntut untuk mengasah hard skill, yaitu kemampuan menulis, kemampuan mengolah headline, dan memperkaya kosakata. Copywriter juga dituntut untuk mengasah soft skill, yaitu memiliki keingintahuan yang tinggi terhadap tren terbaru di media, beradaptasi dengan gaya pengemasan konten baru, serta harus bisa memahami audiens yang menjadi target penerimaan pesan (Perdana, A. 2021). Sebelum mencapai tahapan skripsi, penting bagi mahasiswa/i untuk merasakan pengalaman praktik lapangan untuk bersiap memasuki dunia kerja yang sesungguhnya. Kerja Profesi (KP) merupakan salah satu kegiatan belajar 2 dalam bentuk praktik di dunia kerja. Kerja profesi dilakukan oleh mahasiswa/i dengan tujuan mampu menerapkan ilmu yang telah didapat selama menempuh bangku kuliah terutama dalam bidang kerja copywriting. Melalui kegiatan Kerja Profesi, mahasiswa diharapkan dapat memperoleh pengalaman kerja praktis, mengembangkan hard skill dan soft skill, serta memberi gambaran kepada Praktikan tentang dunia kerja khususnya pada PT. Mercusuar Cipta Solusi sebagai Digital Creative Agency serta dapat sesuai dengan kemampuan yang dinilai dalam Program Studi.

1 5

6 Program Kerja Profesi (KP) yang diadakan oleh Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu syarat kelulusan dan menjadi mata kuliah wajib bagi seluruh mahasiswa/i terutama pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Mata kuliah Kerja Profesi terdiri dari 3 SKS dan harus dilaksanakan minimal 400 jam dengan maksimal 8 jam kerja per harinya. Kerja Profesi dilaksanakan untuk memberikan pengalaman kerja nyata bagi mahasiswa. Selain untuk mendapatkan pengalaman kerja nyata, Kerja Profesi diadakan dengan tujuan mahasiswa mendapat kesempatan untuk beradaptasi dengan dunia kerja, memberikan manfaat bagi instansi atau perusahaan dan dapat bermanfaat dalam melakukan pengumpulan data guna menyusun Skripsi atau Tugas Akhir (Setiawan & Soerjoatmodjo, 2021) Kerja Profesi bagi mahasiswa/i Program Studi Ilmu Komunikasi sangat penting karena dirancang untuk memenuhi

kualifikasi di bidang komunikasi. Ketentuan bagi mahasiswa untuk dapat mengikuti Kerja Profesi di antaranya harus sudah lulus mata kuliah dengan minimal 100 sks, memiliki nilai Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) minimal 2.00, berstatus sebagai mahasiswa aktif yang sedang tidak cuti dan tidak mendapat sanksi akademik. Mata Kuliah Kerja Profesi yang diadakan oleh Universitas Pembangunan Jaya dilaksanakan dengan rentang waktu selama 3 bulan. Selanjutnya, Laporan Kerja Profesi wajib disusun setelah mahasiswa menyelesaikan Kerja Profesi sesuai dengan waktu yang telah diwajibkan. Untuk dinyatakan lulus, mahasiswa harus melalui proses Sidang Kerja Profesi terlebih dahulu (Setiawan & Soerjoatmodjo, 2021). Melalui Kerja Profesi, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya mampu melahirkan sarjana komunikasi yang dapat memenuhi kualifikasi di bidangnya serta berkompentensi, kreatif, dan siap setelah terjun ke lapangan kerja.

4 Program Studi Ilmu Komunikasi merupakan bagian dari Fakultas Humaniora dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya dengan memiliki C-1 dua pemilihan minor, yaitu minor Public Relations (PR) dan Broadcast Journalism (BJ). Praktikan memilih minor Broadcast Journalism (BJ) di mana Praktikan dapat terkonsentrasi pada satu bidang yang diminati, yaitu mempelajari tentang dunia penyiaran dan jurnalisme secara luas melalui teori dan praktik. Pembelajaran dalam minor Broadcast Journalism (BJ) yang didapat terdiri dari produksi berita televisi, pembuatan dokumenter, penulisan artikel, etika jurnalistik, pengeditan video, produksi kampanye media sosial, hingga jurnalisme online. Bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi minor Broadcast Journalism (BJ) dapat menerapkan pemahaman secara teori yang telah didapat ke dalam kondisi kerja nyata melalui program Kerja Profesi selama 3 bulan. Dari penerapan kerja tersebut, maka mahasiswa dapat berkembang dan bersaing sesuai dengan kompetensi yang dimiliki selama berkuliah. Kerja Profesi sebagai kesempatan mendapat pengalaman kerja nyata, tentu Praktikan diwajibkan memilih praktik yang sejalan dengan bidang yang dipilih, yaitu Broadcast Journalism. Copywriting berkaitan dengan Ilmu Komunikasi terutama dalam proses

penyampaian pesan. Praktikan memilih PT. Mercusuar Cipta Solusi sebagai perusahaan tempat Praktikan melakukan Kerja Profesi karena PT. Mercusuar Cipta Solusi adalah perusahaan agensi yang bergerak dalam bidang kreatif digital yang mengerjakan kegiatan untuk memenuhi semua kebutuhan melalui digital. Kebutuhan melalui digital di antaranya produksi iklan produk, videografi, serta produksi konten media sosial. PT. Mercusuar Cipta Solusi termasuk dalam perusahaan jasa pihak ketiga yang disebut Digital Creative Agency. Digital Creative Agency merupakan perusahaan sebagai pihak ketiga dan memiliki jasa-jasa terkait dengan kegiatan promosi (Sari, 2022). Pekerjaan dalam produksi seperti membuat copywriting, sejalan dengan Ilmu Komunikasi minor Broadcast Journalism (BJ). Copywriting dan jurnalisme saling berkaitan dengan penyampaian pesan dan dengan teknik copywriting, pesan yang dihasilkan dapat memengaruhi audiens. Selain menyusun pesan yang akan disampaikan, kedua bidang seperti Copywriting dan jurnalisme tidak dapat jauh dari media digital, di mana media digital menjadi media utama yang digunakan untuk menyebarkan informasi atau pesan untuk menjangkau audiens yang luas. Praktikan ditempatkan di Divisi Digital/Social Strategist sebagai Copywriter pada PT. Mercusuar Cipta Solusi. Divisi Digital/Social Strategist terdiri dari salah satunya Copywriter bertujuan mengurus keperluan konten dalam platform digital. 4 Sebagai praktisi yang bekerja dalam ruang lingkup Digital Creative Agency, tidak jauh dari perencanaan produksi konten yang berkaitan untuk tujuan melakukan promosi. Divisi Digital/Social Strategist pada PT. Mercusuar Cipta Solusi bertugas untuk melakukan pengelolaan media sosial yang dimiliki oleh PT. Mercusuar Cipta Solusi seperti Instagram, TikTok, dan Website serta melakukan interaksi dengan audiens guna menjaga hubungan baik dengan target audiens (Setiawan, R.D. 2018). Peran Divisi Digital/Social Strategist adalah membuat perencanaan komunikasi startegis melalui garapan konten yang interaktif dan menarik perhatian audiens sehingga hubungan dengan audiens tetap terjaga. Divisi Digital/Social Strategist dalam PT. Mercusuar Cipta Solusi memiliki peran dalam melakukan

monitoring media seperti di Instagram dan TikTok untuk mengetahui tren terbaru yang nanti dapat diadaptasi ke dalam perencanaan konten (Setiawan, R.D. 2018). Pada PT. Mercusuar Cipta Solusi, hard skill yang dibutuhkan untuk mengambil posisi pada Divisi Digital/Social Strategist yang utama adalah kemampuan berkomunikasi dan menulis dalam bentuk naskah konten dan naskah periklanan dalam media digital. Sedangkan, untuk soft skill yang dibutuhkan dalam Divisi Digital/Social Strategist adalah mengutamakan pada kreatifitas bagaimana membuat konten yang unik yang jarang diketahui oleh orang lain dan soft skill lainnya yang dibutuhkan yaitu kemampuan kerjasama tim, bagaimana setiap individu mampu menjalin kerja sama tim yang saling berkaitan selama proses melakukan kerja. Selama menempuh kuliah di Universitas Pembangunan Jaya Program Studi Ilmu Komunikasi, Praktikan mempelajari pekerjaan seorang praktisi komunikasi. Pelajaran yang didapat di antaranya produksi dengan Media Audio Visual, Produksi Berita Televisi yang meliputi kepenulisan berita dan artikel untuk berita televisi, Manajemen Media, liputan untuk media online dalam mata kuliah Jurnalisme Online, serta Hubungan Masyarakat Online yang mempelajari perencanaan konten serta kampanye. Pelajaran yang didapat selama 3 tahun praktikan berkuliah, akhirnya mendukung praktikan untuk melaksanakan Kerja Profesi sebagai Copywriter yang diharapkan setelah lulus praktikan dapat bekerja sebagai Copywriter dengan pengalaman yang telah didapatkan. Semua pekerjaan memiliki peran sesuai porsinya masing-masing (Wijaya, Anwar & Abrar, 2022). **10** Copywriter merupakan salah satu pekerjaan yang memiliki C-1 peran penting dalam sebuah perusahaan. Karena pada era digital masa kini, masyarakat berlomba-lomba mendapatkan informasi melalui media sosial seperti Instagram, X, atau TikTok. Penggunaan media sosial oleh masyarakat menjadi marak untuk memperoleh informasi paling baru dari dalam negeri maupun luar negeri. Oleh karena itu, seorang Copywriter dituntut untuk bisa merancang materi berupa tulisan di media sosial dalam bentuk edukasi, berita, dan bentuk informasi lainnya (Wijaya, Anwar & Abrar, 2022). Copywriting yang dihasilkan untuk PT. Mercusuar Cipta

Solusi berupa membuat headline, membuat script content, caption, hingga hastag yang akan digunakan pada media seperti Instagram, TikTok, dan Website. Pada kesempatan ini, Praktikan menerapkannya dalam perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi sebagai Copywriter yang menghasilkan tulisan berupa artikel berita, informasi paling baru yang sedang viral, dan membuat tulisan edukasi yang dikemas dengan menarik sesuai dengan karakteristik media yang akan digunakan. Melalui program Kerja Profesi yang dilaksanakan selama 3 bulan di PT. Mercusuar Cipta Solusi, Praktikan diharapkan dapat menambah wawasan dalam dunia digital khususnya dalam pembuatan copywriting konten dan penulisan naskah iklan. Selain itu, diharapkan pula dapat memperoleh pengalaman bekerja di sebuah instansi atau perusahaan yang berkecimpung pada bidang agensi digital kreatif, mampu menguasai teknik penulisan secara profesional, mempelajari tahap-tahap dalam pembuatan konten digital dan mampu mengetahui tahap-tahap produksi iklan digital dalam output video atau foto, pada Instagram, TikTok, dan Website mulai dari Pra Produksi, Produksi, hingga Pasca Produksi. Diharapkan juga mengetahui cara memberikan pelayanan terhadap klien, serta bagaimana cara meningkatkan interaksi di media sosial melalui konten-konten yang kreatif.

