

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ahyar, Hardani, dkk. Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif. 2020.

Azwar, Sarifuddin. Metode Penelitian. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998).

Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. Manajemen Bisnis Syariah, (Bandung: Alfabeta, 2016).

Cholil, Akmal Musyadat. 150 Brand Awareness Ideas. 2021.

Fitri, Ainal, Muh. Haikal. 2021. Panduan Praktis Penelitian Ilmu Komunikasi Dengan Pendekatan Kualitatif. Banda Aceh.

Fitri, Haenal & Muhammad Haikal. 2021. *Panduan Praktis Penelitian Ilmu Komunikasi Dengan Pendekatan Kualitatif*. Aceh: Syiah Kuala University Press.

Ginting, Rahmanita, dkk. 2021. Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing.

Hasan, Ali. marketing Bank Syariah, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010).

Jefkins, Frank. Periklanan. (Jakarta: Erlangga, 1997).

J.Moleong, Lexy. 2014. Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Lane, W. Ronald, dkk. 2011. Kleppner's Advertising Procedure.

Michael, Hitt, dkk, Manajemen Strategis, (Jakarta: Erlangga, 1997).

Rawung, Dede Trinovie. 2020. METODE PENARIKAN SAMPEL

Yusuf, Muri. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan.

Jurnal dan Penelitian

Ahmad Khudi Kamal, TEKNIK PENULISAN BERITA DI MEDIA ONLINE LEMBAGA KANTOR BERITA NASIONAL ANTARA BIRO PROVINSI JAMBI.

Batubara, Juliana. Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. Jurnal, Vol. 3, No. 2 2017.

Dewakanya, Syifa Duhita. 2018. *Penerapan Censorship di Perpustakaan TK dan SD Insan Cendekia Madani*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Irman, Adzan. 2018. *Analisis Penerapan Teknik Penulisan Berita Pada UIN Online*. Makasar: UIN Alauddin Makasar.

Kamal, Ahmad Khudi. 2019. *Teknik Penulisan Berita di Media Online Lembaga Kantor Berita Nasional Antara Biro Provinsi Jambi*. Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifudin.

Putra, Rizka Argi. 2013. Peran Account Executive Dan Copywriter Dalam Proses Kreatif Di Pt. Mediatama Cipta Citra.

Putri, Hanifah Priyani. 2022. *Analisis Teknik Penulisan Berita Dalam Meningkatkan Kualitas Berita Pada Media Sosial Youtube* Jurnal 12. Ponorogo: IAIN Ponorogo.

Sari, Ratna Kartika, dan Iin Soraya. Strategi Kreatif Menulis Advertorial Menggunakan Microsoft Word. Jurnal ABDIMAS BSI. Vol. 2 No. 2 Agustus 2019.

Thahira. 2018. MEDIA CETAK DI TENGAH PERKEMBANGAN MEDIA DIGITAL DI KOTA PALOPO (STUDI KASUS KORAN CETAK SERU!YA). IAIN, Palopo.

Thontowi, Jawahir. PARADIGMA PROFETIK DALAM PENGAJARAN DAN PENELITIAN ILMU HUKUM. UNISIA, Vol. XXXIV, No.76 Januari 2012.

Veronica, Imelda. Peranan Copywriter Dalam Pembuatan Naskah Iklan Perusahaan Search Engine GEEV. 2018. Universitas Multimedia Nusantara Tangerang.

Website

Hartanti, Tri. 2021. Berikut Tips Tepat Membuat Copywriting Agar Bisa Goal.

Link:

https://bodhidharma.ac.id/index.php?pilih=forum&modul=yes&action=viewthread&forum_id=7&thread_id=2569

Novia, Dyah Ratna Meta. Jangkau 73 Juta Pembaca Setiap Bulannya, MPI Dominasi Pertumbuhan Media Digital di Indonesia. Okezone.com. 2021.

Link: <https://techno.okezone.com/read/2021/11/10/54/2499488/jangkau-73-juta-pembaca-setiap-bulannya-mpi-dominasi-pertumbuhan-media-digital-di-indonesia>.

Putri, Rizqa Leony. 2022. Seru dan Meriah, Ini Kilas Balik Wirausaha Muda Mandiri 2022.

Link <https://www.celebrities.id/read/seru-dan-meriah-ini-kilas-balik-wirausaha-muda-mandiri-2022-409Jks>.

Saputra, Admiraldy Eka. Jangkau 73 Juta Pembaca Setiap Bulannya, MPI Dominasi

Pertumbuhan Media Digital di Indonesia. Sportstars.id. Link:

<https://www.sportstars.id/read/jangkau-73-juta-pembaca-setiap-bulannya-mpi-dominasi-pertumbuhan-media-digital-di-indonesia-4jh0q3>



Lampiran

A. Surat Penunjukan Pembimbing



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi
Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp: (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax: 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage: <http://www.unas.ac.id> E-mail: febiana49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI
Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Muhammad Raushan Fikry
Nomor Pokok : 193516516325
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Jurnalistik

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022
Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si
N.I.P. : 0109150857

