

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi ke arah yang sekarang semua serba *digital* ini semakin berkembang dengan pesat. Apalagi pada di era seperti ini, manusia secara tidak langsung memiliki gaya hidup yang baru yaitu tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi terbukti menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan juga pekerjaan. Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia sekarang sudah memasuki era digital menurut (Setiawan, 2017,4). Semakin canggihnya teknologi digital masa kini membuat perubahan yang sangat besar terhadap dunia, seperti lahirnya berbagai macam teknologi digital yang semakin maju telah banyak bermunculan. Berbagai jenis kalangan telah dimudahkan dalam mengakses suatu informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi *digital* secara bebas menurut (Wawan, 2018, 6).

Salah satu perkembangan di era *digital* yaitu adalah sosial media yang merupakan media yang dibuat untuk manusia membagikan cerita pada kehidupannya berupa seperti teks kata-kata, foto maupun dalam bentuk video. Makadari itu selain orang-orang menggunakan sosial media untuk berbagi cerita saja, kesempatan tersebut dimanfaatkan untuk berpromosi *brand* atau dagangan mereka agar dapat diketahui orang secara luas, Karena sekarang sudah banyak online shop yang besar di sosial media menurut (Setiawan, 2017, 2).

Gambar I.1

Peran penting copywriter dalam perusahaan



Menurut (Hidayat, 2018, 3) *Copywriting* adalah aktivitas atau pekerjaan menulis teks iklan atau materi publisitas yang termasuk dalam struktur pendidikan yang dikategorikan pada seni sastra untuk penulisan, seperti naskah cerita, naskah scenario yang berbentuk *script* atau penulisan naskah iklan dan juga *copywriting* juga termasuk dalam industry kreatif, karena didalamnya terdapat berbagai macam unsur seni, budaya, grafis, animasi seni visual, penulisan kreatif dan masih banyak yang lainnya. Jadi pekerjaan ini sangat diperlukan dalam bidang komunikasi terutama dalam proses *marketing* dari suatu perusahaan. Apalagi di dunia era digital semua serba mudah dan dapat dijangkau oleh banyak masyarakat dalam membeli sesuatu hal di internet. Maka dari itu perusahaan harus bisa memanfaatkan peluang tersebut dengan beriklan dengan baik dan juga benar, agar target yang dituju bisa tertarik. Dengan media yang mudah dijangkau oleh banyak masyarakat seperti *Media Social* menurut (Maretha, 2021, 2)

Menurut (Satria dan Agustine, 2019, 36) *Copywriting* dapat mengembangkan berbagai strategi agar dapat terus bersaing menjadi yang terbaik dalam kategori bisnis layanan komunikasi dan teknologi. Melalui divisi konten yaitu dimana divisi tersebut diisi oleh *Copywriter* yang terlatih dalam mengombinasikan tulisan sehingga dapat menghasilkan konten yang menarik bagi audiens.

Maka dari itu jika bisa memanfaatkan sosial media dengan baik kenapa tidak, selain itu dalam hal mempromosikan barang yang kita jual dan kita pasang di sosial media seperti Instagram maka kita juga perlu mengetahui lebih dalam soal *copywriting* agar dapat meningkatkan dalam segi penjualan atau dalam segi penulisan dalam sebuah artikel. Jadi, jika kita tidak mempunyai orang yang paham mengenai *copywriting* maka bisa dapat mempengaruhi hasil dari iklan atau artikel kita yaitu seperti penulisan tidak menarik dan bahasa yang digunakan pada iklan atau artikel kurang tepat atau tidak enak dibaca .