1 4 5 11 13 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 Maksud Kerja Profesi Program Kerja Profesi dari Universitas Pembangunan Jaya berguna sebagai kesempatan mahasiswa/i untuk mendapatkan pengalaman kerja nyata dari pelajaran yang telah didapat selama 3 tahun berkuliah di Universitas Pembangunan Jaya. Maksud dari Kerja Profesi (KP) ini adalah sebagai berikut: 1. Memperluas pemahaman terkait bidang Copywriter dan jurnalistik selama Kerja Profesi (KP) 6 2. Mengasah kompetensi dalam Ilmu Komunikasi, minor Broadcast Journalism 3. Mendapat gambaran nyata teori dan praktik di bidang kreatif dan jurnalistik 4. Mengasah kemampuan berpikir kritis dan menulis kreatif 5. Menjalankan realisasi memenuhi tanggung jawab dalam hal kelembagaan 6. Membangun hubungan baik antara perusahaan/instansi dengan Perguruan Tinggi 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Berdasarkan maksud Kerja Profesi di atas, maka tujuan dari Kerja

Profesi yang diselenggarakan oleh Universitas Pembangunan Jaya adalah sebagai berikut: 1. Memperoleh rujukan bagi Program Studi dalam penyempurnaan kurikulum selanjutnya agar sejalan dengan industri dan masyarakat. 2. Memperoleh kerja sama antara Program Studi maupun Universitas Pembangunan Jaya dengan perusahaan atau instansi. 3. Memperoleh referensi tambahan tempat Kerja Profesi untuk mahasiswa/i Universitas Pembangunan Jaya. 4. Mendapat pengetahuan terkait penulisan profesional dan berpikir kreatif dalam bidang Copywriter. 5. Memperoleh portofolio baru yang hendak diperuntukkan untuk pencarian pekerjaan di masa yang mendatang.

11 1.3

Tempat Kerja Profesi PT. Mercusuar Cipta Solusi merupakan sebuah perusahaan agensi yang bergerak pada bidang Digital Creative. Alamat perusahaan berlokasi di Green Pamulang Estate, Jalan Madrasah Kel, Desa/Kelurahan Pondok Benda, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten. PT. Mercusuar Cipta Solusi berkomitmen untuk mendorong batas-batas inovasi dan imajinasi. Sesuai dengan namanya, PT. Mercusuar Cipta Solusi menawarkan solusi yang lengkap dan berpikiran maju. Praktikan memilih PT. Mercusuar Cipta Solusi sebagai tempat melaksanakan Kerja Profesi karena sejalan dengan teori dan praktik selama Praktikan mempelajari minor Broadcast Journalism (BJ) khususnya dalam produksi berita dan penulisan konten. Praktikan memilih posisi sebagai Copywriter C-1 pada Divisi Digital/Social Strategist. Sebagai Copywriter, Praktikan memiliki deskripsi pekerjaan yaitu, bertanggung jawab pada membuat copywriting konten, menulis caption, dan menulis artikel untuk website perusahaan. Selain itu, Copywriter merupakan bidang yang sesuai dengan minat Praktikan di mana berkaitan dengan kepenulisan. Praktikan dapat menghasilkan tulisan yang berperan positif terhadap Website, Instagram dan TikTok @mercusuarcreative serta Praktikan dapat tumbuh bersama untuk menciptakan solusi untuk semua kebutuhan melalui penulisan konten media sosial. 1.4. Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Selama pelaksanaan Kerja Profesi, Praktikan melakukan pekerjaan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan oleh Universitas Pembangunan Jaya. Mulai di 2 minggu terakhir bulan Juni 2024, Praktikan

mempersiapkan surat-surat sebagai prasyarat melakukan Kerja Profesi, yaitu membuat Curriculum Vitae (CV) dan mengajukan surat lamaran kepada beberapa perusahaan yang dituju. Pada minggu ke 2 bulan Juli 2024, Praktikan akhirnya diterima di PT. Mercusuar Cipta Solusi dan melakukan Kerja Profesi mulai dari 8 Juli 2024 – 8 Oktober 2024 dengan jumlah jam kerja efektif dalam satu hari yaitu 8 jam yang di mana dalam 1 minggu sekali diwajibkan datang ke kantor pada hari Senin. Praktikan diwajibkan untuk datang ke kantor dan mengurus pekerjaan selama jam kerja sesuai dengan peraturan perusahaan. Selanjutnya, Praktikan memulai penyusunan laporan Kerja Profesi di minggu keempat bulan Agustus 2024. Dari paparan tersebut, dapat disimpulkan melalui tabel berikut:

Tabel 1. 1. Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi No. Aktivitas Juni Juli

Agustus September Oktober 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1 2 3 4 1

2 3 4 1 Membuat CV dan Surat Pengantar kepada beberapa perusahaan

yang dituju 8 2 Pelaksanaa n Kerja Profesi di PT. Mercusuar Cipta

Solusi 3 Menyusun Laporan Kerja Profesi 4 Melakukan bimbingan dengan

dosen pembimb in g Kerja Profesi 5 Pengumpul an laporan Kerja Profesi

Untuk jadwal pelaksanaan Kerja Profesi secara lengkap, Praktikan lampirkan di bawah lampiran.

12 C-1 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1. Bidang Kerja Copywriting

menjadi salah satu elemen penting dalam sebuah perusahaan. Fungsi

Copywriting untuk mengenalkan sebuah perusahaan dengan merancang informasi

penting yang harus diketahui oleh masyarakat tentang suatu identitas atau

reputasi perusahaan. Bentuk-bentuk copywriting dapat berupa Digital Marketing

di mana fokus pada pembuatan konten untuk media sosial, website, atau

blog. Kemudian Branding dalam proses membangun identitas perusahaan melalui

materi konten (Harun, 2023). Bentuk lain dari copywriting yaitu Content

Marketing yang dapat menghasilkan output artikel untuk meningkatkan

kesadaran terkait produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. **8** Bentuk terakhir

adalah SEO Copywriting yang fokus menulis konten untuk optimalisasi mesin

pencari atau pada website. Pembuatan copywriting dikerjakan oleh seorang

Copywriter (Wijaya, Anwar & Abrar, 2022). Bagaimana berinteraksi dan

melakukan pendekatan kepada audiens juga dapat dilakukan dengan cara menyuguhkan konten-konten yang diminati audiens (Febriyanti et al., 2024). Copywriting menjadi fondasi penting dalam penyuguhan konten-konten kreatif terutama konten digital di media sosial.

3.1.1. Copywriter Menurut Wijaya, Anwar & Abrar (2022: 25), Copywriter merupakan praktisi yang bertanggung jawab membuat Copywriting. Deskripsi pekerjaan praktisi yang menjadi bagian dari bidang Digital/Social Strategist terdiri atas membuat kata-kata dengan ide yang kreatif. Berikut deskripsi pekerjaan seorang Copywriter secara umum, antara lain:

1. Merancang kalimat dan mengolah kata-kata yang tepat untuk mempersuasi audiens terkait penyebaran informasi yang menguntungkan terhadap perusahaan. Target audiens menjadi faktor penting bagi Copywriter dalam merancang kata-kata, salah satunya dalam bentuk caption. Audiens PT. Mercusuar Cipta Solusi didominasi oleh Gen Z, sehingga penggunaan bahasa menjadi perhatian yang lebih. Mengenai dunia periklanan, sebagai agensi 10 digital yang tidak asing dalam pembuatan iklan digital dalam kegiatannya, PT. Mercusuar Cipta Solusi seharusnya dapat menangani produksi dari iklan suatu produk. Proses pengerjaan iklan produk dapat dikelompokkan menjadi beberapa proses seperti Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi. Gaya pengemasan dengan bahasa sehari-hari dapat membuat hubungan dengan audiens menjadi lebih dekat dan pesan yang dituju dapat tersampaikan dengan baik sesuai sasaran khalayak.
2. Copywriter dituntut untuk berpikir kreatif. Copywriter memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan engagement audiens dan memproduksi konten-konten kreatif yang menarik. Dengan begitu, seorang Copywriter memiliki kewajiban menulis konten terbaru dan menarik di media sosial, menuntut Copywriter harus mengetahui berita atau informasi terbaru. Untuk memenuhi tanggung jawab itulah, Copywriter harus memiliki ide-ide unik yang jarang digali oleh masyarakat mengenai suatu isu yang sedang hangat di antara masyarakat. Hal tersebut dilakukan dengan cara meningkatkan kepekaan terhadap cepatnya perubahan tren media sosial.
3. Tugas Copywriter lainnya adalah berkoordinasi dengan bagian editor desain. Fungsi desain

