



## RINGKASAN

**DEVINA RIESNAWIATI PUTRI.** 2021. Peran *Copywriter* dalam Proses *Copywriting* Konten Instagram di Diciri 4.0. *The Role of the Copywriter's in the Process of Copywriting Instagram at Diciri 4.0.* Program Studi Komunikasi, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Dibimbing oleh GURUH RAMDANI.

Diciri 4.0 adalah perusahaan konsultan pemasaran dalam bidang industri kreatif, yang memiliki divisi digital *public relations* yaitu *copywriter*. *Copywriter* berperan dan bertanggung jawab membuat tulisan iklan yang berkaitan dengan produk dan layanan sebuah *brand* klien. Klien Diciri 4.0 meliputi Morula IVF, Morula Food dan PaulMay. Laporan Akhir ini ditulis dengan tujuan untuk menjelaskan peran *copywriter*, proses *copywriting* konten Instagram, dan hambatan serta solusi dalam proses *copywriting*.

Lokasi dalam pengumpulan data penyusunan Laporan Akhir ini dilakukan di PT Diciri Konsultan Pemasaran Digital, yang beralamat di Ruko 6 Green Residence, Jl Pangeran Sogiri, Tanah Baru, Kota Bogor, Bogor Utara, Bogor, Jawa Barat, 16154. Waktu untuk pengumpulan data penyusunan Laporan Akhir ini dilaksanakan selama dua bulan, terhitung mulai tanggal 1 Maret sampai dengan 30 April 2021 dengan durasi kerja mulai pukul 11.00-20.00 WIB yang dilakukan secara *work from office* dan *work from home*. Pengumpulan data dilakukan untuk memenuhi kelengkapan dalam Laporan Akhir ini agar lebih lengkap dan objektif. Teknik pengambilan data yang dilakukan melalui lima cara meliputi, observasi, partisipasi aktif, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi.

Peran *copywriter* dalam proses *copywriting* sangat penting yaitu, seorang *copywriter* bertanggung jawab memperhatikan tren untuk menambah informasi, membuat naskah iklan yang berkualitas dan berperan dalam memahami penggunaan Instagram. Pada proses *copywriting* konten Instagram dilakukan dalam tiga tahapan yaitu pra *copywriting*, *copywriting* dan pasca *copywriting*. Pada tahap pra *copywriting* merupakan tahap perencanaan yang diawali dengan mengetahui jenis produk, mengetahui target pasarnya, menentukan jenis bahasa yang digunakan, dan yang terakhir memposisikan diri sebagai target pasar. Lalu proses tersebut akan dilanjutkan dengan tahap *copywriting*, pada tahap ini *copywriter* harus memperhatikan struktur tulisan iklan agar *copywriting* dapat disusun dengan baik dan menarik meliputi *hook* (pancingan), *story* (cerita) dan *offer* (penawaran). Selanjutnya pada tahap terakhir yaitu pasca *copywriting* yang dilakukan sebagai tahap revisi, kemudian melakukan *client approval* untuk segera dipublikasikan oleh klien. Proses *copywriting* tidak selamanya berjalan dengan lancar, pasti terdapat hambatan selama proses tersebut. Setiap hambatan dapat dicari solusinya, solusi itu sendiri dapat diambil dari pengalaman yang sudah ada dengan belajar dari situasi dan kondisi di lapangan.

Kata-kata Kunci: *advertising*, *copywriter*, *copywriting*, industri kreatif, *marketing consultant*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University