UNIVERSITAS NASIONAL

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

B. Lembar Konsultasi

Catatan Koreksi

| No | Pokok Bahasan | Catatan Koreksi |
|----|----------------|--|
| 1 | JUDUL | Masih kurang di kerucutkan lagi, diharapkan hanya memilih satu iklan saja biar bisa lebih fokus dan tidak melebar pembahasannya. |
| 2 | BAB 1 | di latar belakang harus ada alasan obyektif mengapa harus memilih advertorial produk A. Bisa saja kamu menguatkan datanya dari sisi penilaian masyarakat terhadap iklan produk A, yang kemudian mendorong kamu merasa perlu meneliti dari sisi pembuatan copywritingnya. |
| 3 | BAB 2 | Menambahkan penjelasan mengenai advertorial pada landasan konsep, teori new media tidak perlu digunakan cukup AIDA saja, perbaiki tulisan yang masih kurang, tambahkan lagi tahapan-tahapan strategi, dan pada kerangka pemikiran. |
| 4 | BAB 2 | Paparkan dulu alurnya secara naratif, tersusun sistematis menggambarkan pemikiran kamu tentang alur riset ini. Baru kemudian dituangkan dalam gambar. |
| 5 | BAB 3 | Paparkan di sini pengertian data dari referensi kredible (tuliskan sumbernya dalam footnote). Lalu tuliskan jenis data: Jarak judul dari sub nomor adalah 1 tab (1,5 cm) |
| 6 | BAB 4 | Jadi pertanyaan2 yg sudah di analisis, kamu sajikan secara sistematis di Bab IV. Jadi sistematikanya 4.1 gambaran umum subyek penelitian 4.2 Gambaran....(Tulis lagi judul) 4.3 pembahasan Telaah kritis kamu berdasarkan teori serta konsep yg tertulis di Bab 2. |
| 7 | BAB 5 | Kesimpulan Berisi simpulan apa yg bs diambil dari temuan dan pembahasan. Apakah hasil risetnya menjawab rumusan masalah? Apa yg jadi kekurangannya Saran Berdasarkan simpulan, apa yg bisa direkomendasikan kamu terhadap subyek (perusahaan) penelitian |
| 8 | DAFTAR PUSTAKA | Penulisan daftar pustaka kamu tidak tersusun alfabetis. benahi |

C. Kategorisasi Pemetaan Draft Wawancara

| No | PERTANYAAN | Narasumber | | |
|----|----------------|--|---|---|
| | | Head of Creative Content Production (Key Informan) | Content Marketing Copywriter (informan 1) | Content Marketing Copywriter (informan 2) |
| | Pertanyaan | | | |
| | Prepare | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Saat PT. Mandiri mengajukan pembuatan naskah advertorial tentang event WMM 2022, Apa persiapan yang dilakukan MPI sebelum memutuskan untuk mengambil pengajuan tersebut? | V | - | - |
| 2 | Setelah menerima pengajuan pembuatan naskah advertorial, apakah langsung menuliskan naskah sesuai dengan permintaannya tersebut dari penyelenggara event WMM 2022 tersebut? | V | - | - |
| 3 | Apakah setelah menerima brief dari sales, divisi copywriter langsung mengerjakan sesuai brief atau ada pertimbangan lainnya? | V | V | V |
| 4 | Setelah selesai memastikan kembali pengajuan tersebut sudah sesuai peraturan | V | V | V |

| | | | | |
|---|--|---|---|---|
| | dan SOP perusahaan, apa yang dilakukan selanjutnya? | | | |
| 5 | Divisi copywriter di MPI ada beberapa orang, Bagaimana menentukan siapa yang mengerjakan permintaan event WMM 2022 ini atau mengajukan diri? | V | V | V |
| 6 | Saat pihak event WMM 2022 mendatangi MPI untuk membahas pemasangan iklan, membahas tentang apa saja? | V | - | - |
| 7 | Saat membahas kesepakatan dengan staff penyelenggara event WMM 2022, ini selain membahas tentang pembuatan naskah, atau adakah pembahasan mengenai seputar perusahaan? | V | - | - |
| | Organize | | | |
| 8 | Saat sudah menerima arahan untuk menuliskan event | V | V | V |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| | WMM 2022 apa yang dilakukan selanjutnya? | | | |
| 9 | Apakah informasi-informasi yang diberikan client, berguna semua untuk dijadikan data atau bahan menulis? | V | V | V |
| 10 | Bagaimana proses pencarian informasi tambahan mengenai event yang tidak tersedia dari pemberian informasi bahan client? | V | V | V |
| 11 | Sumber bahannya haruskah dari PT. Mandiri atau bisa melalui sumber lainnya? | V | V | V |
| 12 | Setelah mendapatkan semua bahan apakah langsung menuliskannya atau saling koreksi antar copywriter mengenai data yang di dapatkan tadi? | V | V | V |
| 13 | Bagaimana cara copywriter sebelum menuliskan | V | V | V |

