



JOBHUN COPYWRITING PROJECT

LAPORAN KERJA PRAKTIK



UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh :

Aviva Salsabilah Harun

19410200038

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2023

JOBHUN COPYWRITING PROJECT

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana

Disusun Oleh :

Nama : AVIVA SALSABILAH HARUN

NIM : 19410200038

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Teknik Komputer



FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2023



**“KARENA MASA DEPANMU SUNGGUH ADA, DAN HARAPANMU
TIDAK AKAN HILANG”**

(AMSAL 23 : 18)

UNIVERSITAS
Dinamika



Kupersembahkan ke Ibu dan Ayah Tercinta, dan

semua yang mengenal dan menyayangiku

UNIVERSITAS
Dinamika

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

JOBHUN COPYWRITING PROJECT

Laporan Kerja Praktik oleh

Aviva Salsabilah Harun


NIM : 19410200038

Telah diperiksa, diuji, dan disetujui


Surabaya, 05 Januari 2023

Disetujui:

Pembimbing


Universitas
Dinamika
2023.01.06
14:41:31 +07'00'
Weny Indah Kusumawati S.Kom., M.MT.
NIDN. 0721047201

Penyelia


Universitas
Dinamika
2023.01.06
10:27:30
+07'00'
Benaya Pathrobas Rontisulu
NIP. 2020111013

Mengeahui,

Ketua Program Studi S1 Teknik Komputer


Universitas Dinamika
2023.01.08 10:27:30
+07'00'
Pauladie Susanto S.Kom., M.T.
NIDN. 0729047501

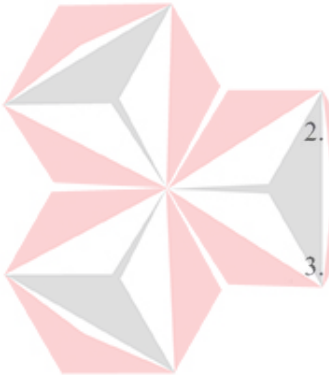
PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Sebagai mahasiswa **Universitas Dinamika**, Saya :

Nama : **Aviva Salsabilah Harun**
NIM : **19410200038**
Program Studi : **S1 Teknik Komputer**
Fakultas : **Teknologi dan Informatika**
Jenis Karya : **Laporan Kerja Praktik**
Judul Karya : **Jobhun Copywriting Project**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, Saya menyetujui memberikan kepada **Universitas Dinamika** Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/sebagian karya ilmiah Saya tersebut diatas untuk disimpan, dialihmediakan, dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
2. Karya tersebut diatas adalah hasil karya asli Saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya, atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini semata-mata hanya sebagai rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka Saya.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiasi pada karya ilmiah ini, maka Saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar keserjanaan yang telah diberikan kepada Saya.



Surabaya, 26 Desember 2022



Aviva Salsabilah Harun
NIM : 19410200038

ABSTRAK

Saat ini perusahaan, pebisnis, maupun perintis baru sangatlah memerlukan cara agar seseorang merasa “*aware*” akan produk / jasa yang ditawarkan. Untuk itu diperlukan pengoptimalan dalam penggunaan *copywriting* yang kreatif dalam membangun identitas *brand*. *Copywriting* adalah teknik menulis yang diperuntukan untuk tujuan periklanan atau bentuk komersial lainnya. *Copywriting* juga merupakan cakupan dari promosi tertulis yang dipublikasikan di media cetak atau daring. Jobhun merupakan sebuah *startup* yang bergerak dibidang pengembangan karier. Jobhun menyediakan jasa untuk pelatihan *skill* yang dibutuhkan, portal lowongan kerja, dan konsultasi karier bersama para *experts*. Namun karena masih banyak yang belum mengetahui tentang produk atau jasa yang ditawarkan Jobhun, maka penulis membuat sebuah *project* untuk membantu Jobhun dalam membuat *copy* yang menarik para pelanggan. Pembuatan *copy* ini diimplementasikan ke dalam media sosial *instagram*. Dimana dalam media sosial *instagram* memenuhi target *audience* dengan *range* usia 18-35 tahun. Diharapkan dengan adanya *copy* ini, bisa menarik para calon pelanggan maupun pelanggan *existing* untuk meningkatkan *skill* mereka dalam mencari pekerjaan.

