



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan digitalisasi yang serba cepat pada zaman sekarang ini, membuat banyak *platform* yang menyelenggarakan acara pada suatu waktu dan tujuan tertentu. Kegiatan ini biasa dikenal dengan *event*. Sekarang ini, banyak *event* yang dilaksanakan secara daring (dalam jaringan) seperti karnaval, festival, konser, *talk show*, dan *workshop* yang terencana dan tersusun rapi dan tidak diselenggarakan secara tiba-tiba. *Event* dilaksanakan oleh sekelompok orang yang mengorganisir acara agar berjalan dengan baik yang melibatkan khalayak umum.

Kegiatan yang diadakan atau diselenggarakan memiliki tujuan yakni untuk menghadirkan jumlah pendatang atau pengunjung acara yang mencapai target bahkan melewati batas target (Noor, 2013). Kunci utamanya pengunjung bisa mendapatkan pengalaman, yaitu untuk mengetahui mengenai apa manfaat yang bisa didapatkan melalui suatu *event*. Penyelenggaraan suatu *event* sangat penting, karena merupakan salah satu bentuk promosi sebuah lembaga.

Indonesiabaik.id merupakan situs atau kanal yang berisi tentang empat pilar konten yaitu, tentang Indonesia, informasi dan edukasi pelayanan publik, informasi terkini, dan pembangunan Indonesia yang dikemas dengan gaya kekinian dan bahasa yang lebih luwes dengan target audiens usia 20-34 tahun. Situs ini juga merupakan situs yang mendorong hal-hal positif yang dirancang sebagai *repository* konten digital.

Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara, Kemkominfo merupakan perangkat pemerintah Republik Indonesia dalam membidangi urusan informasi dan komunikasi yang disebutkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Indonesiabaik.id yang dinaungi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyelenggarakan *event* berbentuk *workshop* dan *talkshow*.

Workshop “Trik Merangkai Kata pada Sebuah Konten dengan Teknik *Copywriting*” adalah salah satu *event* yang diselenggarakan Indonesiabaik.id. *Workshop* ini menyajikan strategi pemasaran dalam menciptakan konten dengan *engagement* yang tinggi, pembelajaran struktur *copywriting* yang menjual, cara membuat konten yang sesuai dengan target pasar, dan pemahaman konversi penjualan. *Workshop* merupakan sarana untuk diskusi atau kerja praktik mengenai subyek tertentu. *Workshop* perlu diorganisir dengan baik agar transfer pengetahuan dan pengalaman kepada audiens efektif sesuai yang direncanakan, penyelenggaraannya perlu diorganisasikan agar lebih personal sesuai dengan tujuan dan target *event*, meningkatkan *engagement*, serta meningkatkan reputasi dan citra dari relasi penyelenggara *event*. *Workshop* ini melibatkan personil, sumber daya, dan komponen-komponen lainnya yang perlu disinergikan dalam berbagai aktivitas yang mengarah kepada pengorganisasian *copywriting*.

Saat ini, teknik *copywriting* merupakan teknik yang sangat dibutuhkan dalam penjualan terutama strategi pemasaran. Banyak *workshop* teknik *copywriting* bermunculan, namun harganya yang cukup mahal membuat banyak orang ragu untuk mengikutinya dengan berbagai pertimbangan termasuk faktor ekonomi. Maka dari itu, Indonesiabaik.id membuat *workshop* bertajuk konten digital seperti *content planning* dan *content management* yang mudah diakses semua orang dalam *platform* Zoom Meeting secara gratis.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang dibahas dalam laporan akhir ini yaitu:

1. Apa itu *workshop* tentang *Digital Marketing* dalam *event* yang diselenggarakan Indonesiabaik.id?
2. Bagaimana proses *event workshop* “Trik Merangkai Kata pada Sebuah Konten dengan Teknik Copywriting” diselenggarakan?
3. Apa saja dan hambatan dalam proses penyelenggaraan *event workshop* “Trik Merangkai Kata pada Sebuah Konten dengan Teknik Copywriting”?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan *workshop Digital Marketing* sebagai *event* yang diselenggarakan Indonesiabaik.id.
2. Menjelaskan proses penyelenggaraan *event workshop* “Trik Merangkai Kata pada Sebuah Konten dengan Teknik Copywriting”.
3. Menjelaskan hambatan dalam proses penyelenggaraan *event workshop* “Trik Merangkai Kata pada Sebuah Konten dengan Teknik Copywriting”.



METODE

Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data dilaksanakan di Kemkominfo yang beralamatkan di Jalan Medan Merdeka Barat No. 9, Jakarta. Waktu pengumpulan data dilakukan dalam Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang berlangsung selama 3 bulan yang dimulai dari 1 Februari hingga 30 April 2022.

Data dan Instrumen

Data menurut (Aditya, 2013) adalah “Nilai yang merepresentasikan deskripsi dari suatu objek atau kejadian (*event*).” Data yang digunakan yaitu:

1. Data Primer
Menurut (Nugrahani, 2014) data primer ialah data yang dikumpulkan secara langsung dari lapangan. Data ini diambil dari tempat PKL berlangsung.

2. Data Sekunder
Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada (Nugrahani, 2014). Data ini diambil dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan *website* resmi.

Instrumen menurut (Nugrahani, 2014) merupakan suatu alat pengumpulan data untuk mempermudah dalam melakukan penelitian. Terdapat berbagai instrumen dalam proses pengumpulan data untuk menyusun laporan akhir. Instrumen tersebut berupa alat perekam untuk merekam audio, kamera untuk mengambil gambar dan video di lapangan, dan daftar pertanyaan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dan mendukung fakta yang ada di lapangan. Terdapat 4 teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam menyusun laporan akhir, yaitu: