

## **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). Konten yang disajikan harus menarik agar audiens mengetahui identitas perusahaan. Dalam dunia media komunikasi, audiens berperan penting bagi perluasan identitas suatu perusahaan dan kini audiens dipandang menjadi target komunikasi yang aktif (Setiawan & Savitry, 2016).

Bentuk lain dari *copywriting* yaitu *Content Marketing* yang dapat menghasilkan output artikel untuk meningkatkan kesadaran terkait produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. 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 mempersuasif 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 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 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 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 *Bussiness To Bussiness* (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 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).

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 tersebut dengan *output* yang berbeda-beda. Pertama, konten untuk Instagram lebih menekankan pada pembuatan *headline*, *content*, caption, dan hashtag.



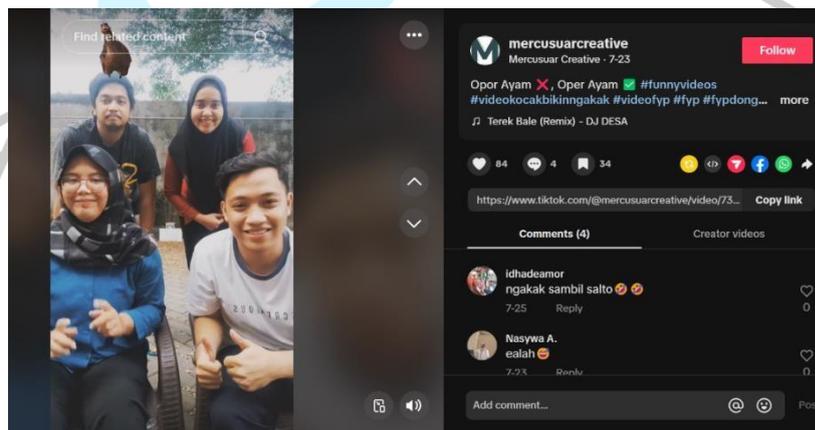
**Gambar 3. 1. Contoh Konten Fun Fact di Instagram**  
(Sumber: Instagram @mercusuarcreative)

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.

Konten edukasi dan *news* dijadwalkan tayang setiap hari Senin dan Rabu pukul 18.00 WIB. Sedangkan, konten hiburan dijadwalkan tayang setiap hari 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).

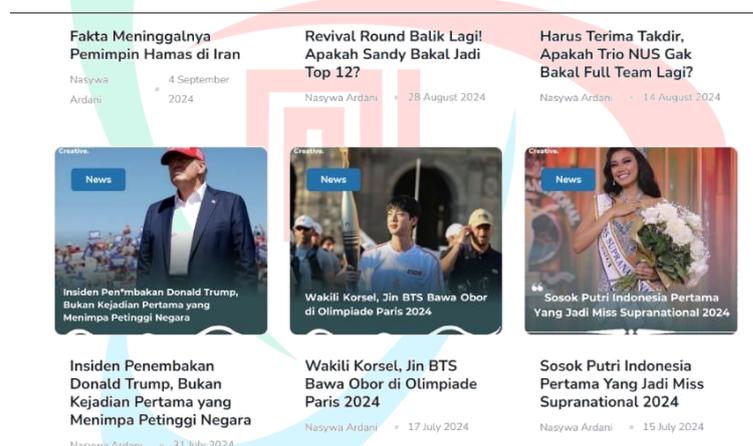
Memiliki sedikit perbedaan dari pengerjaan konten di Instagram, output *copywriting* yang dihasilkan lebih menekankan pada caption, hashtag, dan teks yang ditempelkan dalam video jika memang diperlukan.



**Gambar 3. 2. Contoh Konten Hiburan di TikTok**  
(Sumber: TikTok @mercusuarcreative)

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.

Sedangkan pada website, Praktikan juga menghasilkan sejumlah tulisan dalam bentuk artikel yang dimuat pada halaman blog PT. Mercusuar Cipta Solusi bernama *mercusuarcreative.com*.