Kata kunci: Media Sosial, *Copywriting*, *Technology*



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “*Jobhun Copywriting Project*” dengan baik. Laporan Kerja Praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi S1 Teknik Komputer Universitas Dinamika.

Melalui kesempatan yang sangat berharga ini Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini, terutama yang terhormat:

1. Bapak Pauladie Susanto S.Kom., M.T., selaku Ketua Program Studi S1 Teknik Komputer.
2. Ibu Weny Indah Kusumawati S.Kom., M.MT., selaku Dosen Pembimbing.
3. Saudara Benaya Rontisulu, selaku PIC *Copywriter Camp* melalui Program Kampus Merdeka Studi Independen.
4. Saudari Karen, selaku mentor dari *Copywriter Camp*.
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini, yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam proses penyelesaian laporan ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan.

Surabaya, 5 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Masalah	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	4
2.1 Merdeka Belajar-Kampus Merdeka	4
2.2 Jobhun	5
2.3 Visi Misi Jobhun	6
2.4 Lokasi Perusahaan.....	6
BAB III LANDASAN TEORI.....	6
3.1 <i>Copywriting</i>	6
3.2 <i>Copywriter</i>	8
3.3 Media Sosial	8
3.4 <i>Canva</i>	8
3.5 <i>Instagram</i>	9
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN	10
4.1 Penjelasan Kerja Praktik	10
4.2 Diagram Alur Proses Pengerjaan	10
4.3 Riset.....	11
4.4 <i>Brainstorming</i>	11
4.5 Pembuatan <i>Wireframe</i>	13
4.6 Pembuatan <i>Mockup</i>	13
BAB V PENUTUP.....	16

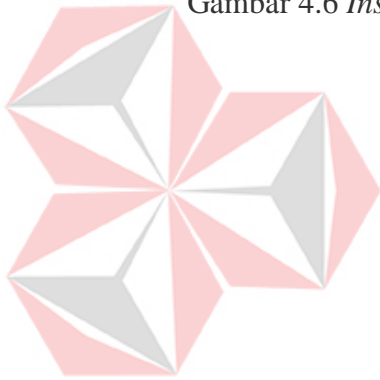
5.1 Kesimpulan.....	16
5.2 Saran.....	16
DAFTAR PUSTAKA	17
DAFTAR LAMPIRAN.....	18



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kampus Merdeka	4
Gambar 2.2 Jobhun	5
Gambar 2.3 Lokasi Jobhun	6
Gambar 3.1 <i>Canva</i>	8
Gambar 3.2 <i>Instagram</i>	9
Gambar 4.1 Alur Pengerjaan.....	10
Gambar 4.2 Fitur dan Benefit Produk	12
Gambar 4.3 Keinginan, Resistensi dan Kebutuhan Konsumen	12
Gambar 4.4 Ide dan Konsep.....	13
Gambar 4.5 <i>Question Box (Instagram Story)</i>	14
Gambar 4.6 <i>Instagram Ads</i>	14



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 SPTJM	18
Lampiran 2 Letter of Acceptance.....	20
Lampiran 3 Log Aktifitas Harian	21
Lampiran 4 Log Aktifitas Mingguan	25
Lampiran 5 Kartu Bimbingan	27
Lampiran 6 Biodata Diri	28



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perusahaan, pebisnis, maupun perintis baru sangatlah memerlukan cara agar seseorang merasa “aware” akan produk / jasa yang ditawarkan. Apalagi bisnis rintisan dengan banyaknya *Direct Competitor* dan *Indirect Competitor* pastinya sangat kesulitan mengenalkan produk yang mereka produksi walaupun produknya sangat berkualitas. Untuk hal itu diperlukan pengoptimalan dalam penggunaan *copywriting* yang kreatif dalam membangun identitas *brand*.

Copywriting adalah gabungan dari dua kata, yaitu *Copy* dan *writing*. *Copy* berarti teks dalam iklan yang akan dipublikasikan dan *writing* berarti teknik penulisan. *Copywriting* adalah teknik menulis yang diperuntukan untuk tujuan periklanan atau bentuk komersial lainnya. *Copywriting* juga merupakan cakupan dari promosi tertulis yang dipublikasikan di media cetak atau daring. Lebih mudahnya, ketika seseorang membuat sebuah tulisan, maka tulisan tersebut dapat menarik minat dari pembaca untuk membaca konten tersebut (Maharmadani, 2021).

Untuk membuat sebuah *copywriting* tentunya dibutuhkan seorang *copywriter*. *Copywriter* menyediakan elemen esensial pada proses kreatif, tanpa cara cerdasnya dengan kata dan kemampuannya untuk menghasilkan ide, tidak akan ada iklan yang efektif (Dinamika Periklanan di Era Digital, 2022).

Jobhun merupakan sebuah *startup* yang bergerak dibidang pengembangan karier. Jobhun menyediakan jasa untuk pelatihan *skill* yang dibutuhkan, portal lowongan kerja, dan konsultasi karier bersama para *experts*. Jobhun semakin berkembang dengan adanya Jobhun *Academy* dan Jobhun *Ask Career*. Jobhun *Academy* merupakan jasa yang membantu para milenial dan generasi z dalam pelatihan karier untuk persiapan dunia kerja. Sedangkan Jobhun *Ask Career* merupakan jasa yang membantu pekerja untuk konsultasi karier secara langsung bersama para mentor yang ahli dibidang tersebut.

Permasalahan yang terjadi pada Jobhun yaitu masih banyak orang yang belum mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan Jobhun. Untuk itu penulis membuat

sebuah *project* yang bertujuan membantu Jobhun untuk membuat *copy* yang menarik para pelanggan. Dengan *copy* ini, diharapkan pelanggan semakin memahami layanan-layanan yang ada di Jobhun. Dalam *project* ini, penulis menargetkan *audience* yang usianya 18-35 tahun baik itu pelajar SMA/K, mahasiswa, pekerja level awal dan menengah, pekerja yang ingin *career switch*, dan pendiri *startup*.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada Kerja Praktik ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat *copy* yang diimplementasikan kedalam bentuk *headline*, *tagline*, *social media*, *banner*, dan *poster*?
2. Bagaimana membuat pelanggan tertarik dengan layanan-layanan yang ada di Jobhun?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada Kerja Praktik ini adalah sebagai berikut:

1. *Project* ini hanya terfokus pada bidang edukasi.
2. Target dalam *project* ini hanya ditujukan pada *range* usia 18-35 tahun.

1.4 Tujuan Masalah

Tujuan yang dicapai dari Kerja Praktik ini adalah:

1. Dapat membuat *copy* yang diimplementasikan kedalam bentuk *headline*, *tagline*, *social media*, *banner*, dan *poster*.
2. Dapat membuat pelanggan tertarik untuk menggunakan layanan-layanan yang ada di Jobhun.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari Kerja Praktik ini adalah:

1. Calon pelanggan atau pelanggan *existing* Jobhun memahami produk atau jasa yang dimiliki Jobhun.
2. Calon pelanggan atau pelanggan *existing* tertarik untuk menggunakan atau membeli.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Merdeka Belajar-Kampus Merdeka



Gambar 2.1 Kampus Merdeka

Merdeka Belajar-Kampus Merdeka merupakan sebuah kegiatan yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbutristek) yang bertujuan untuk mengeksplorasi mahasiswa untuk belajar diluar kegiatan perkuliahan reguler. Melalui program Kampus Merdeka, mahasiswa dapat mengikuti beberapa program yang ditawarkan seperti Kampus Mengajar, Pertukaran Pelajar, Kewirausahaan, Magang Bersertifikat, dan Studi Independen.

Merdeka Belajar-Kampus Merdeka memberikan kebebasan mahasiswa untuk mengambil SKS di luar program studi, tiga semester yang di maksud berupa 1 semester kesempatan mengambil mata kuliah di luar program studi dan 2 semester melaksanakan aktivitas pembelajaran di luar perguruan tinggi. Proses pembelajaran dalam Kampus Merdeka merupakan salah satu perwujudan pembelajaran yang berpusat pada mahasiswa (*student centered learning*) yang sangat esensial. Pembelajaran dalam Kampus Merdeka memberikan tantangan dan kesempatan untuk pengembangan inovasi, kreativitas, kapasitas, kepribadian, dan kebutuhan mahasiswa, serta mengembangkan kemandirian dalam mencari dan menemukan pengetahuan melalui kenyataan dan dinamika lapangan seperti persyaratan kemampuan, permasalahan riil, interaksi sosial, kolaborasi, manajemen diri, tuntutan kinerja, target dan pencapaiannya. Melalui program merdeka belajar yang

dirancang dan diimplementasikan dengan baik, maka *hard* dan *soft skills* mahasiswa akan terbentuk dengan kuat.

2.2 Jobhun



Gambar 2.2 Jobhun

Jobhun adalah sebuah *startup* yang bergerak dibidang pengembangan karier. Produk atau jasa yang ditawarkan berupa pelatihan *skill*, portal lowongan kerja, dan konsultasi bersama *experts* dibidangnya. Jobhun semakin berkembang dengan adanya Jobhun Academy yang merupakan layanan pelatihan karier untuk mempersiapkan generasi muda mendapatkan karier terbaiknya dan Jobhun Career ask yang bisa membantu calon pekerja maupun pekerja untuk konsultasi karier bersama mentor yang ahli di bidangnya.

Salah satu bentuk kegiatan yang diikuti penulis adalah Studi Independen Bersertifikat yang diselenggarakan oleh Jobhun melalui *Copywriter Camp*. Metode pembelajaran yang dipakai menggunakan metode *synchronous learning* dan *asynchronous learning* yang diselenggarakan melalui *zoom meet*. Program Studi Independen yang diselenggarakan oleh Jobhun melalui Copywriter Camp memiliki 4 modul inti pembelajaran, yaitu Mengenal dan Memahami *Copywriting* dan *Copywriter* hingga media yang digunakan, Memahami teknik dan formula yang digunakan dalam *copywriting*, Memahami SEO *Copywriting*, simulasi *pitching* dan mengerjakan proyek akhir.

Program *Copywriter Camp* oleh Jobhun bertujuan mempersiapkan peserta untuk menjadi seorang *Copywriter* yang memahami peran dan tugasnya, memahami cara penggunaan *tools* dan *software* serta bisa mengimpenetasikannya kedalam media *copywriting*, seperti : media digital, media konvensional, media

cetak, dan media sosial. Sehingga tujuan akhir dari kegiatan Studi Independen *Copywriter Camp* bersifat membangun peserta untuk mempersiapkan karier sebagai *copywriter* dengan *skill* yang sudah dipelajari sehingga bisa menghasilkan CV dan Portofolio yang menarik.

2.3 Visi Misi Jobhun

2.3.1 Visi

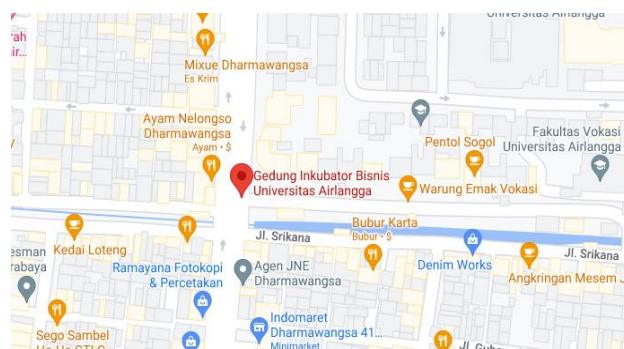
Membantu perkembangan talenta di Indonesia melalui pelatihan, konsultasi, hingga rekrutmen untuk berbagai proyek, agar bisa menentukan arah karier hingga scaleup karier.

2.3.2 Misi

1. Menjadikan Jobhun sebagai perusahaan yang bisa memenuhi berbagai kebutuhan pengembangan karier untuk masyarakat Indonesia.
2. Menjadikan Jobhun sebagai perusahaan yang bisa menjembatani antara talenta Indonesia dan berbagai perusahaan di Indonesia.