biasanya untuk memberikan copywriting yang telah dihasilkan menjadi sebuah visual yang lebih bermakna dan menarik. Elemen desain juga berperan penting dalam menunjang keberhasilan suatu pesan dalam konten yang ingin dipasarkan dapat tersampaikan dengan baik. Tujuan adanya pengeditan desain agar para pembaca tidak bosan hanya melihat serangkaian tulisan. Dengan adanya desain dapat memanjakan mata para pembaca sehingga tertarik untuk membaca keseluruhan isi dengan tidak monoton. Berdasarkan uraian 3 pekerjaan di atas, Copywriter melewati tahapan Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi yang di antara lain: 1. Pra Produksi Tahap Pra Produksi merupakan tahapan paling awal dan penting dalam membuat iklan (Purnomo, Wibowo & Jupriono, 2023: 3). Pada tahap ini, Copywriter akan melakukan brainstorming ide dan konsep serta membuat perencanaan untuk konten di media sosial seperti Instagram, TikTok, ataupun Website. Menurut Purba (2017), Brainstorming merupakan metode yang berperan C-1 mengeksplorasi ide-ide pikiran secara bebas dan mendalam tentang pembahasan tertentu. 2. Produksi Tahap kedua yaitu tahap Produksi yang juga dikenal sebagai tahap melakukan penulisan konten untuk media sosial maupun mengambil perekaman video untuk iklan digital (Wahyuti, 2023). Sebelum memproduksi sebuah tulisan dari pengembangan ide menjadi penulisan kreatif, Copywriter melakukan riset data untuk menulis, dengan cara mencari dari sumber di internet maupun buku dan jurnal untuk memperoleh data yang akurat. Langkah selanjutnya Copywriter akan memasuki tahap penulisan konten. Tahap terakhir dalam produksi, Copywriter menyerahkan skrip agar dapat ditinjau oleh atasan. 3. Pasca Produksi Tahap terakhir dalam penulisan konten media sosial maupun pembuatan iklan digital, yaitu Pasca Produksi. Biasanya pada tahap ini skrip konten yang telah ditinjau akan diberikan kepada editor, lalu skrip konten akan menghadapi tahap peninjauan kembali oleh Content Manager untuk menilai apakah konten atau iklan sudah bisa ditayangkan di media. Dalam menulis konten Instagram dan artikel, agar Copywriter dapat merangkai copywriting yang bersifat informatif dan edukatif, menggunakan struktur penulisan rumus

piramida terbalik. Struktur piramida terbalik merupakan susunan penulisan dari yang menyajikan informasi terpenting sampai informasi yang tidak terlalu penting atau informasi tambahan (Rosadi, Meliasanti & Setiawan, 2022). Berdasarkan praktik, Copywriter dapat diartikan juga sebagai orang yang menulis pesan dari sebuah iklan. Terdapat kesamaan antara pekerjaan seorang Copywriter dengan content writer (Edi, 2017). Kesamaan dilihat berdasarkan tanggung jawabnya, yakni membuat sebuah tulisan untuk strategi pemasaran dan penulis copywriting mampu berpikir kreatif. Sehingga dari ide kreatif, Copywriter dapat menghasilkan sebuah kalimat yang mampu menarik minat audiens. Tugas Copywriter bukan hanya menulis kata-kata, namun Copywriter memiliki tanggung jawab besar melalui kata-kata yang diolah, yakni mampu mengolah kata-kata agar penjabaran alur kerja mudah dimengerti dan menarik perhatian audiens terutama dalam tingkat mengedukasi audiens dengan 12 jangkauan luas melalui konten-konten media sosial. Sehingga peran Copywriter menjadi pertama yang disorot oleh pengguna media sosial maupun seluruh khalayak luas yang berperan sebagai penerima informasi. Sebelum beradaptasi ke era digital di mana marak penggunaan media sosial, pekerjaan Copywriter masih didukung dengan media cetak seperti brosur, koran, majalah, dan lain-lain. Pada era tradisional, Copywriter mulai menghasilkan tulisan iklan atau informasi pada brosur yang selanjutnya ditempelkan di tempat umum agar mudah dijangkau audiens. Awalnya, Copywriter menjadi pekerjaan yang tidak menonjol, namun tetap ada hingga sekarang tanpa mengalami banyak perubahan dalam praktiknya. Setelah beralih ke era digital, kemunculan e-Commerce dan pertumbuhan pesat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) membuat pekerjaan Copywriter menjadi marak dan menonjol, terutama dalam Digital Agency Creative yang termasuk dalam model bisnis Business To Business (B2B). Perusahaan jenis ini memang berfokus pada industri digital, maka wajib mengedepankan teknologi untuk mendukung seluruh operasional perusahaan dalam mencapai tujuan (Agustin et al., 2023). Tujuan perusahaan dapat berupa meningkatkan keberadaan dan reputasinya melalui profesi Copywriter yang

mampu membuat tulisan kreatif guna menarik target audiens secara luas. Praktikan sebagai Copywriter di bawah Divisi Digital/Social Strategist mengerjakan semua pekerjaan kepenulisan untuk media sosial. Penulisan dapat berupa penulisan materi edukasi dan penulisan berita yang termasuk dalam jurnalisme online. Jurnalisme online merupakan jurnalis yang melakukan kegiatan menulis informasi atau penyampaian pesan terkait isu-isu tertentu melalui platform online. Platform yang digunakan di antaranya blog, website, dan media sosial (Romli, 2018). Kini, beragam media telah muncul untuk dapat menunjang pekerjaan Copywriter. Kemunculan media yang beragam, salah satunya adalah media sosial yang menjadi medium sumber semua informasi yang dibutuhkan dan digunakan manusia untuk berinteraksi dengan sesama (Harun, 2023). Kemunculan media sosial ditandai oleh kemajuan dari teknologi terbaru dan faktor dari perubahan tren di masyarakat yang berubah dengan cepat. Pada era terkini, media sosial mampu mempengaruhi copywriting berdasarkan dalam bentuk, begitu pula membuat pekerjaan perancang copywriting menjadi memiliki cakupan yang semakin luas. Cakupan kerjanya yang luas, meliputi digital C-1 marketing, menulis caption, social media specialist, meningkatkan engagement media sosial dan website atau blog. Adanya pekerjaan Copywriter yang diterapkan pada setiap perusahaan dapat menjadi salah satu keunggulan untuk persaingan ketat dalam industri digital, dalam hal membangun pesan secara kreatif untuk dapat memenuhi kegiatan pemasaran dari industri digital.

3.2. Pelaksanaan Kerja Menurut bidang kerja yang telah dipaparkan di atas, Copywriter bertugas sebagai pembuat tulisan kreatif atau copywriting. Dalam PT. Mercusuar Cipta Solusi, Praktikan terlibat langsung di bidang kepenulisan, terutama dalam penulisan konten di media sosial perusahaan sesuai dengan cakupan kerja praktisi Copywriter. Pekerjaan Copywriter di PT. Mercusuar Cipta Solusi memiliki kemiripan dengan pekerjaan content writer. Namun di PT. Mercusuar Cipta Solusi, semua pekerjaan penulis konten disebut sebagai Copywriter. Posisi Copywriter dalam PT. Mercusuar Cipta Solusi tidak berdiri sendiri, melainkan tergabung di bawah Divisi

Digital/Social Strategist. Divisi Digital/Social Strategist adalah suatu divisi kerja yang memfokuskan pada mengelola media sosial perusahaan melalui strategi konten yang efektif untuk meningkatkan performa atau eksistensi sebuah merek ataupun perusahaan. Maka dalam kegiatan Copywriter melakukan pemasaran konten, sangat penting untuk membangun strategi komunikasi agar pesan tersampaikan kepada audiens secara baik dan dapat mencegah permasalahan yang diperkirakan muncul di masa depan (Pranajaya & Rachman, 2022).

2 Pada pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi di PT. Mercusuar Cipta Solusi, Praktikan ditugaskan untuk membuat copywriting konten, menulis caption, dan juga menulis artikel. Dalam copywriting konten dan menulis caption, Praktikan dijadwalkan menulis sedikitnya tiga konten perminggu pada 3 platform atau media yang berbeda, di antaranya Instagram, TikTok, dan Website. Praktikan berfokus pada meningkatkan kesadaran dan mempersuasi audiens media sosial yang luas melalui olahan kata-kata promosi yang dapat menjual identitas PT. Mercusuar Cipta Solusi sebagai agensi kreatif yang menawarkan solusi untuk segala kebutuhan digital. Dalam periode Kerja Profesi yang dilaksanakan dari bulan 8 Juli – 8 Oktober 2024, Praktikan berhasil membuat copywriting di ketiga platform 14 tersebut dengan output yang berbeda-beda. Pertama, konten untuk Instagram lebih menekankan pada pembuatan headline, content, caption, dan hashtag. Gambar di atas merupakan konten yang diluncurkan pertama kali ketika Praktikan memulai pelaksanaan Kerja Profesi. Headline berperan penting sebagai format konten yang berfungsi mengundang perhatian audiens di awal, didukung dengan visual desain. Caption yang disajikan berupa bentuk pertanyaan. Praktikan membuat pertanyaan terbuka dengan maksud mengundang komentar para audiens, khususnya para penonton Ruangguru Clash of Champions dan juga para penggemar Trio NUS. Untuk penggunaan hashtag, disamakan dengan hashtag yang sering dipakai oleh Instagram resmi Ruangguru agar mudah menjangkau audiens, sehingga konten dapat memasuki beranda khusus pengguna hashtag tersebut yang sedang banyak digunakan selama penayangan Ruangguru Clash of Champions. Ada tiga konten pilar dalam Instagram sebagai media

sosial utama PT. Mercusuar Cipta Solusi. Konten pilar merupakan fondasi dasar dari pembuatan konten-konten yang akan dipublikasikan (Basnet & Auliya, 2022). Konten pilar dapat dikategorikan berdasarkan riset pengunjung maupun audiens pada media sosial perusahaan. PT. Mercusuar Cipta Solusi dalam menyajikan konten di Instagram, berdasarkan pada tiga konten pilar yang terdiri atas edukasi, news, dan hiburan. **1 Konten edukasi dan news dijadwalkan tayang setiap hari Senin dan Rabu pukul 18.00 WIB.** Sedangkan, konten hiburan dijadwalkan tayang setiap hari Gambar 3. 1. Contoh Konten Fun Fact di Instagram @mercusuarcreative C-1 Jum'at pukul 18.00 WIB.

Praktikan diharapkan membuat konten sesuai dengan content plan yang sudah disusun di awal. Namun, jika ada konten tambahan seperti berita yang sedang viral dan konten hari peringatan besar yang harus segera tayang, maka setiap hari Praktikan dapat memproduksi konten agar dapat diunggah di Instagram dengan mengejar waktu-waktu penting sesuai dengan algoritma Instagram @mercusuarcreative. Penetapan waktu publikasi dilihat dari banyaknya audiens yang berkunjung ke media sosial PT. Mercusuar Cipta Solusi dalam satu waktu setiap harinya. Manfaat dari penjadwalan waktu publikasi membuat konten yang diunggah di media sosial dapat lebih konsisten dan mencapai efektivitas (Alam, 2023). Memiliki sedikit perbedaan dari pengerjaan konten di Instagram, output copywriting yang dihasilkan lebih menekankan pada caption, hashtag, dan teks yang ditempelkan dalam video jika memang diperlukan. Teruntuk konten di TikTok @mercusuarcreative yang disajikan lebih kepada konten-konten hiburan. Konten hiburan yang menampilkan tim dari Mercusuar Creative sendiri. Salah satu contohnya pembuatan konten TikTok Chicken on Head Challenge yang terlihat pada Gambar 3. Setelah Praktikan berpartisipasi dalam pengambilan video, Praktikan bertanggung jawab menyusun caption serta hashtag sebagai langkah selanjutnya. Pembuatan caption untuk Chicken On Head Challenge didasarkan pada bahasa sehari-hari yang bersinggungan dengan humor Gen Z. Tentu juga menggunakan hashtag yang berkaitan dengan challenge serta hashtag For Your Page (FYP). Konten ini berhasil menjadi konten yang paling

banyak ditonton di TikTok @mercusuarcreative. Gambar 3. 2. Contoh Konten Hiburan di TikTok @mercusuarcreative 16 Sedangkan pada website, Praktikan juga menghasilkan sejumlah tulisan dalam bentuk artikel yang dimuat pada halaman blog PT. Mercusuar Cipta Solusi bernama mercusuarcreative.com. Dalam melaksanakan Kerja Profesi selama 3 bulan di PT. Mercusuar Cipta Solusi, Praktikan sebagai Copywriter mendapat tanggung jawab menulis artikel sebagai konten pada blog. Praktikan dalam menulis artikel diperkenankan melakukan mirroring dengan konten-konten yang sudah diunggah pada Instagram. Perbedaan isi artikel dengan konten Instagram yakni dari kelengkapan isi konten. Praktikan menulis konten untuk Instagram dengan cara memperlihatkan informasi- informasi yang menjadi poin penting untuk diketahui oleh audiens dengan singkat dan padat. Sedangkan, Praktikan melakukan penulisan untuk artikel dengan versi elaborasi lebih lengkap dari konten yang sudah diunggah di Instagram. Pemanfaatan media sosial oleh PT. Mercusuar Cipta Solusi dalam membangun interaksi dengan audiens adalah dengan cara menampilkan konten- konten digital yang berhubungan dengan dunia kreatif. Praktikan selama bekerja sebagai praktisi Copywriter, setiap harinya dihadapkan dengan tugas pembuatan konten di media sosial atau konten digital. Konten digital dibuat dengan tujuan tertentu seperti edukasi, promosi, hiburan, atau komunikasi (Khoeroni & Nurhadi, 2024). Praktikan menulis konten sesuai dengan konten pilar PT. Mercusuar Cipta Solusi yang sudah ditetapkan sebelumnya, meliputi edukasi, hiburan, dan news. Dalam pembuatan konten pada masing-masing pilar, Praktikan menulis dengan struktur dan format yang berbeda. Tugas Copywriter pada PT. Mercusuar Cipta Solusi adalah fokus terhadap penyusunan naskah konten dan caption. Gambar 3. 3. Contoh Penulisan Artikel di Website C-1 Pada penyusunan naskah konten edukasi, Praktikan menulis konten yang menyoroti pembahasan lebih rinci terkait suatu peristiwa tertentu. Seperti yang sudah dipaparkan dalam bidang kerja, Copywriter memiliki kesamaan dengan Content Writer dalam penugasan. Praktikan berperan mengatur topik dan mendesain pesan utama yang akan

disampaikan melalui isi konten. Dalam pembuatan konten edukasi, Praktikan menulis konten yang menyoroti bahasan terperinci terkait suatu peristiwa tertentu, seperti penulisan konten Miss Supranational 2024, Kasus Serupa Penembakan Donald Trump, Jin BTS Sebagai Pembawa Obor di Olimpiade Paris 2024, dan sebagian lainnya. Sama seperti pada konten lainnya, secara keseluruhan copywriting untuk konten news yang dihasilkan Praktikan berfokus pada headline, caption, dan hashtag. Praktikan sudah berhasil menerapkannya pada konten Gregoria Memenangkan Medali Emas di Paris 2024, Kunjungan Paus Fransiskus ke Jakarta, dan sebagian lainnya. Dalam penyusunan caption untuk semua konten, Praktikan memiliki tanggung jawab untuk menyusun kata – kata yang sesuai dengan target audiens P T. Mercusuar Cipta Solusi yang didominasi oleh Gen Z. Bahasa yang digunakan lebih gaul agar dapat lebih dekat dengan audiens dan pesan dapat tersampaikan dengan baik. Untuk hashtag, Praktikan memiliki tanggung jawab untuk memeriksa apakah banyak yang menggunakan hastag tersebut untuk memudahkan jangkauan audiens. Copywriting juga berperan besar pada media sosial PT. Mercusuar Cipta Solusi lainnya yaitu TikTok dengan pengguna yang sama @mercusuarcreative. Sebagai praktisi yang merangkai copywriting, Praktikan bertanggung jawab merangkai kata-kata untuk membuat caption yang dapat menarik perhatian dan juga hastag yang banyak digunakan pada konten hiburan yang disajikan di TikTok @mercusuarcreative . Pada TikTok hanya berfokus di salah satu konten pilar, yaitu hiburan. Dalam semua pekerjaan, pasti terdapat proses dari awal membuat perencanaan, produksi, hingga mengunggah konten. Proses itu dinamakan alur kerja. Praktikan dalam melakukan pekerjaan Copywriter, hendaknya mengikuti alur kerja yang ditetapkan oleh PT. Mercusuar Cipta Solusi. Alur kerja dalam PT. Mercusuar Cipta Solusi dapat dibagi berdasarkan 3 kategori, yakni Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi (Satria & Agustine, 2019: 39). Alur kerja Copywriter 18 dalam pembuatan konten di media sosial PT. Mercusuar Cipta Solusi dapat dipaparkan melalui bagan sebagai berikut: Gambar 3.4. Alur Kerja Copywriter PT. Mercusuar Cipta Solusi

Sehingga dapat dijabarkan dari tabel di atas, bagaimana alur kerja yang dilalui Praktikan sebagai seorang Copywriter pada penulisan konten di media sosial seperti Instagram, TikTok maupun Website yang dimiliki oleh PT. Mercusuar Cipta Solusi. Alur kerja dikelompokkan menjadi tiga, mulai dari Pra Produksi, Produksi, sampai Pasca Produksi. Berikut penjabaran alur kerja Copywriter di PT. Mercusuar Cipta Solusi: 1. Pra Produksi

Untuk membuat konten di Instagram, TikTok, dan Website, langkah pertama adalah Praktikan melakukan brainstorming yang melibatkan tim untuk mengembangkan ide-ide yang dapat dibuat menjadi konten. Biasanya mengumpulkan ide konten yang sedang viral dan hangat dibahas di berbagai media sosial. Pengumpulan ide dilakukan dalam bentuk tulisan. Dalam mematangkan ide, Praktikan dibantu oleh mentor agar mendapat konsep Brainstorming Ide Konten Review Tulisan Melakukan Riset Data Publikasi Menulis Konten Editing Desain Menentukan Content Plan Pra Produksi Pasca Produksi Produksi Pencarian Materi Gambar Cross-check C-1 penulisan yang lebih menarik untuk target audiens. Terkadang, mentor memberikan saran kepada Praktikan agar konten tersusun dengan baik. Pada PT. Mercusuar Cipta Solusi, menyediakan tabel spreadsheets yang dipakai sebagai jejak rekam ide-ide konten yang dihasilkan selama Praktikan melakukan kegiatan Kerja Profesi dari 8 Juli – 8 Oktober 2024. Tabel terdiri dari judul konten, platform yang akan digunakan, deskripsi, waktu posting, sumber, referensi, caption, lalu terakhir hasil publikasi. Pada kolom platform, terdiri dari platform yang dimanfaatkan oleh PT. Mercusuar Cipta Solusi untuk menyampaikan konten, di antaranya Instagram, TikTok, dan Website. Untuk kolom deskripsi berisi gambaran jelas dari isi konten yang akan dibahas. Dalam kolom sumber, Praktikan mengisi link Google dokumen berisikan skrip yang menjadi sumber materi pembuatan konten yang telah Praktikan susun sebelumnya. Terkait kolom referensi, Praktikan dapat mengisi dengan link dari media sosial lain yang sejenis seperti Folkative, Cretivox, Satupersen, dan Usefeeds sebagai referensi tulisan. Untuk kolom caption, Praktikan mengisi dengan caption yang sudah disusun beserta hashtag untuk