**Gambar 3. 3 Contoh Penulisan Artikel di Website**  
(Sumber: [www.mercusuarcreative.com](http://www.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.

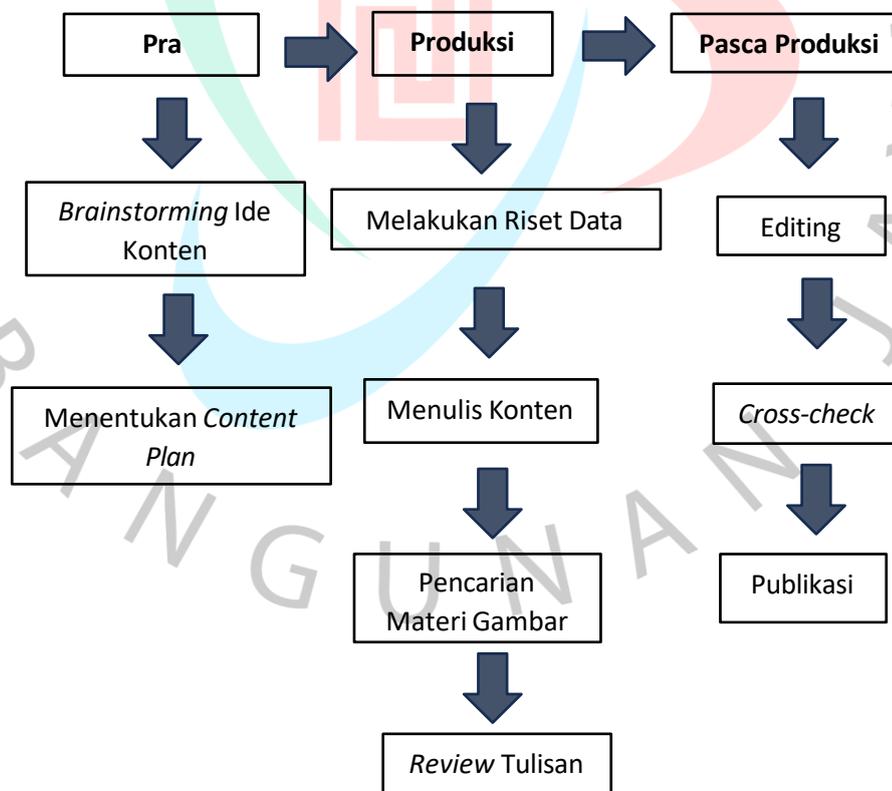
Pemanfaatan media sosial oleh PT. Mercusuar Cipta Solusi dalam membangun interaksi dengan audiens adalah dengan cara menampilkan konten-konten digital yang berhubungan dengan dunia kreatif. Praktikan selama bekerja sebagai praktisi *Copywriter*, setiap harinya dihadapkan dengan tugas pembuatan konten 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.

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 PT. 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* 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**  
(Sumber: Dokumen Pribadi)

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 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 berisi 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 pengunggahannya 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 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, 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

Nasywa Ardani – 17 July 2024

BoyGroup BTS bikin sejarah lagi! Salah satu membernya, Jin jadi giliran pertama yang bawa obor di Olimpiade Paris 2024 wakil negaranya, Korea Selatan. Jin yang pertama kali terima obor saat sampai di depan Museum Louvre, Paris. Momen ini jadi sejarah karena Jin adalah penyanyi pertama dari Korsel yang jadi pembawa obor di Olimpiade Paris 2024.



Ngomongin Olimpiade Paris 2024, event ini merupakan event olahraga musim panas

**Gambar 3. 5 Contoh Penulisan Artikel di Website**  
(Sumber: [www.mercusuarcreative.com](http://www.mercusuarcreative.com))

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 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 begitupula 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](http://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 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 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 *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 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.

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 menetapkannya 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 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* 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 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 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 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.