2.4 Lokasi Perusahaan

Lokasi Jobhun yaitu di Jl. Dharmawangsa No. 33B, Airlangga, Gubeng, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia 60286. Berikut merupakan peta lokasi Jobhun:



Gambar 2.3 Lokasi Jobhun

BAB III LANDASAN TEORI

3.1 *Copywriting*

Copywriting adalah gabungan dari dua kata, yaitu *Copy* dan *writing*. *Copy* berarti teks dalam iklan yang akan dipublikasikan dan *writing* berarti teknik penulisan. Dikutip dari artikel Merla, S. S. (2022), *Copywriting* adalah kemampuan *creative advertising* dalam mengolah kata dan menciptakan naskah periklanan yang menggabungkan kerja intelektual dan seni untuk memenuhi pesan penjualan. *Copywriting* juga merupakan cakupan dari promosi tertulis yang dipublikasikan di media cetak atau daring.

Jenis-jenis dari *Copywriting*, diantaranya ada: *Marketing Copywriting* yang merupakan bentuk konten yang bertujuan menyampaikan informasi, meyakinkan dan mendorong *audience* untuk memahami manfaat suatu produk atau jasa. *Direct Response Copywriting* yang merupakan bentuk konten yang digunakan untuk mengarahkan maupun mendorong *audience* untuk mengambil tindakan. *Brand Copywriting* merupakan bentuk konten yang memiliki fokus dalam menyampaikan citra dan identitas dari suatu brand sebagai upaya untuk mendapatkan pengakuan di industri serta meningkatkan loyalitas konsumen. *Technical Copywriting* merupakan bentuk konten yang memberikan pemahaman ekstensif terkait cara kerja suatu produk atau layanan. *Email Copywriting* merupakan bentuk konten yang secara efektif terhubung langsung dengan target *audience*.

Copywriting dapat diimplementasikan dalam beberapa media, yaitu media konvensional seperti TV dan Radio, media cetak, *Out of home*, dan Brosur / *display ads*. Kemudian media digital seperti *Social Media*, *Email*, *Digital Video*, dan *In-Apps*. Dalam *project* yang dikerjakan penulis, jenis media yang digunakan adalah *social media*, brosur dan *banner* yang disertai *headline* dan *tagline*. Untuk mengimplentasikan sebuah *copy*, maka sebelumnya yang harus dilakukan adalah *brainstorming* bersama tim untuk menghasilkan ide atau konsep.

3.2 *Copywriter*

Copywriter adalah sebuah profesi yang melakukan pekerjaan sebagai penulis iklan atau naskah. Menjalankan tugas sebagai seorang *copywriter* merupakan sebuah pekerjaan yang memasarkan sebuah produk dengan cara melakukan sebuah komunikasi pesan (Levi, 2022).

3.3 Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu sarana untuk berbagi informasi maupun aktivitas yang sedang kita kerjakan. Media sosial juga seringkali digunakan untuk bersosialisasi dan interaksi antar sesama pengguna media sosial. Selain itu banyak juga yang menggunakan media sosial sebagai tempat untuk menjual produk atau jasa. Salah satu peran media sosial adalah untuk membantu pelaku bisnis mengiklankan produknya. Sebelum ada media sosial, pelaku bisnis mengiklankan produknya melalui media konvensional seperti majalah, koran, tabloid, televisi, radio, dan lain sebagainya (Arumsari, 2018). Media sosial memiliki peranan penting dalam kewirausahaan, dengan memiliki sosial media dapat membantu menemukan konsumen baru dan dapat memperluas pasar sehingga dimanapun kita berada baik dalam negeri atau luar negeri, dengan hanya memanfaatkan sosial media penjual dengan calon konsumen akan tetap bertemu melalui transaksi chatting pada jejaring sosial (Sahroh, 2018).

3.4 *Canva*

The image shows the Canva logo, which consists of the word "Canva" written in a stylized, cursive font. The letters are colored in a gradient from light blue to purple.