konten yang dijadwalkan akan tayang. Terakhir, pada kolom hasil publikasi pastikan berisi link dari konten-konten yang sudah berhasil diterima lalu diunggah di Instagram, TikTok, dan Website PT. Mercusuar Cipta Solusi. Kolom-kolom dalam tabel spreadsheets yang dijelaskan di atas, sudah dapat dikatakan sebagai tabel perencanaan konten atau Content Plan. Namun, pembuatan Content Plan masih perlu dilakukan secara terpisah. Cakupan kolomnya tidak serinci tabel spreadsheets, melainkan hanya berisi hari atau tanggal dan konten apa yang akan diunggah setiap hari, dengan frekuensi tiga kali seminggu. Terdapat juga status konten yang akan diunggah. Status konten dapat dikategorikan dengan beberapa warna kolom. Kolom dengan warna hijau untuk konten yang berhasil tayang di Instagram, TikTok dan Website milik PT. Mercusuar Cipta Solusi, sedangkan warna kuning untuk konten yang pengunggahnya mengalami penundaan, dan terakhir warna merah untuk konten yang tidak jadi tayang di Instagram, TikTok dan Website milik PT. Mercusuar Cipta Solusi. Dalam penyusunan Content Plan, Praktikan terlibat dalam menentukan ide konten apa saja yang harus dibuat dan dijadwalkan tayang. Sebelum memasuki tahap produksi pada penulisan konten, Praktikan menyesuaikan topik konten sesuai dengan kategori konten. Jika konten bersifat hiburan dan singkat, maka 20 Praktikan hanya berfokus untuk menulis caption dengan panjang 3 paragraf termasuk hashtag yang digunakan. Jika konten bersifat edukatif dan memerlukan banyak visual, maka dibuat dalam bentuk banyak slide dan memiliki panjang 5 paragraf untuk 5 slide.

2. Produksi

Setelah mendapatkan ide-ide dan memantapkan konsep dari proses brainstorming, selanjutnya Praktikan melakukan riset data untuk menyusun tulisan. Praktikan mengumpulkan data melalui internet, seperti artikel dan media sosial. Dalam meriset data, Praktikan membaca data yang sudah ada dari sejumlah sumber, lalu mengubah data-data menjadi poin penting untuk pesan yang ingin disampaikan. Kemudian, data-data yang sudah menjadi poin-poin, disimpulkan dalam sebuah tulisan. Pada tahap penulisan konten, Praktikan mengembangkan data ke dalam bahasa sehari-hari sesuai dengan target

audiens. Dimulai dari headline, dalam membuat headline Praktikan membuat banyak opsi dengan gaya bahasa dan rancangan kalimat yang berbeda-beda. Opsi dapat terdiri dari 3 sampai 10. Opsi dibuat dengan tujuan Praktikan dapat mengolah satu kata ke dalam beberapa kalimat agar memudahkan Content Manager dalam mencocokkan masing-masing opsi yang akan dijadikan headline. Selain itu, dengan adanya opsi headline, Praktikan dapat mempersingkat waktu. Setelah membuat headline, berlanjut menulis isi konten. Praktikan menggunakan struktur piramida terbalik dalam menyusun konten termasuk untuk Instagram dan artikel. Praktikan telah berhasil menerapkannya pada salah satu konten edukasi dengan judul “Wakili Korsel, Jin BTS Bawa Obor di Olimpiade Paris 2024 . Bagian awal, Praktikan membahas lead dengan menekankan pada apa yang sedang terjadi (what), yaitu Jin BTS yang mewakili negaranya menjadi pembawa obor di Paris 2024, dilengkapi dengan kapan waktu terjadinya peristiwa (dateline), yaitu pada 15 Juli 2024 saat event Opening Ceremony Paris 2024 berlangsung. Tujuan Praktikan membuat lead agar audiens langsung mengetahui peristiwa yang sedang terjadi. Memasuki bagian isi (body), Praktikan menekankan pada bagaimana peristiwa terjadi (how) dengan menyajikan informasi dari data- data yang telah dikumpulkan, seperti lokasi titik awal Jin BTS membawa obor, C-1 hingga jarak lari estafet yang ditempuh yaitu sekitar 200m. Terakhir, Praktikan menambahkan informasi berupa fakta dari Jin BTS yang mampu menjadi trending di seluruh dunia Setelah menyusun skrip, Praktikan berlanjut untuk menyusun caption konten yang bersangkutan dengan memperhatikan target audiens. Selain membuat tulisan, Praktikan juga bertugas mencari materi gambar untuk menunjang visual dari pesan yang akan disampaikan. Gambar dikumpulkan dari internet dengan mencantumkan sumber. Langkah terakhir dalam produksi, adalah tahap mengajukan review tulisan. Peninjauan (Review) biasanya dilakukan oleh Content Manager. Tujuan adanya peninjauan (review) untuk mengetahui apakah konten ini sudah layak tayang di seluruh media sosial PT. Mercusuar Cipta Solusi. Lalu pada tahap selanjutnya, diserahkan kepada Content Manager agar dapat

ditinjau. Kriteria yang ditinjau biasanya dilihat dari kelengkapan konten, perbaikan ejaan, dan apakah terdapat kesalahan penulisan. 3. Pasca Produksi Setelah naskah konten untuk Instagram maupun draft artikel untuk website yang dihasilkan oleh Praktikan diterima dalam tahap peninjauan, maka selanjutnya karya copywriting akan melalui tahap pengeditan desain. Untuk artikel, tidak memerlukan desain, cukup serangkaian tulisan dan gambar yang menunjang topik yang sedang dibahas di dalam artikel. Editor merancang desain sesuai dengan naskah konten yang telah dibuat Praktikan. Jika susunan desain sudah sesuai Gambar 3.5. Contoh Penulisan Artikel di Website 22 dengan naskah konten, maka selanjutnya copywriting yang telah dituangkan ke dalam desain, akan melalui tahap Cross-check oleh Content Manager. Pada tahap Cross-check, Content Manager bertugas memeriksa kembali apakah susunan desain sudah sesuai dengan urutan naskah konten, apakah terdapat kata-kata sensitif yang harus disensor, atau apakah sumber telah tercantum dengan baik dan benar. Untuk penyensoran kata, dilakukan untuk kata yang mengandung makna sensitif seperti korban kecelakaan, peristiwa kriminal, peristiwa pelecehan. Dalam memilih gambar juga dibutuhkan ketelitian. Selain mengerjakan penulisan, Praktikan bertugas mencari gambar. Kriteria gambar yang dipilih adalah dari sumber media massa yang terpercaya begitupun di media sosial yang sudah ada atau media sosial resmi dari seorang artis yang bersangkutan. Setelah Praktikan memilih gambar, Praktikan menyerahkan juga ke editor untuk ditindaklanjuti, dan gambar-gambar untuk keperluan konten tadi harus diberikan sumber jelas. Jika tidak memberi sumber dengan baik, akan berakibat fatal, apalagi bagi perusahaan yang berkecimpung di dunia konten kreatif. Jika semua telah memenuhi syarat, maka langkah terakhir adalah melakukan publikasi di media sosial berdasarkan waktu publikasi yang sudah terjadwal. Selain membuat copywriting dan menulis caption untuk Instagram dan TikTok, Praktikan juga menulis artikel untuk website resmi PT. Mercusuar Cipta Solusi dengan alamat website www.mercusuarcreative.com. Tahap penulisan artikel tidak berbeda jauh dengan

penulisan konten di Instagram dan TikTok milik PT. Mercusuar Cipta Solusi dikarenakan artikel yang dihasilkan untuk halaman blog PT. Mercusuar Cipta Solusi diperkenankan mirroring dari konten Instagram. Dalam artikel, Praktikan melakukan proses Pra Produksi, dari mengumpulkan data, dan dalam proses Produksi, Praktikan mengembangkan kembali konten instagram. Karena dari konten Instagram, hanya dijelaskan poin-poin secara singkat. Faktornya karena pembaca PT. Mercusuar Cipta Solusi didominasi oleh Gen Z. Dan Gen Z memiliki karakteristik yang sudah terpengaruhi oleh media sosial yang serba cepat, terutama video pendek di TikTok. Sedangkan, dalam artikel, Praktikan menjelaskan lebih dalam untuk menyasar khalayak luas dari para pengunjung Website yang ingin mengetahui konten-konten yang disajikan dalam website perusahaan PT. Mercusuar Cipta Solusi. Praktikan membuat artikel ke dalam dokumen yang disebut draft terlebih dahulu. Mekanisme penulisan draft digabungkan menjadi satu dari penulisan C-1 artikel bulan pertama. Draft artikel terdiri dari urutan, tanggal pembuatan, headline, hingga isi. Untuk isi artikel menggunakan struktur penulisan yang paling banyak digunakan. Struktur penulisan sama-sama menggunakan struktur piramida terbalik seperti konten Instagram, namun perbedaan terdapat pada eksplorasi isi. Jadwal tayang artikel pada website PT. Mercusuar Cipta Solusi, biasanya cenderung tidak berdasarkan waktu penting. Perusahaan yang masih kecil dan kurangnya tenaga kerja, memungkinkan menjadi faktor terhambatnya artikel untuk tayang sesuai dengan waktu penting. Sehingga artikel untuk website tidak sering diunggah seperti pengunggahan konten di Instagram dan TikTok. Dari pemaparan alur kerja Copywriter di atas, dapat diketahui jika Copywriter berhubungan erat dengan bidang kerja lainnya di PT. Mercusuar Cipta Solusi. Copywriter mampu mengarahkan editor melalui naskah konten yang dirancang untuk menyajikan copywriting ke dalam desain yang akan diunggah. Copywriter dapat membuat isi, headline, caption, serta hashtag untuk konten di media sosial sehingga media sosial menjadi hidup dengan konten-konten unik dan copywriting yang mencuri perhatian audiens agar

memasuki For Your Page (FYP) serta dapat meningkatkan pengunjung profil media sosial. Sehingga dengan fungsi Copywriter, media sosial PT. Mercusuar Cipta Solusi terutama Instagram dan TikTok, dapat memenuhi target mingguan hingga bulanan sesuai yang diinginkan. Selama Praktikan menjadi Copywriter, Praktikan menghasilkan konten-konten yang unik dan menghibur sebagai salah satu kontribusi dalam membangun identitas dari media sosial PT. Mercusuar Cipta Solusi sebagai agensi yang berfokus di bidang Digital Creative.