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| | memikirkan kalimat-kalimat yang bisa mengajak orang untuk ikut event tersebut? | | | |
| 14 | Saat pencarian data-data dan sudah bingung mencari data, apakah boleh dibantu staff copywriter lain atau diluar copywriter juga boleh? | V | V | V |
| 15 | Bagaimana komunikasi yang dilakukan sesama copywriter saat mencari data WMM 2022? | V | V | V |
| | Write | | | |
| 16 | Saat proses penulisan siapa yang menentukan judul naskah? | V | V | V |
| 17 | Bagaimana cara copywriter saat membuat judul bisa menarik perhatian masyarakat walaupun nama produk sudah tertera pada judul? | V | V | V |
| 18 | Saat menuliskan headline, apa saja yang dituliskan di dalam bagian tersebut? | V | V | V |

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| 19 | Bagaimana cara copywriter mengembangkan headline pada penulisan sub-headline naskah? | V | V | V |
| 20 | Di penulisan body copy bagaimana cara copywriter meyakinkan dan sekaligus mengajak pembaca untuk mengikuti event tersebut saat membaca naskah yang sudah dituliskan? | V | V | V |
| 21 | Di bagian body copy juga ada kutipan wawancara, data wawancara ini, langsung dilakukan oleh tim copywriter atau memang hasil record dari penyelenggara event WMM 2022? | V | V | V |
| 22 | Untuk proses liputan ini, apakah pertanyaannya hanya seputar data event WMM 2022 atau bisa | V | V | V |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| | mempertanyakan hal yang lain? | | | |
| 23 | Apa yang terjadi pada event WMM 2022 ini jika tidak memakai CTA (Call to Action) pada penulisan naskah? | V | V | V |
| 24 | Saat menuliskan naskah, jika ada perubahan dari client itu bagaimana? | V | V | V |
| 25 | Saat perubahannya tersebut ternyata diluar kesepakatan awal, apakah diperbolehkan? | V | V | V |
| | Edit | | | |
| 26 | Setelah semua selesai selanjutnya naskah diberikan ke siapa untuk proses pengecekan? | V | V | V |
| 27 | Apakah diperbolehkan antar copywriter mengecek naskah yang sudah selesai? | V | V | V |
| 28 | Bagaimana tanggapan client event WMM 2022 ini saat naskah sudah jadi, langsung | V | V | V |

| | | | | |
|----|--|---|---|---|
| | menyetujui atau terdapat perubahan? | | | |
| 29 | Proses pengeditan kembali, dilakukan oleh copywriter yang sama atau boleh digantikan dengan copywriter yang lain? | V | V | V |
| 30 | Bagaimana copywriter menanggapi data yang kurang dari hasil pegkoreksian? apakah meminta data tersebut ke client atau mencarinya lewat sumber lainnya? | V | V | V |
| 31 | Selain antar copywriter bertanya diluar divisi apakah diperbolehkan? | V | V | V |
| | Review | | | |
| 32 | Saat semua naskah sudah diperbaiki dan sudah bisa di upload dalam portal, Apakah langsung di upload begitu saja? | V | V | V |
| 33 | Jika client ternyata masih belum puas dengan hasil naskah | V | V | V |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| | yang sudah dibuat, apa yang harus dilakukan? | | | |
| 34 | SOP maksimal revisi berapa lama? | V | V | V |
| 35 | Jika melewati waktu SOP tersebut apakah Kerjasama langsung dibatalkan, atau masih diperbolehkan penambahan waktu? | V | V | V |
| 36 | Bagaimana cara proses penguploadan naskah ke dalam portal? | V | V | V |
| 37 | Saat sudah di upload apakah masih bisa di ubah lagi? | V | V | V |
| 38 | Berapa lama batas waktu naskah sesudah di upload di portal? | V | V | V |
| 39 | Apakah setelah melewati batas waktu perubahan after naskah di upload apakah masih diperbolehkan diubah? | V | V | V |
| 40 | Apakah pernah mengalami kejadian seperti itu? | V | V | V |

D. Draft Wawancara Narasumber

DRAFT WAWANCARA UNTUK KEY INFORMAN

Nama : Yaomi Suhayatmi

USIA : 45 Tahun

JABATAN : Content Marketing Dept. Head

PERTANYAAN:

1. Saat PT. Mandiri mengajukan pembuatan naskah advertorial tentang event WMM 2022, Apa persiapan yang dilakukan MPI sebelum memutuskan untuk mengambil pengajuan tersebut?
2. Setelah menerima pengajuan pembuatan naskah advertorial, apakah langsung menuliskan naskah sesuai dengan permintaannya tersebut dari penyelenggara event WMM 2022 tersebut?
3. Apakah setelah menerima brief dari sales, divisi copywriter langsung mengerjakan sesuai brief atau ada pertimbangan lainnya?
4. Setelah selesai memastikan kembali pengajuan tersebut sudah sesuai peraturan dan SOP perusahaan, apa yang dilakukan selanjutnya?
5. Divisi copywriter di MPI ada beberapa orang, Bagaimana menentukan siapa yang mengerjakan permintaan event WMM 2022 ini atau mengajukan diri?
6. Saat pihak event WMM 2022 mendatangi MPI untuk membahas pemasangan iklan, membahas tentang apa saja?
7. Saat membahas kesepakatan dengan staff penyelenggara event WMM 2022, ini selain membahas tentang pembuatan naskah, atau adakah pembahasan mengenai seputar perusahaan?
8. Saat sudah menerima arahan untuk menuliskan event WMM 2022 apa yang dilakukan selanjutnya?

9. Apakah informasi-informasi yang diberikan client, berguna semua untuk dijadikan data atau bahan menulis?
10. Bagaimana proses pencarian informasi tambahan mengenai event yang tidak tersedia dari pemberian informasi bahan client?
11. Sumber bahannya haruskah dari PT. Mandiri atau bisa melalui sumber lainnya?
12. Setelah mendapatkan semua bahan apakah langsung menuliskannya atau saling koreksi antar copywriter mengenai data yang di dapatkan tadi?
13. Bagaimana cara copywriter sebelum menuliskan memikirkan kalimat-kalimat yang bisa mengajak orang untuk ikut event tersebut?
14. Saat pencarian data-data dan sudah bingung mencari data, apakah boleh dibantu staff copywriter lain atau diluar copywriter juga boleh?
15. Bagaimana komunikasi yang dilakukan sesama copywriter saat mencari data WMM 2022?
16. Saat proses penulisan siapa yang menentukan judul naskah?
17. Bagaimana cara copywriter saat membuat judul bisa menarik perhatian masyarakat walaupun nama produk sudah tertera pada judul?
18. Saat menuliskan headline, apa saja yang dituliskan di dalam bagian tersebut?
19. Bagaimana cara copywriter mengembangkan headline pada penulisan sub-headline naskah?
20. Di penulisan body copy bagaimana cara copywriter meyakinkan dan sekaligus mengajak pembaca untuk mengikuti event tersebut saat membaca naskah yang sudah dituliskan?

21. Di bagian body copy juga ada kutipan wawancara, data wawancara ini, langsung dilakukan oleh tim copywriter atau memang hasil record dari penyelenggara event WMM 2022?
22. Untuk proses liputan ini, apakah pertanyaannya hanya seputar data event WMM 2022 atau bisa mempertanyakan hal yang lain?
23. Apa yang terjadi pada event WMM 2022 ini jika tidak memakai CTA (Call to Action) pada penulisan naskah?
24. Saat menuliskan naskah, jika ada perubahan dari client itu bagaimana?
25. Saat perubahannya tersebut ternyata diluar kesepakatan awal, apakah diperbolehkan?
26. Setelah semua selesai selanjutnya naskah diberikan ke siapa untuk proses pengecekan?
27. Apakah diperbolehkan antar copywriter mengecek naskah yang sudah selesai?
28. Bagaimana tanggapan client event WMM 2022 ini saat naskah sudah jadi, langsung menyetujui atau terdapat perubahan?
29. Proses pengeditan kembali, dilakukan oleh copywriter yang sama atau boleh digantikan dengan copywriter yang lain?
30. Bagaimana copywriter menanggapi data yang kurang dari hasil pegkoreksian? apakah meminta data tersebut ke client atau mencarinya lewat sumber lainnya?
31. Selain antar copywriter bertanya diluar divisi apakah diperbolehkan?
32. Saat semua naskah sudah diperbaiki dan sudah bisa di upload dalam portal, Apakah langsung di upload begitu saja?
33. Jika client ternyata masih belum puas dengan hasil naskah yang sudah dibuat, apa yang harus dilakukan?

34. SOP maksimal revisi berapa lama?
35. Jika melewati waktu SOP tersebut apakah Kerjasama langsung dibatalkan, atau masih diperbolehkan penambahan waktu?
36. Bagaimana cara proses penguploadan naskah ke dalam portal?
37. Saat sudah di upload apakah masih bisa di ubah lagi?
38. Berapa lama batas waktu naskah sesudah di upload di portal?
39. Apakah setelah melewati batas waktu perubahan after naskah di upload apakah masih diperbolehkan diubah?
40. Apakah pernah mengalami kejadian seperti itu?

DRAFT WAWANCARA UNTUK INFORMAN 1

Nama : Rizqa Leony

USIA : 24 Tahun

JABATAN : Content Marketing Copywriter

PERTANYAAN:

1. Apakah setelah menerima brief dari sales, divisi copywriter langsung mengerjakan sesuai brief atau ada pertimbangan lainnya?
2. Setelah selesai memastikan kembali pengajuan tersebut sudah sesuai peraturan dan SOP perusahaan, apa yang dilakukan selanjutnya?
3. Divisi copywriter di MPI ada beberapa orang, Bagaimana menentukan siapa yang mengerjakan permintaan event WMM 2022 ini atau mengajukan diri?
4. Saat sudah menerima arahan untuk menuliskan event WMM 2022 apa yang dilakukan selanjutnya?

5. Apakah informasi-informasi yang diberikan client, berguna semua untuk dijadikan data atau bahan menulis?
6. Bagaimana proses pencarian informasi tambahan mengenai event yang tidak tersedia dari pemberian informasi bahan client?
7. Sumber bahannya haruskah dari PT. Mandiri atau bisa melalui sumber lainnya?
8. Setelah mendapatkan semua bahan apakah langsung menuliskannya atau saling koreksi antar copywriter mengenai data yang di dapatkan tadi?
9. Bagaimana cara copywriter sebelum menuliskan memikirkan kalimat-kalimat yang bisa mengajak orang untuk ikut event tersebut?
10. Saat pencarian data-data dan sudah bingung mencari data, apakah boleh dibantu staff copywriter lain atau diluar copywriter juga boleh?
11. Bagaimana komunikasi yang dilakukan sesama copywriter saat mencari data WMM 2022?
12. Saat proses penulisan siapa yang menentukan judul naskah?
13. Bagaimana cara copywriter saat membuat judul bisa menarik perhatian masyarakat walaupun nama produk sudah tertera pada judul?
14. Saat menuliskan headline, apa saja yang dituliskan di dalam bagian tersebut?
15. Bagaimana cara copywriter mengembangkan headline pada penulisan sub-headline naskah?
16. Di penulisan body copy bagaimana cara copywriter meyakinkan dan sekaligus mengajak pembaca untuk mengikuti event tersebut saat membaca naskah yang sudah dituliskan?

17. Di bagian body copy juga ada kutipan wawancara, data wawancara ini, langsung dilakukan oleh tim copywriter atau memang hasil record dari penyelenggara event WMM 2022?
18. Untuk proses liputan ini, apakah pertanyaannya hanya seputar data event WMM 2022 atau bisa mempertanyakan hal yang lain?
19. Apa yang terjadi pada event WMM 2022 ini jika tidak memakai CTA (Call to Action) pada penulisan naskah?
20. Saat menuliskan naskah, jika ada perubahan dari client itu bagaimana?
21. Saat perubahannya tersebut ternyata diluar kesepakatan awal, apakah diperbolehkan?
22. Setelah semua selesai selanjutnya naskah diberikan ke siapa untuk proses pengecekan?
23. Apakah diperbolehkan antar copywriter mengecek naskah yang sudah selesai?
- 24.
25. Bagaimana tanggapan client event WMM 2022 ini saat naskah sudah jadi, langsung menyetujui atau terdapat perubahan?
26. Proses pengeditan kembali, dilakukan oleh copywriter yang sama atau boleh digantikan dengan copywriter yang lain?
27. Bagaimana copywriter menanggapi data yang kurang dari hasil pegkoreksian? apakah meminta data tersebut ke client atau mencarinya lewat sumber lainnya?
28. Selain antar copywriter bertanya diluar divisi apakah diperbolehkan?
29. Saat semua naskah sudah diperbaiki dan sudah bisa di upload dalam portal, Apakah langsung di upload begitu saja?

30. Jika client ternyata masih belum puas dengan hasil naskah yang sudah dibuat, apa yang harus dilakukan?
31. SOP maksimal revisi berapa lama?
32. Jika melewati waktu SOP tersebut apakah Kerjasama langsung dibatalkan, atau masih diperbolehkan penambahan waktu?
33. Bagaimana cara proses penguploadan naskah ke dalam portal?
34. Saat sudah di upload apakah masih bisa di ubah lagi?
35. Berapa lama batas waktu naskah sesudah di upload di portal?
36. Apakah setelah melewati batas waktu perubahan after naskah di upload apakah masih diperbolehkan diubah?
37. Apakah pernah mengalami kejadian seperti itu?

DRAFT WAWANCARA UNTUK INFORMAN 2

Nama : Karina Astawidara

USIA : 25 Tahun

JABATAN : Content Marketing Copywriter

PERTANYAAN:

1. Apakah setelah menerima brief dari sales, divisi copywriter langsung mengerjakan sesuai brief atau ada pertimbangan lainnya?
2. Setelah selesai memastikan kembali pengajuan tersebut sudah sesuai peraturan dan SOP perusahaan, apa yang dilakukan selanjutnya?
3. Divisi copywriter di MPI ada beberapa orang, Bagaimana menentukan siapa yang mengerjakan permintaan event WMM 2022 ini atau mengajukan diri?

4. Saat sudah menerima arahan untuk menuliskan event WMM 2022 apa yang dilakukan selanjutnya?
5. Apakah informasi-informasi yang diberikan client, berguna semua untuk dijadikan data atau bahan menulis?
6. Bagaimana proses pencarian informasi tambahan mengenai event yang tidak tersedia dari pemberian informasi bahan client?
7. Sumber bahannya haruskah dari PT. Mandiri atau bisa melalui sumber lainnya?
8. Setelah mendapatkan semua bahan apakah langsung menuliskannya atau saling koreksi antar copywriter mengenai data yang di dapatkan tadi?
9. Bagaimana cara copywriter sebelum menuliskan memikirkan kalimat-kalimat yang bisa mengajak orang untuk ikut event tersebut?
10. Saat pencarian data-data dan sudah bingung mencari data, apakah boleh dibantu staff copywriter lain atau diluar copywriter juga boleh?
11. Bagaimana komunikasi yang dilakukan sesama copywriter saat mencari data WMM 2022?
12. Saat proses penulisan siapa yang menentukan judul naskah?
13. Bagaimana cara copywriter saat membuat judul bisa menarik perhatian masyarakat walaupun nama produk sudah tertera pada judul?
14. Saat menuliskan headline, apa saja yang dituliskan di dalam bagian tersebut?
15. Bagaimana cara copywriter mengembangkan headline pada penulisan sub-headline naskah?
16. Di penulisan body copy bagaimana cara copywriter meyakinkan dan sekaligus mengajak pembaca untuk mengikuti event tersebut saat membaca naskah yang sudah dituliskan?

17. Di bagian body copy juga ada kutipan wawancara, data wawancara ini, langsung dilakukan oleh tim copywriter atau memang hasil record dari penyelenggara event WMM 2022?
18. Untuk proses liputan ini, apakah pertanyaannya hanya seputar data event WMM 2022 atau bisa mempertanyakan hal yang lain?
19. Apa yang terjadi pada event WMM 2022 ini jika tidak memakai CTA (Call to Action) pada penulisan naskah?
20. Saat menuliskan naskah, jika ada perubahan dari client itu bagaimana?
21. Saat perubahannya tersebut ternyata diluar kesepakatan awal, apakah diperbolehkan?
22. Setelah semua selesai selanjutnya naskah diberikan ke siapa untuk proses pengecekan?
23. Apakah diperbolehkan antar copywriter mengecek naskah yang sudah selesai?
- 24.
25. Bagaimana tanggapan client event WMM 2022 ini saat naskah sudah jadi, langsung menyetujui atau terdapat perubahan?
26. Proses pengeditan kembali, dilakukan oleh copywriter yang sama atau boleh digantikan dengan copywriter yang lain?
27. Bagaimana copywriter menanggapi data yang kurang dari hasil pegkoreksian? apakah meminta data tersebut ke client atau mencarinya lewat sumber lainnya?
28. Selain antar copywriter bertanya diluar divisi apakah diperbolehkan?
29. Saat semua naskah sudah diperbaiki dan sudah bisa di upload dalam portal, Apakah langsung di upload begitu saja?

30. Jika client ternyata masih belum puas dengan hasil naskah yang sudah dibuat, apa yang harus dilakukan?
31. SOP maksimal revisi berapa lama?
32. Jika melewati waktu SOP tersebut apakah Kerjasama langsung dibatalkan, atau masih diperbolehkan penambahan waktu?
33. Bagaimana cara proses penguploadan naskah ke dalam portal?
34. Saat sudah di upload apakah masih bisa di ubah lagi?
35. Berapa lama batas waktu naskah sesudah di upload di portal?
36. Apakah setelah melewati batas waktu perubahan after naskah di upload apakah masih diperbolehkan diubah?
37. Apakah pernah mengalami kejadian seperti itu?

E. Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara Key Informan

Keterangan

P : Peneliti

N : Narasumber

P : Apa persiapan yang dilakukan MPI sebelum memutuskan untuk mengambil pengajuan tersebut?

N : Persiapan MPI yakni menyiapkan proses pitching, yang dimana proses awalnya adalah MPI membuat konsep, menyiapkan konsep eventnya, konsep bagaimana tentang pemilihan atau seleksi maupun mencari bakat-bakat

entrepreneurship muda di Indonesia, diseluruh provinsi Indonesia diharapkan join. Dari mulai konsep sistem rekrutmentnya kemudian konsep pelatihan atau workshopnya, sampai kemudian finalisasinya kemudian terpilih menjadi juara atau championnya mendapatkan hadiah yang sebagaimana sudah tertera diberikan oleh mandiri itu semua ada prosesnya. MPI bukan satu-satunya media yang mengajukan konsep atau disebut istilahnya pitching jadi secara terbuka memang. Sebelum terpilih itu MPI menjadi salah satu media yang terpilih dari semua media di Indonesia, karena semua media di Indonesia pasti akan mengajukan konsepnya ke Bank Mandiri, karena hal tersebut salah satu kesempatan besar untuk bisa berkolaborasi dengan Lembaga pemerintah di bidang perbankan ini.

P : Saat pihak event WMM 2022 mendatangi MPI untuk membahas pemasangan iklan, membahas tentang apa saja?

N : Pembahasan yang dilakukan yaitu uniqnest, menyiapkan sesuatu yang berbeda, menyiapkan konsep yang membuat client tertarik. Setelah melalui proses Panjang itu MPI diumumkan secara resmi terpilih dan itu untuk bisa terpilih itu ada dokumen yang harus dilengkapi, yaitu legalitasnya dan dokumen-dokumen lainnya. Hal tersebut secara transparan karena ada audit dari pemerintah juga. Kemudian salah satu konsep itu adalah bagaimana mempublikasikannya, jadi dari mulai pree event, sampai post event itu tim copywriter bekerja. Sementara teman-teman event, teman-teman sosial media juga bekerja, teman-teman inews tv juga bekerja, karena kan eventnya diproduksi kita kolaborasi up to to dari media online, radio, cetak, tv semuanya ada dan kita berkolaborasi.

P : Saat membahas kesepakatan dengan staff penyelenggara event WMM 2022, ini selain membahas tentang pembuatan naskah, atau adakah pembahasan mengenai seputar perusahaan?

N : Saat pihak WMM sudah mengumumkan bahwa MPI menjadi media partner untuk publikasi, maka pembahasan hanya mengenai event WMM 2022 itu

saja. Selain event WMM juga membahas mengenai peraturan-peraturan dalam penulisan, seperti batas maksimal revisi 2x, tidak bisa asal mengajukan takedown naskah yang sudah tayang di portal, kecuali hal yang mendesak, dan recall 1x.

P : Setelah selesai memastikan kembali pengajuan tersebut sudah sesuai peraturan dan SOP perusahaan, apa yang dilakukan selanjutnya?

N :Setelah semua kesepakatan dibahas maka langkah selanjutnya tim sales akan memberitahukan kepada tim copywriter membawakan hasil brief dari client terhadap permintaan-permintaan yang terdapat dalam naskah.

P : Setelah menerima pengajuan pembuatan naskah advertorial, apakah langsung menuliskan naskah sesuai dengan permintaannya tersebut dari penyelenggara event WMM 2022 tersebut?

N : Setelah menerima pengajuan dari tim sales, karena event ini dengan waktu yang Panjang namun terdapat schedule dari awal pendaftaran sampai ke pengumuman pemenang maka tim copywriter akan memilah informasi yang akan masuk ke penulisan naskah pre-event, kemudian bahan yang untuk di eventnya, terakhir bahan yang digunakan untuk post event.

P : Apakah setelah menerima brief dari sales, divisi copywriter langsung mengerjakan sesuai brief atau ada pertimbangan lainnya?

N : Setelah tadi dipoin-poinkan, kemudian saat ada wawancara, press conference, maka tim copywriter melakukan liputan terlebih dahulu. Liputan ini bertujuan untuk mengetahui engel mana yang akan dijadikan sebuah naskah. Selain engel juga memastikan lagi informasi yang sudah diberikan tidak ada kesalahan.

P : Divisi copywriter di MPI ada beberapa orang, Bagaimana menentukan siapa yang mengerjakan permintaan event WMM 2022 ini atau mengajukan diri?

N : Divisi copywriter ada 14 orang, untuk 6 media dan 1 koran sindo, jadi 14 orang ini menggawangi tugas untuk membuat advertorial yang tayang di 6 portal di MPI dan 1 koran sindo. Kalo di MPI itu tim copywriter itu kita ini bekerja untuk Satu untuk semua dan semua untuk satu, karena kan kita berada di back end ya menjadi sporting tim, jadi sporting untuk teman-taman sales. Jadi yang membagi siapa dan bagaimana yang tugas itu biasanya mba Atik selaku Section Head dia yang akan menyusun. WMM ini kan banyak ya artikel series jadi pre-event itu ada 6, selama event ada 10, sesudah event ada berapa, kurang lebih ada 30 artikel jadi kita bagi tiga, pre-event, pada saat eventnya, dan post event.

P : Saat sudah menerima arahan untuk menuliskan event WMM 2022 apa yang dilakukan selanjutnya?

N : Setelah menerima arahan, maka ikuti arahan tersebut. Saat ditunjuk untuk liputan, maka akan melakukan liputan terlebih dahulu barulah hasil dari liputan akan menjadi bahan dan engel penulisan naskah. Namun apabila tidak ada arahan untuk liputan tapi diarahkan untuk memulai menuliskan pre-event maka mulai menulis pre-event sesuai bahan yang sudah disediakan.

P : Apakah informasi-informasi yang diberikan client, berguna semua untuk dijadikan data atau bahan menulis?

N : Semua bahannya berguna, namun tetap harus dipilih-pilih lagi untuk mencocokkan bahan ini bisa dimasukkan dalam naskah pre-event, pada saat eventnya, dan post event. Karena jika ga dipilih-pilih begitu akan bingung sendiri engel yang digunakan akan kearah mana, dan penulisan juga akan tidak bagus hasilnya.

P : Bagaimana proses pencarian informasi tambahan mengenai event yang tidak tersedia dari pemberian informasi bahan client?

N : untuk event WMM 2022 ini bahan yang diberikan cukup jelas semua, paling yang seperti daftar peserta itu terdapat di websitenya WMM sehingga tinggal mencari disana.

P : Sumber bahannya haruskah dari PT. Mandiri atau bisa melalui sumber lainnya?

N : Ya harus karena ini merupakan sebuah event, maka semua informasi harus berasal dari Bank Mandiri ataupun WMM itu sendiri. Kecuali sebuah produk seperti Tokopedia yang mempromosikan produk, namun tidak mempunyai foto produk yang dipromosikan maka hal tersebut diperbolehkan mencari melalui ebsite lain.

P : Setelah mendapatkan semua bahan apakah langsung menuliskannya atau saling koreksi antar copywriter mengenai data yang di dapatkan tadi?

N : Iya langsung menuliskan sesuai arahan dari sales.

P : Bagaimana cara copywriter sebelum menuliskan memikirkan kalimat-kalimat yang bisa mengajak orang untuk ikut event tersebut?

N : Karena ini event, jadi menuliskannya berdasarkan apa yang diberikan. Namun naskah ini merupakan advertorial maka penulisan itu juga disertakan dengan kalimat yang mengajak pengunjung untuk mengikuti event ini. Dengan terdapat kalimat ajakan dan informasi jelas maka pembaca juga akan langsung membuka fikiran untuk bisa mengikuti event ini.

P : Saat pencarian data-data dan sudah bingung mencari data, apakah boleh dibantu staff copywriter lain atau diluar copywriter juga boleh?