Disini penulis memilih Asta Homeware untuk mengetahui bagaimana proses pembuatan sebuah teks iklan untuk bisa meningkatkan penjualan dan juga ingin mengetahui bagaimana proses pembuatan sebuah artikel yang baik dan berguna dalam mendukung peningkatan tersebut juga. Namun pada kesempatan kali ini penulis juga ingin bisa terjun secara langsung untuk langsung merasakan bagaimana membuat sebuah teks iklan dan sebuah artikel yang baik di sebuah website yang berguna untuk mendukung peningkatan *insight* atau seberapa orang yang tertarik pada akun Instagram atau website kita. Mulai dari banyaknya penonton atau pembaca, *like*, *follow*, *comment* dan juga impresi dari orang seberapa lama melihat postingan atau artikel yang penulis buat dalam perusahaan Asta Homeware.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik ini merupakan kegiatan atau melakukan aktivitas pembuatan caption Instagram @Asta_Homeware perusahaan Asta Homeware.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Kerja praktik ini dilakukan agar penulis lebih dapat memahami peran *copywriter* dalam menulis sebuah artikel yang baik dan benar agar dapat mudah dibaca dan mudah dimengerti oleh semua orang. Selain untuk menambah wawasan diharapkan penulis dapat mempraktekkan apa yang telah dipelajari untuk kehidupan dan bermanfaat bagi orang lain.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

I.4.1 Bagi Penulis :

Kerja Praktek ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis bagaimana menjadi seorang *copywriter* yang baik terutama pada bidang *copywriting* dan penulis diharapkan mendapatkan pengalaman baru dalam dunia kerja dan mempraktekan secara langsung untuk kedepannya.

I.4.2 Bagi Pihak Asta Homeware

Hasil kerja praktek yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak Asta Homeware dan membuat Asta Homeware menjadi lebih maju.

I.5 Ruang Lingkup Kerja Praktik

Ruang Lingkup kerja praktek ini ialah isi konten pada instagram @Asta_homeware dan *feed* dari instagram tersebut yang digunakan untuk mempublikasikan atau memperkenalkan tentang asta homeware kepada pengguna internet.

I.6 Tinjauan Pustaka

I.6.1 Pengertian *Copywriting*

Copywriting merupakan sebuah teknik dimana seorang penulis membuat sebuah teks atau artikel yang bertujuan untuk meningkatkan minat pembaca agar lebih tertarik pada teks yang *Copywriter* telah buat. Contohnya seperti pembuatan teks didalam iklan, billboard, media sosial dan juga website.

Lebih jelasnya *Copywriting* selain dipandang hanya melakukan aktivitas tentang menulis teks iklan atau materi publisitas saja. *Copywriting* juga termasuk dalam struktur pendidikan yang termasuk dalam kategori seni sastra untuk penulisan ,seperti naskah, cerita naskah scenario yang berbentuk *script* atau penulisan naskah iklan dan juga *copywriting* termasuk dalam industry kreatif. karena didalamnya terdapat berbagai macam unsur seni,budaya ,grafis, animasi seni visual, penulisan kreatif. Jadi adanya *copywriting* sangat diperlukan dalam bidang komunikasi terutama dalam bidang proses *marketing* dari perusahaan. Sedangkan kita sudah hidup di era digital. Dimana semua serba praktis, cepat dan mudah dijangkau oleh banyak masyarakat dunia.

I.6.2 Proses

Teori Proses (*Process Theory*). Teori ini berusaha agar setiap pekerja mau bekerja giat sesuai dengan harapannya .Daya penggerak yang memotivasi semangat kerja terkandung dari harapan yang akan diperolehnya. Jika harapan menjadi kenyataan, maka pekerja cenderung akan meningkatkan kualitas kerjanya, begitu juga sebaliknya. Ada tiga macam teori motivasi proses yang terkenal menurut (Hasibuan 2007,165) yaitu :

Teori Harapan (*Expectancy Theory*), teori ini dikemukakan oleh Victor H. Vroom yang menyatakan bahwa seorang bekerja didasarkan kepada tiga komponen yaitu :

1. Harapan merupakan suatu kesempatan yang disediakan dan akan terjadi karena perilaku.

2. Nilai atau value adalah suatu nilai yang disebabkan oleh perilaku tertentu.

Misalnya adalah nilai positif pada suatu peristiwa terpilihnya seseorang karena memang ingin dipilih, dan nilai negatif bila seseorang kecewa karena sebenarnya tidak ingin dipilih serta tidak peduli jika bernilai nol.

3. Pertautan atau Instrumentality adalah besarnya suatu probabilitas jika pekerja bekerja secara efektif apakah akan terpenuhi keinginan dan kebutuhan tertentu yang diharapkan.