Gambar 3.1 *Canva*

Canva adalah alat bantu desain dan publikasi *online* untuk membantu semua orang diseluruh dunia bisa membuat desain apapun dan dapat dipublikasikan dimanapun. *Tools* yang disediakan *canva* juga sangat banyak, seperti dokumen, papan tulis, presentasi, media sosial, video, produk cetak, situs *web*, dan masih

banyak lagi. Tidak hanya itu, *template* yang disediakan juga sangat banyak dan lengkap.

Selain mempunyai *tools* dan *template* yang lengkap *canva* juga mudah digunakan, karena tampilan *interfacenya* yang mudah dipelajari serta keunggulan lainnya, yaitu *project* yang dibuat bisa dikerjakan lebih dari satu orang. Dengan *tools* dan *template* yang lengkap, maka penulis menggunakan *canva* untuk pembuatan *mockup*.

3.5 Instagram



Gambar 3.2 Instagram

Instagram merupakan media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Media ini memiliki beberapa fitur seperti *Instagram story*, *reels*, dan *post*. Selain itu, media sosial ini memiliki sistem untuk bisa mengikuti atau menjadi pengikut bahkan memiliki pengikut antar sesama pengguna.

Sebagai media sosial yang sangat populer, seringkali dimanfaatkan untuk berbagi kegiatan serta informasi pemasaran. Ini memungkinkan pengikut akan bertambah banyak berkat informasi yang mereka ketahui. Ini juga membantu suatu *brand* untuk memperkenalkan produknya agar bisa diketahui oleh pengikutnya.

BAB IV

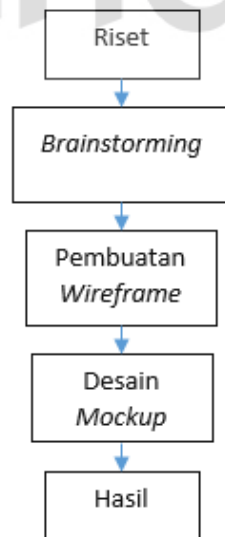
DESKRIPSI PEKERJAAN

3.1 Penjelasan Kerja Praktik

Kerja Praktik yang penulis ikuti merupakan kegiatan dari Merdeka Belajar-Kampus Merdeka Studi Independen Bersertifikat dari sebuah *project* yang berjudul “Jobhun *Copywriting Project*”. *Project* ini berfokus membuat *copy* yang bertujuan menarik calon pelanggan atau pelanggan *existing* untuk menggunakan layanan-layanan dari Jobhun. Untuk mengerjakan *project* ini penulis menggunakan beberapa *tools* yang membantu produktivitas sebagai *copywriter*, diantaranya ada *microsoft office, google drive, google sites, Translate, Referensces, google trend,* dan yang paling utama yaitu pikiran sendiri.

Fokus yang menjadi bagian dari penulis adalah membuat *copy* pada *social media*. Penulis menggunakan *social media instagram* dengan alasan *social media* ini dapat mencakup *range* usia yang ditargetkan, yaitu 18-35 tahun.

3.2 Diagram Alur Proses Pengerjaan



Gambar 4.1 Alur Pengerjaan

Penjelasan tentang alur pengerjaan di atas adalah sebagai berikut:

1. Melakukan Riset

Merupakan bagian dalam mengumpulkan informasi mengenai calon pelanggan serta kompetitor Jobhun.

2. *Brainstorming*

Merupakan suatu teknik kreativitas yang mengupayakan pencarian penyelesaian suatu masalah. Juga mencari ide dan diskusi dengan rekan tim.

3. Pembuatan *Wireframe*

Ini dilakukan untuk dilakukan penataan atau pembuatan kerangka desain *copy* yang akan dibuat. Hal ini dilakukan bukan sekedar untuk terlihat bagus, tapi juga dibutuhkan untuk menentukan aliran *copywriting*.

4. Desain *Mockup*

pengerjaan desain *copywriting* lanjutan dari *wireframe* yang dimana memulai dengan tampilan dengan model dan warna yang sesuai..