3.2.1 Pekerjaan Tambahan Pekerjaan tambahan Praktikan sepanjang berjalannya Kerja Profesi di PT. Mercusuar Cipta Solusi yang dilaksanakan selama 3 bulan, yaitu Praktikan melakukan produksi iklan Good Day dan juga memproduksi foto produk klien yang berasal dari UMKM makanan praktis, Dimsum Selera Rasa. Proyek dari klien adalah iklan produk dengan menghasilkan output foto yang berfungsi untuk promosi merek. Mengenai dunia periklanan, sebagai agensi digital yang tidak asing dalam pembuatan iklan digital dalam kegiatannya, PT. Mercusuar Cipta Solusi seharusnya dapat menangani produksi dari iklan suatu produk. Proses 24 pengerjaan iklan produk dapat dikelompokkan menjadi beberapa proses seperti Pra Produksi, Produksi, Pasca Produksi. Dalam kedua proyek, praktikan bertugas sebagai script writer dan juga terlibat dalam perancangan storyboard juga pengumpulan ide-ide. Praktikan turut terlibat menjadi talent dalam pemotretan produk klien, Dimsum Selera Rasa. Pelaksanaan iklan digital untuk Kopi Good Day dilaksanakan selama bulan Agustus 2024. Sedangkan untuk produksi foto iklan Dimsum Selera Rasa yang menjadi tugas akhir Praktikan dari pelaksanaan Kerja Profesi di PT. Mercusuar Cipta Solusi, dilaksanakan selama bulan September akhir sampai awal Oktober 2024. Setiap memproduksi suatu iklan, Praktikan melalui banyak tahapan, sama seperti pada saat pengerjaan konten media sosial. Tahapan produksi iklan foto maupun video terdiri dari Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi yang dapat dijelaskan sebagai berikut: 1. Pra Produksi Tidak jauh berbeda dengan pembuatan konten media sosial, pada tahapan ini dalam produksi iklan Kopi Good

Day dan foto Dimsum Selera Rasa, Praktikan bersama tim melakukan brainstorming ide dan konsep terlebih dahulu. Riset juga perlu dilakukan dengan maksud untuk menanamkan pengetahuan dasar mengenai produk yang dipromosikan sehingga dapat mematangkan konsep iklan dengan baik. Untuk pra produksi iklan Kopi Good Day dan foto Dimsum Selera Rasa yang dilakukan Praktikan bersama PT. Mercusuar Cipta Solusi, kegiatan brainstorming dilakukan secara runtut mulai dari menentukan produk, menentukan keyword yang bersangkutan dengan produk, dari keyword diturunkan menjadi storyline disertai dengan tagline resmi dari produk. Namun dalam menangani proyek dari klien, Praktikan harus memperhatikan brief yang diberikan, agar keinginan klien dapat terpenuhi. Setelah storyline dan konsep mulai tergambar, barulah Praktikan mengeksekusinya menjadi naskah dengan membagi storyline ke dalam beberapa scene. Dalam pra produksi iklan foto, storyline diurutkan ke dalam storyboard. Storyboard juga dilengkapi dengan daftar perlengkapan dan properti yang akan digunakan selama pengambilan gambar dan video. Dalam pembuatan iklan Kopi C-1 Good Day, Praktikan hanya membuat naskah iklan, tidak untuk storyboard karena dikejar oleh waktu yang terbatas. Namun, proses pengambilan adegan per adegan dapat berjalan dengan baik, meski kurang dengan keberadaan storyboard. Adegan yang diambil juga tidak berurutan dari waktu pagi ke malam. Seperti contohnya, dalam salah satu adegan di mana talent masih terbangun sampai pagi hari karena minum kopi, pengambilan adegan dilakukan saat sore hari menjelang matahari terbenam. Untuk pembuatan naskah iklan Kopi Good Day, Praktikan dibantu oleh pembimbing kerja untuk menghidupkan cerita tanpa melupakan ciri khas atau identitas dari Kopi Good Day. Karena tujuan iklan dibuat adalah untuk membangun kesadaran khalayak terkait keberadaan sebuah merek. Praktikan membuat naskah berdasarkan kata kunci yang sudah ditentukan tadi, dan menggunakan tagline dari merek. Tagline dari sebuah merek juga berperan penting bagi para pembuat konten untuk mengembangkan ide cerita yang ingin diangkat dari tagline produk tersebut. Praktikan bersama tim memiliki

target untuk pembuatan iklan, yakni iklan dikemas dengan cerita menarik yang berhubungan dengan Gen Z dan dapat merasakan kesulitan yang dihadapi Gen Z, Praktikan berusaha mensugesti Kopi Good Day sebagai kopi anak Gen Z yang benar tidak memberikan rasa kantuk ketika mengerjakan tugas yang menumpuk. Sedangkan, untuk pembuatan storyboard foto produk dimsum Selera Rasa, Praktikan menuangkan ide dan konsep secara bersungguh-sungguh. Karena untuk tugas akhir dari Kerja Profesi, maka foto produk harus memiliki output sebanyak 6 foto dengan ukuran kotak sama seperti untuk ukuran konten umpan di Instagram. Penyusunan storyboard dibantu oleh mentor dengan menggunakan tools Canva. Praktikan dengan teliti, secara satu persatu mencari elemen yang mendukung visual foto dimsum, hingga akhirnya tersusun menjadi sebuah foto yang urut. Seorang model juga diperlukan dalam produksi iklan video maupun gambar. Pada produksi iklan Kopi Good Day, diperlukan model untuk mengisi Voice Over (VO) dan model untuk menjadi pemeran storyline dari iklan. Untuk pengisi Voice Over (VO), menggaet model dari pihak eksternal. Sedangkan karena keterbatasan waktu, untuk pemeran storyline iklan Kopi Good Day, menggunakan model yang berasal dari pihak internal, yaitu salah satu tim PT. Mercusuar Cipta 26 Solusi. Sedangkan untuk iklan foto produk Dimsum Selera Rasa, dibutuhkan model yang menjadi model pemotretan. Model diambil dari beberapa rekan tim internal PT. Mercusuar Cipta Solusi. Setelah menentukan perencanaan, langkah selanjutnya adalah melakukan penjadwalan rekaman. 2. Produksi Dalam tahapan ini, Praktikan melakukan beberapa langkah, yaitu yang pertama Praktikan membantu melakukan pengaturan. Melakukan setting tempat untuk shooting iklan Kopi Good Day. Selain setting tempat, pada produksi foto produk, penting untuk melakukan setting layout yang sudah tergambar dalam storyboard. Praktikan juga membantu memeriksa kelengkapan dari properti shooting. Selanjutnya, dalam produksi video seperti Kopi Good Day, Praktikan membantu mengarahkan talent agar alur tetap berjalan sesuai dengan naskah. Dalam proses pengambilan gambar, Praktikan memastikan agar keseluruhan properti dapat

tertata dengan baik. Termasuk mengatur pencahayaan yang masuk saat pengambilan gambar. Dibutuhkan ketelitian dalam pengambilan gambar, termasuk tata letak yang harus masuk secara keseluruhan ke dalam bingkai. Dalam mengambil foto dimsum yang ingin menonjolkan produk, maka Praktikan membantu mengarahkan fotografer agar foto dimsum dapat menonjol. Teknik pengambilan gambar lainnya adalah harus memperhatikan foto dimsum yang dapat menggugah selera bagi siapapun yang melihatnya. Unsur perspektif dari sebuah foto menjadi unsur penting dalam sebuah pengiklanan produk, terutama makanan. Foto iklan dari makanan haruslah mengandung visual yang mampu menggugah selera. Sehingga dari ketajaman gambar juga perlu diperhatikan lagi supaya audiens yang melihat gambar dapat memiliki sugesti. Iklan Dimsum Selera Rasa yang Praktikan tonjolkan adalah, Dimsum ini praktis, terbuat dari daging ayam pilihan, dan disukai oleh Gen Z. Jadi, dari segi penentuan properti juga sangat menunjang hasil akhir gambar. Oleh karena itu, properti berperan penting dalam menghidupkan suasana foto. Properti yang diperoleh dari tim PT. Mercusuar Cipta Solusi adalah beberapa ada yang membeli baru di toko online dan beberapa tim lagi ada yang membawa peralatan sendiri yang telah dimiliki di rumah. C-1 Dalam pengambilan foto dimsum Selera Rasa, Praktikan membantu meminjamkan alat makan seperti satu set sendok sumpit berwarna emas dan meminjamkan 4 (empat) mangkuk kecil bening untuk tempat meletakkan bumbu- bumbu isian dalam dimsum. 3. Pasca Produksi Sampai pada tahap akhir, Praktikan sebagai Copywriter melakukan penyusunan caption dan hashtag yang akan digunakan ketika tahap publikasi. Setelah mendapatkan footage-footage yang direkam selama produksi iklan foto produk, editor akan mengedit lalu mengajukan review kepada mentor untuk melakukan peninjauan. Jika ada kekurangan, editor akan melakukan penyempurnaan. Ketika menunggu waktu pengeditan selesai, Praktikan mengajukan review kepada terkait persetujuan caption dan hashtag. Pembuatan caption dilakukan 2 hari sebelum konten dipublikasikan. Penyusunan caption harus diperhatikan. Biasanya praktikan membuat beberapa opsi caption dengan gaya

bahasa yang berbeda. Untuk hashtag, Praktikan menentukannya selaras semua dengan hashtag yang berkaitan dengan iklan produk terutama makanan Dimsum. Jika caption dan hashtag telah disetujui, maka copywriting yang Praktikan hasilkan akan diunggah sesuai dengan masing-masing konten iklan di Instagram. Praktikan memastikan caption yang dibuat dapat menjual dan menarik minat audiens terhadap produk atau jasa yang dipromosikan oleh PT. Mercusuar Cipta Solusi. Selanjutnya, saat editor selesai melakukan penyempurnaan pada foto, maka akan ditinjau kembali kepada mentor. Jika telah disetujui, maka mentor akan menyerahkan kepada admin sosial media untuk mengunggah foto tersebut selama waktu penting sedang berlangsung. Setelah menyelesaikan pelaksanaan Kerja Profesi sebagai Copywriter pada PT. Mercusuar Cipta Solusi selama 3 bulan dari 8 Juli – 8 Oktober 2024, Praktikan memperoleh pembelajaran baru, yaitu seorang Copywriter harus punya ide-ide kreatif, harus mampu menciptakan tulisan yang menarik sesuai target audiens, sehingga Praktikan menjadi mengenal gaya dan teknik penulisan baru. Sebuah karya tidak bisa langsung dipublikasikan dalam dunia produksi konten 28 maupun iklan digital. Praktikan memiliki pengetahuan baru mengenai tahapan yang panjang dalam pembuatan konten, terutama ketika membuat tulisan kreatif. Selain dalam menghasilkan konten tertulis, Praktikan mendapat pengalaman baru terhadap tahap-tahap membuat iklan digital mulai dari perencanaan hingga publikasi. Dalam pembuatan iklan digital Kopi Good Day dan Dimsum Selera Rasa, Praktikan dapat mengetahui cara melakukan brainstorming secara runtut dan baik, mengetahui bagaimana menyusun konsep dan storyboard harus diperhatikan dengan matang dan lebih lengkap agar memudahkan proses penataan pada hari pengambilan gambar, serta pentingnya membuat daftar properti yang akan digunakan agar tidak ada yang terlewat dan dapat membuat opsi lain. Terkait interaksi dengan pihak eksternal, Praktikan dapat mengetahui bagaimana cara membangun kedekatan dengan audiens, bagaimana berinteraksi dengan klien dengan cara mempelajari suatu produk dari klien, serta mengetahui bagaimana cara meningkatkan pengunjung di media sosial, terutama Instagram dan TikTok

melalui penyajian konten-konten digital dengan proses produksi yang baik dan tepat. Pada pembuatan artikel, Praktikan mempelajari bagaimana menulis artikel menggunakan kata kunci yang dapat membawa halaman website menjadi berada di pencarian teratas. Dalam pemanfaatan website, Praktikan juga menjadi mengetahui jika membangun dan mengelola website pada perusahaan tidak mudah, ketika semua orang kini lebih senang membaca informasi atau berita di media sosial. Sehingga pengelolaan website oleh perusahaan menjadi sangat penting untuk para audiens yang ingin mengetahui informasi seputar PT. Mercusuar Cipta Solusi, artikel apa yang dipublikasi, dan layanan apa saja yang tersedia. Dari membuat tulisan artikel di website, Praktikan jadi mengetahui bagaimana cara kerja website. Kegunaan website sendiri bagi perusahaan sangat penting terkait penawaran produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan Kerja Profesi yang diwajibkan oleh Universitas Pembangunan Jaya selama 3 bulan, dapat melatih hard skills maupun soft skills dari Praktikan. Di mana hard skills, Praktikan dapat mempelajari ilmu produksi terkait pengambilan gambar dan pembuatan iklan, dari pentingnya menguasai serta menulis konten setiap hari mampu mengasah skill menulis Praktikan. Mengenai soft skills, Praktikan dapat meningkatkan leadership di mana sebagai Copywriter C-1 harus bisa mengarahkan dan membuat konten yang dapat mengedukasi khalayak luas, menjadi mengetahui proses produksi yang dibuat secara serius dan teliti. Kerja Profesi bisa membuat Praktikan mendapat pengalaman yang penting sebagai praktisi penulis konten untuk peka terhadap tren-tren terbaru di media sosial dan mampu beradaptasi dengan perubahan cepat dari teknologi di masa kini. Dari kegiatan Kerja Profesi yang dilakukan selama 3 bulan, Praktikan menyadari bagaimana kerja tim sangat penting bagi industri kreatif.



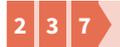
3.3 Kendala Yang Dihadapi Kendala yang dihadapi Praktikan sepanjang 3 bulan melaksanakan Kerja Profesi di PT. Mercusuar Cipta Solusi sebagai Copywriter, di antaranya yaitu: 1. Kurangnya kelimpahan kosa kata. Kondisi ini sering dialami oleh penulis dan muncul dari dalam diri penulis. Kondisi ini menyebabkan penulis kesulitan mengembangkan ide ke



REPORT #24139249

dalam tulisan (Widjaya & Setiawan, 2024). Menjadi Copywriter di PT. Mercusuar Cipta Solusi, mengharuskan Praktikan menulis konten setiap harinya. Setiap Praktikan mengerjakan konten, terkadang Praktikan mengalami jenuh berupa kurangnya kelimpahan kosa kata yang sulitnya melanjutkan tulisan sampai selesai dan kesulitan dalam melakukan pengolahan serta pengemasan bahasa. Kesulitan mencari ide, dapat terjadi selama 2-3 hari. Hal yang menjadi penyebab adalah mengejar waktu tayang hari itu juga agar tidak terlewat dari waktu penting. Jika konten diunggah melewati dari waktu penting, maka akan mengalami penundaan penayangan. Kurangnya kemampuan memperkaya kosa kata untuk copywriting terkadang menjadikan Praktikan tidak dapat berpikir dengan lancar untuk menyelesaikan konten dengan tepat waktu, sehingga membuat waktu pengerjaan semakin sempit. Kondisi ini dapat terjadi saat awal penentuan konsep atau bahkan pernah terjadi di pertengahan menulis naskah konten. Dari awal melakukan penulisan konten dari headline, Praktikan harus ekstra dalam memberikan opsi judul agar dapat mencocokkan kalimat headline yang dapat digunakan pada konten. Selain membuat kata-kata, tugas Copywriter adalah mengolah kata-kata menjadi sebuah kalimat utuh yang bertujuan menarik minat audiens. Kendala dalam kurangnya kelimpahan kosa kata menyebabkan Praktikan sulit menyesuaikan gaya bahasa sesuai target audiens dengan spesifikasi Gen Z. Sehingga Praktikan harus dapat menggunakan kalimat yang luwes atau yang 30 disukai Gen Z. Kendala muncul dikarenakan Praktikan belum terbiasa menggunakan bahasa gaul karena khawatir tidak sopan ataupun membuat pesan tidak tersampaikan dengan jelas dan baik. Seluruh penulisan kata-kata berlaku juga pada penulisan naskah dalam proyek iklan Kopi Good Day yang mengangkat cerita seorang Gen Z. Copywriting harus memperhatikan beberapa hal. Salah satu hal yang menjadi perhatian utama Praktikan adalah membuat headline yang tidak clickbait. 2. Kurangnya konsistensi perusahaan terhadap evaluasi bulanan dan perhatian perusahaan terhadap pengembangan website. Pengembangan website berkaitan dengan artikel yang secara umum diunggah dalam blog perusahaan. Praktikan tidak

diberikan akses ke website perusahaan, sehingga semua tugas pengunggahan artikel hanya dipegang oleh satu orang atasan. Pertemuan offline perusahaan hanya dilakukan 1 minggu sekali, menjadikan komunikasi termediasi hanya melalui WhatsApp atau media sosial. Dalam hal pembuatan artikel, pihak atasan lama merespon untuk memberikan review. Lamanya respon dari pihak atasan membuat pengunggahan artikel menjadi tertunda hingga beberapa hari bahkan berminggu-minggu. Kondisi ini membuat hanya 6 (enam) artikel yang berhasil diunggah di website perusahaan. Sisa artikel yang tidak berhasil diunggah berjumlah 40 (empat puluh) tulisan yang telah Praktikan tulis dalam draft. Terkait evaluasi bulanan, pihak perusahaan kurang konsisten mengadakan evaluasi setiap bulan. Evaluasi bulanan yang Praktikan kerjakan hanya pada bulan pertama, yakni bulan Juli 2024.



3.4 Cara Mengatasi Kendala Berdasarkan pemaparan dari kendala yang dihadapi oleh Praktikan sepanjang melakukan Kerja Profesi selama 3 bulan di PT.