I.6.3 Jenis-jenis *Copywriting*

1. *Direct Response Copywriting*.

Copywriting jenis ini merupakan *Copywriting* yang melakukan tugas dalam mendapatkan tanggapan langsung dari pembaca atau konsumen. Seperti contoh membuat dan membagikan konten dan juga iklan di media sosial.

2. *Marketing Copywriting*

Marketing Copywriting memiliki tugas dalam memfokuskan untuk menawarkan atau mempromosikan sebuah produk, menyampaikan manfaat dari produk agar konsumen dapat yakin untuk membeli produk kita.

3. *Brand Copywriting*

Teknik *Copywriting* ini mempunyai tugas dalam menyampaikan sebuah citra dan

juga identitas sebuah brand atau perusahaan. Dan *Copywriting* jenis ini bisa menjadi sebuah pembeda dari brand satu ke *brand* yang lain, contohnya seperti membuat slogan perusahaan, *tagline*, dan juga logo dari perusahaan.

4. *SEO Copywriting*

SEO Copywriting mempunyai tugas dalam menarik perhatian pembaca atau konsumen dan memfokuskan membuat konten di *google*. Dimana membuat sebuah konten di *google* harus memenuhi kriteria SEO agar artikel atau konten mempunyai kualitas *standard* *google* dan bisa menjadi perhatian banyak pembaca.

5. *Technical Copywriting*

Copywriting mempunyai tugas dalam memberikan sebuah pemahaman seperti menjelaskan cara kerja produk atau layanan. Biasanya *Copywriting* jenis ini sering digunakan pada produk kecantikan dan kesehatan. (Nayoan,2021, 9)

I.1.1 Teknik yang digunakan *Copywriting*

1. *Product Knowledge*

Sebelum memulai untuk menulias artikel atau iklan yang ingin di bagikan seorang *copywriter* harus mengenali produk atau jasa yang ingin dibagikan sehingga dengan mempelajari terlebih dahulu akan sangat berguna dan mudah untuk menulisnya seperti keunikan dari produk, lalu apa saja fiturnya dan lain-lain.

2. Menggunakan Judul yang menarik

Menggunakan judul yang menarik agar pembaca dapat tertarik untuk mengeklik artikel atau iklan yang kita buat karena 8 dari 10 hanya akan membaca judulnya

saja, Jadi jika dari judulnya saja tidak terlihat menarik maka calon pembaca tidak akan mengeklik artikel kita karena dari judul saja sudah tidak menarik. Karena hal tersebut memerlukan kreatifitas yang tinggi agar calon pembaca tertarik. Contohnya seperti “ Penting! Ini Dia Tips Merawat Wajan Anti Lengket Agar Tetap Awet “

3. Pemilihan kata yang tepat

Tujuan utama dari menulis artikel yaitu menjual produk atau jasa. Jadi sangat penting untuk memilih dan menggunakan kata yang baik, mudah dimengerti, singkat dan jelas. Karena sangat penting dalam menulis sebuah artikel jika tata cara dalam penulisan mempunyai isi yang susah dipahami dan salah dalam meletakkan tanda baca. Orang akan mulai malas untuk membaca dan lebih memilih untuk mencari artikel lain.

4. Padat dan jelas

Dalam menulis artikel yang baik tidak perlu terlalu panjang, jadi secukupnya saja yang penting pembaca mudah memahami maka mereka akan tertarik untuk membaca lagi. Karena semakin menggunakan banyak kata dan paragraph akan membuat pembaca cepat bosan, karena terlalu bertele-tele. Yang terpenting pilihlah kata-kata, kalimat dan paragraph yang singkat saja tetapi tetap informative dan *powerfull*.

5. Menggunakan SEO

Ketika menulis suatu artikel untuk di share melalui website, ada baiknya untuk menggunakan SEO (*search engine optimization*) yaitu sebuah bot atau AI yang dapat membantu kita dalam menulis artikel. Mulai dari penggunaan kata

yang baik, judul yang menarik, dan memberitahu artikel apa saja yang sering dicari orang-orang lewat internet dan apa saja yang *trend* akhir-akhir ini. (Jawara.2019)