5. Hasil

Merupakan hasil akhir dari keseluruhan rangkaian proses

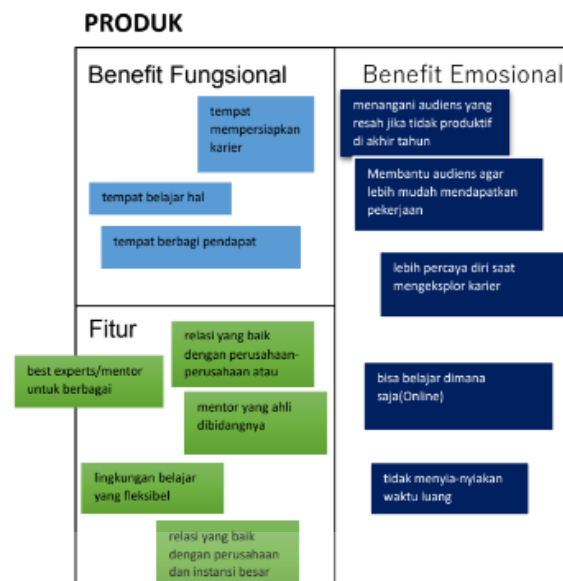
3.3 Riset

Sebagai seorang *copywriter* tentunya sebelum membuat sebuah *copy*, sangat perlu untuk melakukan riset terlebih dahulu. Riset dilakukan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan lewat penelusuran media digital. Dalam hal ini, penulis mengumpulkan data sesuai pengamatan dan informasi dari *brand* Jobhun kemudian beberapa kompetitor untuk dijadikan perbandingan.

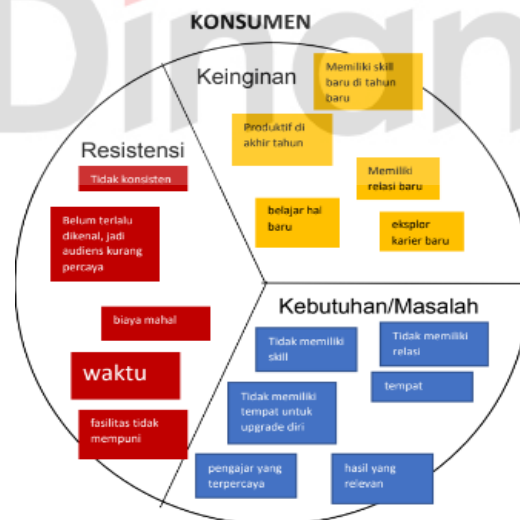
3.4 *Brainstorming*

Setelah mengumpulkan informasi mengenai *brand* dan kompetitor, selanjutnya dilakukan *brainstorming*. Hal ini sangat diperlukan untuk menyelesaikan masalah tertentu dengan mengumpulkan gagasan secara spontan dari tim. Ini akan membantu dalam menemukan ide dan konsep yang sesuai untuk membuat *copy*. Maka dari itu, hasil *brainstorming* yang dilakukan penulis dan tim dalam membuat *copy* adalah dengan menentukan benefit dari produk dan keinginan

konsumen serta beberapa ide yang menjadi acuan. Kemudian hasil yang didapatkan tersebut kami tuangkan kedalam bentuk tulisan, seperti pada gambar berikut.



Gambar 4.2 Fitur dan Benefit Produk



Gambar 4.3 Keinginan, Resistensi dan Kebutuhan Konsumen

Ide dasar:	diskon akhir tahun	Tidak punya kegiatan dan teman di libur akhir tahun	belajar hal baru
Headlines	Ajابهya Jobhun diskon akhir tahun Menghilangkan kemageran? Join Jobhun diskon akhir tahun Sedikit kamu orang terpilih yang berhak dapat diskon akhir tahun untuk upgrade diri!	Gaperlu buang-buang waktu di libur akhir tahun, karena Jobhun siap mememanima! Biar tetap produktif, manfaatkan libur akhir tahun untuk belajar ilmu baru bareng Jobhun	
Tagline	OPTIMISTIC AND CAREER-EXPERTIZED	MAKE LIFE BE EXPERT	CREATE YOUR CAREER LIKE UTOPIA
Iklan Banner	Memberikan diskon yang menggiurkan		
Sosial Media	Tidak perlu khawatir lagi, jobhun solusinya		
Poster	Film yang identik dengan tahun baru yaitu home Alone	Tahun baru skill baru	Hal yang menakutkan pencari kerja sehingga mau mencari skill baru
			Kelas-kelas yang ada di Jobhun

Gambar 4.4 Ide dan Konsep

3.5 Pembuatan Wireframe

Pembuatan *wireframe* diperlukan sebagai kerangka untuk menata item-item pembuatan *copy*. Seperti merangkai teks dan gambar, dimana ini bisa memudahkan calon pelanggan atau pelanggan *existing* untuk lebih mudah mengerti.

3.6 Pembuatan Mockup

Mockup seperti halnya desain yang diperlukan sebagai penyampaian sebuah pesan dari sebuah desain visual seperti gambar, warna dan tipografi dengan secara detail. Dalam pembuatan desain diperlukan sebuah gambar, *content*, dan pemilihan warna.

Pembuatan dari desain yang dikerjakan tim penulis juga memperhatikan dari data yang diberikan oleh mitra dengan tema dan pembahasan tertentu yang nantinya akan dikerjakan oleh tim. Berikut ide dasar yang diperoleh oleh tim:

1. Diskon akhir tahun.
2. Mencoba belajar hal baru.
3. Tidak punya kegiatan dan teman di libur akhir tahun.

Setelah mempertimbangkan hasil tersebut mendapatkan sebuah desain yang akan dikirimkan ke mitra, berikut hasil desain yang dikerjakan oleh penulis dari tim media sosial.



Gambar 4.5 *Question Box (Instagram Story)*

Pada gambar 4.5, penulis menggunakan fitur *question box* dari *instagram*. Dalam hal ini penulis berusaha untuk tetap menjaga hubungan komunikasi dengan *audience*, dengan memancing sebuah pertanyaan yang merujuk pada perasaan mereka diakhir tahun.



Gambar 4.6 *Instagram Ads*

Pada gambar 4.6, penulis membuat *instagram ads* yang didalamnya berisikan yang pertama ada *headline* untuk menarik perhatian *audience*. Kedua, sub *headline* yang berfungsi untuk menerangkan *headline* dan sebagai pelengkap atau jembatan antara *headline* dan *body copy*. Ketiga, *body copy* yaitu berisikan informasi detail mengenai produk atau jasa. Dan yang terakhir yaitu *call to action*, yang mana berisikan kalimat ajakan agar target konsumen melakukan suatu tindakan.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian ini, penulis mendapatkan beberapa hasil kesimpulan, yaitu:

1. Dalam pembuatan project ini membutuhkan pemikiran kritis untuk mendapatkan ide dan konsep yang *out of the box*.
2. Dalam desain, baik *text* dan gambar lebih mudah dipahami oleh *audience*.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini, dijabarkan beberapa poin:

1. Untuk pembuatan desain harus diperbagus lagi.
2. Untuk *brainstorming* dan pembuatan ide masih butuh banyak masukan lagi.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

- Arumsari, R. Y., & Utama, J. (2018). Kajian Pendekatan Visual Iklan Pada Instagram. *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(1), 52-58.
- Junaedi, Fajar, *et al.* (2022). *Dinamika Periklanan di Era Digital*. Bagian Penerbitan Dua Lima Grafika.
- Levi, J. J. (2022). *PESAN DAN JUDUL PUSHNOTIFICATION TERHADAP KEGIATAN COPYWRITING* (Doctoral dissertation, Universitas Tarumanagara).
- Maharmadani, P. E. (2021). *Peran copywriting dalam mengelola media sosial secret beauty* (Doctoral dissertation, Faculty of Communication science).
- Merla, S. S. (2022). IbM Penggunaan Bahasa Yang Baik Dan Teknik Copy Writing Dalam Meningkatkan Penjualan Para Pedagang Melalui Sosial Media Di Makassar. *IbMAS ATIM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1-6.
- Sahroh, A. F. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Tingkat Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 6(3).



Dinamika