

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Iklan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat modern. Iklan adalah bentuk komunikasi non personal tentang suatu produk atau perusahaan yang disampaikan melalui media dan ditujukan kepada konsumen (Nurfebiaraning, 2017:3). Iklan juga merupakan salah satu bentuk komunikasi yang paling banyak digunakan perusahaan di bidang industri kreatif.

Industri kreatif dinilai banyak orang sebagai bidang yang menjanjikan di masa depan karena bersifat dinamis dan terus mengikuti tuntutan perubahan zaman terutama di era industri 4.0. Industri kreatif menjadikan pengetahuan serta pengelolaan informasi sebagai dasar dan acuan pengembangan industri ke depannya. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia tahun 2015 pertumbuhan sektor ekonomi kreatif naik cukup signifikan yakni sekitar 5,76 %. Angka tersebut akan terus bertambah di tahun-tahun berikutnya, hal tersebut dapat dilihat dari fakta banyaknya *startup* atau perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif, seperti perusahaan yang bergerak di bidang periklanan.

Dewasa ini, banyak sekali perusahaan yang menawarkan layanan komunikasi kreatif yang berkaitan dengan periklanan digital untuk memudahkan sebuah *brand* mengiklankan suatu produk maupun jasa sehingga mampu menjangkau khalayak yang dituju. Perusahaan dalam mengiklankan produknya membutuhkan kreativitas, salah satu kreativitasnya yaitu pada materi teks iklan yang dibuat. *Copywriter* adalah seseorang yang membuat tulisan berisi iklan atau penawaran produk (Ariyadi, 2020:26). Kegiatan yang dilakukan *copywriter* tersebut dinamakan *copywriting*.

*Copywriting* merupakan kegiatan penulisan naskah iklan yang bertujuan membujuk target konsumen agar melakukan tindakannya, seperti pembelian produk atau jasa yang ditawarkan. Tulisan harus mampu menarik perhatian, menimbulkan ketertarikan, keinginan, menciptakan keyakinan, dan tindakan (Ariyadi, 2020:3).

Media sosial saat ini menjadi salah satu media untuk beriklan yang sangat diminati oleh banyak *brand*, salah satunya adalah Instagram. Melansir dari data yang dirilis *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram di Indonesia tahun 2020 mencapai 63 juta jiwa. Data tersebut menunjukkan bahwa Instagram dipilih oleh banyak *brand* untuk beriklan karena dapat memberikan cakupan yang luas untuk produknya dikenal target konsumen. Namun, Instagram hanya menyediakan sedikit karakter atau huruf. Dengan demikian, *copywriter* turut membantu memudahkan sebuah iklan yang tertulis di dalam sebuah kalimat padat yang berkualitas.

Diciri 4.0 merupakan salah satu perusahaan di bidang industri kreatif sebagai konsultan pemasaran digital yang menangani beberapa *brand*, seperti Morula IVF, Morula Food, dan PaulMay. Diciri 4.0 mengembangkan berbagai strategi kreatif untuk dapat bersaing dalam kategori bisnis layanan komunikasi dan teknologi melalui penguatan sub-*digital public relations*, dimana diisi oleh *copywriter* yang terlatih dalam mengkombinasikan tulisan. Maka dari itu, peran *copywriter* sangat dibutuhkan untuk menghasilkan konten tulisan yang lebih mudah dipahami oleh calon konsumen.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. 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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana peran *copywriter* dalam proses *copywriting* konten Instagram di diciri 4.0?
- 2) Bagaimana proses *copywriting* konten Instagram di Diciri 4.0?
- 3) Bagaimana hambatan dan solusi dalam proses *copywriting* konten Instagram di Diciri 4.0?

### Tujuan

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dirumuskan beberapa tujuan dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Menjelaskan peran *copywriter* dalam proses *copywriting* konten Instagram di diciri 4.0.
- 2) Menjelaskan proses *copywriting* konten Instagram di Diciri 4.0.
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi dalam proses *copywriting* konten Instagram di Diciri 4.0.

### METODE

#### Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data yang digunakan dalam menyusun Laporan Akhir ini dilaksanakan di PT Diciri Konsultan Pemasaran Digital, yang berlokasi di Ruko 6 *Green Residence*, Jl Pangeran Sogiri, Tanah Baru, Kota Bogor, Bogor Utara, Bogor, Jawa Barat, 16154. Waktu pengumpulan data ini berlangsung selama 40 hari kerja terhitung sejak 01 Maret 2021 dan berakhir pada 30 April 2021 mulai pukul 11.00 hingga 20.00 WIB dengan sistem kerja *work from office* dan *work from home*.

#### Data dan Instrumen

Data merupakan bahan penting yang digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dan menjawab permasalahan yang diangkat dalam penyusunan Laporan Akhir ini. Jenis data yang digunakan dalam pengumpulan data untuk Laporan Akhir adalah:

- 1) Data primer  
Data primer adalah data atau informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya dengan turut serta mengikuti secara langsung kegiatan *copywriting* di Diciri 4.0, wawancara dan melakukan observasi terhadap proses *copywriting*.
- 2) Data sekunder  
Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh tidak langsung. Data yang diperoleh dari buku dan *website* yang dikelola oleh Diciri 4.0 ([diciri.co.id](http://diciri.co.id)).
- 3) Instrumen merupakan alat yang digunakan untuk membantu pengumpulan data, baik itu data primer maupun data sekunder. Instrumen yang digunakan dalam menyusun Laporan Akhir ini adalah *smartphone* yang digunakan sebagai media untuk merekam perbincangan pada saat melaksanakan wawancara dan sebagai media dokumentasi video dan foto.