Mercusuar Cipta Solusi, maka diperoleh cara mengatasi kendala, yakni:

1. Jika kurang dalam penyimpanan kosa kata, dapat menghambat kinerja Praktikan untuk menulis konten. Maka cara mengatasinya yaitu dengan merilekskan pikiran sesaat serta mencari referensi dari media sosial lain, untuk membuka jalan bagi ide baru yang terlihat baru (Widjaya & Setiawan, 2024). Referensi baru mampu membangkitkan kembali rasa semangat Praktikan. Selain melihat referensi dari internet, Praktikan dapat meminta C-1 bantuan dari pihak lain, yaitu meminta saran kepada mentor terkait bagaimana sebaiknya penyajian konten, apa saja materi yang akan ditonjolkan. Setelah mendapat saran dari mentor, pikiran Praktikan menjadi terbuka sehingga ide-ide baru dapat mengalir dan mampu melanjutkan penulisan konten sampai selesai. Untuk mengatasi kendala dalam pengolahan dan pengemasan bahasa, Praktikan harus membiasakan sering membaca gaya penulisan santai namun informasi mudah tersampaikan dan mudah dimengerti oleh para audiens atau pembaca. Selama menjalankan peran Copywriter, Praktikan disarankan melihat perbandingan konten dengan media sosial Gen Z seperti Folkative, Cretivox, Satupersen, dan Usefeeds. Keempat media

tersebut dapat menjadi kiblat Praktikan dalam membuat tulisan konten setiap harinya. 2. Dalam mengatasi kendala terlambatnya pengunggahan artikel pada website, Praktikan mengusahakan untuk selalu membuat konten tepat waktu. Dengan cara menyiapkan outline terkait materi naskah artikel dari jauh-jauh hari sehingga dapat menyelesaikan penulisan dalam waktu singkat. Mempersingkat waktu pengerjaan, memungkinkan terhindar dari terlewatnya waktu penting. Terkait penulisan draft artikel, pihak atasan mengurangi frekuensi Praktikan dalam pengerjaan menulis artikel. Praktikan disarankan oleh atasan untuk tidak menumpuk artikel terlebih dahulu di draft dan tetap fokus mengutamakan penulisan konten untuk Instagram dan TikTok. Dengan begitu, Praktikan harus menunggu perintah dari atasan mengenai apakah ada artikel yang harus ditulis, sehingga terhindar dari penumpukan draft. Sehingga pembuatan rencana konten sangat penting dalam industri digital yang memanfaatkan website untuk keperluan menyebarkan informasi dan sebagai identitas dari suatu perusahaan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan. Praktikan selalu mengusahakan tetap siaga dan siap sedia selama kegiatan operasional dalam jam kerja, agar jika Praktikan mendapat respon, dapat segera mungkin diproses.

32 BAB IV
PENUTUP 4.1 Simpulan Setelah melakukan pembahasan terhadap proses kerja Copywriter di PT. Mercusuar Cipta Solusi selama 3 bulan, maka dapat disimpulkan beberapa hal di bawah ini: 1. Bidang kerja Copywriter meliputi copywriting dalam bentuk digital marketing, pembuatan caption, social media specialist, meningkatkan engagement media sosial dan website atau blog. Dengan berbagai kepentingan penggunaan Copywriter di perusahaan maka pekerjaan ini sangat dibutuhkan sebagai pekerjaan yang dapat membangun identitas merek dari suatu perusahaan. Copywriter menghasilkan konten yang dapat menjual untuk produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Pekerjaan Copywriter di PT. Mercusuar Cipta Solusi memiliki kemiripan dengan pekerjaan content writer. Namun di PT. Mercusuar Cipta Solusi, semua pekerjaan penulis konten disebut sebagai Copywriter yang diharapkan dapat membuat konten yang menarik. 2. Pada prosesnya,

Praktikan melakukan pekerjaan yang dibagi menjadi pekerjaan utama berupa membuat copywriting konten, menulis caption, dan menulis artikel. Pekerjaan melalui proses yang sama dengan bidang kerja, ditandai dengan proses pra produksi yaitu brainstorming ide dan konsep, lalu proses produksi berupa pengolahan kata-kata ke dalam konten, lalu proses pasca produksi berupa peninjauan konten, apakah konten layak tayang atau tidak. Pekerjaan kedua adalah pekerjaan tambahan yaitu membuat iklan Kopi Good Day dan iklan foto Dimsum Selera Rasa. Pada proses pra produksi, Praktikan melakukan brainstorming ide dan konsep dan membuat naskah, saat produksi Praktikan membantu dalam pengaturan tempat dan tata letak, terakhir pada pasca produksi, Pemanfaatan media sosial menjadi sangat penting bagi industri bisnis saat ini, terutama pada Digital Creative Agency. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang Digital Creative, PT. Mercusuar Cipta C-1 Solusi tak lepas dari penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi dan edukasi yang menarik. Di sisi lain, interaksi dan pendekatan antara PT. Mercusuar Cipta Solusi dengan audiens dibangun dengan cara menyuguhkan konten-konten yang diminati audiens Instagram dan TikTok yang di mana didominasi oleh Gen Z. Copywriting di era sekarang dapat meliputi banyak bentuk. Cakupan kerjanya meliputi digital marketing, pembuatan caption, social media specialist, meningkatkan engagement media sosial dan website atau blog. Tugas Copywriter pada PT. Mercusuar Cipta Solusi adalah membuat copywriting dengan output yang terdiri atas headline, konten, caption, sampai hashtag.

3. Seorang Copywriter dituntut memiliki pemikiran yang kreatif dan pengetahuan yang luas untuk membuat konsep dan ide – ide kreatif untuk penulisan konten di platform media sosial, khususnya Instagram, TikTok dan Website. Pada PT. Mercusuar Cipta Solusi, Copywriter menjadi satu pekerjaan yang penting. Copywriter adalah pekerjaan paling depan dalam mempersiapkan dan menyusun isi konten. Saat menjadi praktisi Copywriter, Praktikan menjadi mengetahui bagaimana membuat perencanaan konten hingga publikasi. Selain itu, Praktikan mampu merancang materi yang paling banyak diminati audiens

dengan pengemasan bahasa yang menarik. Praktikan menjadi mengetahui bagaimana membuat konten yang dimulai dari pengumpulan ide, perencanaan, hingga pada publikasi. Sehingga Kerja Profesi mampu memberikan pengalaman baru untuk Praktikan di dalam dunia Digital Creative Agency secara internal maupun eksternal. 4. Selama melakukan Kerja Profesi sebagai Copywriter dalam PT. Mercusuar Cipta Solusi, Praktikan dapat mengimplementasikan praktik Jurnalisme Online secara luas dan profesional. Seperti dalam membuat copywriting konten tidak sembarangan menulis. Namun harus melalui 3 tahapan secara runtut dari Pra Produksi, Produksi, sampai Pasca Produksi. Pemanfaatan media sosial menjadi penting sebagai sarana memperoleh informasi. Bidang copywriting dan jurnalisme saling berdampingan, di mana seorang jurnalis dalam sehari-hari berperan dalam menyebarkan informasi, sedangkan copywriter yang 34 menciptakan copywriting harus menyusun pesan yang ingin ditonjolkan kepada audiens dengan tujuan mempersuasi audiens. 4.2 Saran Selama melaksanakan kegiatan Kerja Profesi selama 3 bulan dari 8 Juli 2024 hingga 8 Oktober 2024, dapat diperoleh sejumlah saran, yaitu: 1. Saran Untuk Perusahaan Sebagai pebisnis di dunia Digital Creative, hendaknya PT. Mercusuar Cipta Solusi memanfaatkan media sosial sebaik mungkin. Lebih dikembangkan kembali media sosial yaitu Instagram dan TikTok maupun website yang dimiliki supaya informasi yang ingin disebarkan dapat terjangkau lebih luas. Dengan seperti ini audiens dapat mengetahui identitas PT. Mercusuar Cipta Solusi sebagai Creative Digital Agency. Selain itu, memungkinkan para khalayak luas yang sedang ingin mendapatkan kerja maupun mahasiswa/I yang sedang mencari tempat magang dapat mengetahui informasi tersebut dengan mudah. Sebagai agensi digital kreatif, hendaknya lebih gencar lagi dalam membangun website. Pastikan dapat merekrut tim baru yang berpotensi membawa perusahaan menjadi lebih luas. Dengan adanya promosi media sosial dan menyuguhkan konten-konten yang menarik, maka PT. Mercusuar Cipta Solusi dapat menunjukkan identitas perusahaan sebagai agensi digital kreatif yang memiliki target audiens Gen Z. 2. Saran IPTEK Selain

REPORT #24139249

itu, saran yang diperoleh yaitu untuk memperluas Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK), diantaranya adalah hendaknya Praktisi Ilmu Komunikasi yang bekerja di bidang kreatif penting untuk memantau tren di media sosial, menguasai teknik penulisan konten terutama pada pekerjaan Copywriter untuk mengikuti perkembangan era digital. Pemikiran kreatif dan pemahaman yang luas tentang bahasa yang digunakan untuk melakukan penulisan konten, memberikan referensi baru terhadap dunia produksi serta mengembangkan ilmu pada minor Broadcasting Journalism. Untuk Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya, sebaiknya mengadakan mata kuliah yang berfokus pada dasar-dasar penggunaan tools kamera dan penggunaan tools penulisan. Dapat dengan cara mengadakan workshop atau pelatihan terkait C-1 penggunaan tools seperti kamera, microsoft, dan aplikasi pengeditan yang dapat dipergunakan sebagai bekal atau dapat dipraktikan ketika mahasiswa memasuki dunia kerja di industri media.



REPORT #24139249

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.46% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8036/11/BAB%20I.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	0.42% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1516/13/13.KP%20BAB%20III.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	0.36% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3897/13/13.%20BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.35% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8106/11/BAB%20I.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
5.	0.34% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8987/11/BAB%20I.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
6.	0.28% lib-fisib.unpak.ac.id https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1301&bid=16330	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.21% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1595/13/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.16% money.kompas.com https://money.kompas.com/read/2021/10/07/082846126/apa-itu-copywriting-d...	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.15% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8569/13/BAB%20III.pdf	●



REPORT #24139249

INTERNET SOURCE

10. **0.14%** scholarhub.ui.ac.id

<https://scholarhub.ui.ac.id/cgi/viewcontent.cgi?article=1019&context=jsht>



INTERNET SOURCE

11. **0.09%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1557/11/BAB%20I.pdf>



INTERNET SOURCE

12. **0.06%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3538/13/13.%20BAB%20III.pdf>



INTERNET SOURCE

13. **0.05%** kerma.esaunggul.ac.id

<https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..>