N : Karena tadi semua data di event WMM ini sudah jelas maka, hanya fokus kepada data yang diberikan. Namun untuk client lain seperti Tokopedia tadi diperbolehkan karena data yang diberikan client juga terbatas.

P : Bagaimana komunikasi yang dilakukan sesama copywriter saat mencari data WMM 2022?

N : Komunikasi di divisi copywriter melalui whatsapp group sehingga semua informasi, baik bahan-bahan, penentuan siapa yang liputan, dan lain sebagainya melalui whatsapp group ini. Namun untuk pengiriman tugas, kemudian naskah, sama dokumen-dokumen langsung dikirimkan melalui email.

P : Saat proses penulisan siapa yang menentukan judul naskah?

N : Yang menentukan judul naskah tim copywriter sendiri.

P : Bagaimana cara copywriter saat membuat judul bisa menarik perhatian masyarakat walaupun nama produk sudah tertera pada judul?

N : Menggunakan bahasa yang interaktif dan informasi yang diberikan di judul jelas dari pemberian client.

P : Saat menuliskan headline, apa saja yang dituliskan di dalam bagian tersebut?

N : Tergantu naskahnya, saat penulisan naskah pre-event maka di headline berisikan informasi what dan when dari event, yaitu apa informasi yang diberikan

mengenai event, dan kapan event diselenggarakan. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembaca bahwa akan diadakannya event WMM jadi jangan terlewat.

P : Bagaimana cara copywriter mengembangkan headline pada penulisan sub-headline naskah?

N : Kemudian dibagian sub headline berisikan data tambahan sebagai meyakinkan pembaca bisa dengan cara mencantumkan data-data yang bisa menarik perhatian pembaca, misalnya total hadiah, atau pengalaman alumni yang setelah mengikuti event tersebut usahanya bisa maju. Namun harus sesuai dengan informasi yang diberikan client.

P : Di penulisan body copy bagaimana cara copywriter meyakinkan dan sekaligus mengajak pembaca untuk mengikuti event tersebut saat membaca naskah yang sudah dituliskan?

N : Barulah setelah meyakinkan pembaca maka langkah selanjutnya di body copy tinggal memasukan data tambahan, apabila naskah pre-event maka menambahkan schedule dari event dari mulai pendaftaran, sampai pengumuman pemenang.

P :

N : Kutipan wawancara ini hasil liputan secara langsung. Event WMM ini selain memang sebuah kompetisi maka tim copywriter juga mencari bahan harus turun kelapangan untuk mengamati event tersebut, termasuk apabila ada press conference maka tim copywriter juga melakukan hal yang sama.

P : Untuk proses liputan ini, apakah pertanyaannya hanya seputar data event WMM 2022 atau bisa mempertanyakan hal yang lain?

N : Tentu saja pertanyaan seputar event WMM, karena ini untuk menambah data yang akan dituliskan dalam naskah.

P : Apa yang terjadi pada event WMM 2022 ini jika tidak memakai CTA (Call to Action) pada penulisan naskah?

N : Sebenarnya sih tidak berpengaruh, tapi jika di dalam naskah tidak menggunakan CTA akhirnya jelek, jadi selalu diakhir kalimat naskah advertorial menggunakan CTA.

P : Saat menuliskan naskah, jika ada perubahan dari client itu bagaimana?

N : Justru kami dengarkan, karena jika dihubunginya diakhir dan perubahannya banyak maka akan merepotkan. Jadi sebelum divisi copywriter menuliskan semua naskahnya, maka dibuatkan terlebih dahulu ideation. Ideation ini seperti proposal yang sudah ada 60% naskah tertulis, maka ideation ini dicek terlebih dahulu Apakah ada yang salah atau tidak. Jika client sudah approve maka, akan melanjutkan penulisan sisanya.

P : Saat perubahannya tersebut ternyata diluar kesepakatan awal, apakah diperbolehkan?

N : Karena ini masih ideation maka apabila client ingin mengubah semuanya maka kami mengikutinya, karena masih berupa proposal maka masih bisa melakukan perubahan.

P : Setelah semua selesai selanjutnya naskah diberikan ke siapa untuk proses pengecekan?

C : Setelah selesai bisa diserahkan ke saya, ataupun mba Atik untuk mengecek dan mengedit naskah yang masih terdapat kesalahan penulisan.

P : Apakah diperbolehkan antar copywriter mengecek naskah yang sudah selesai?

N : Justru sangat diperbolehkan, karena untuk melihat progress dan memastikan semua penulisan tidak ada yang salah. Sehingga saat naskah ada disaya ataupun mba Atik perbaikan hanya sedikit bahkan sudah tidak ada revisi penulisan sehingga mempercepat waktu.

P : Selain antar copywriter bertanya diluar divisi apakah diperbolehkan?

N : Boleh aja, tapi palingan diluar divisi copywriter tidak terlalu mengerti mengenai hal bahan-bahan untuk penulisan.

P : Saat semua naskah sudah diperbaiki dan sudah bisa di upload dalam portal, Apakah langsung di upload begitu saja?

N : Setelah diperbaiki dan sudah selesai semua, masih di review terakhir oleh client, apakah sudah benar atau masih ada yang perlu diperbaiki.

P : Bagaimana tanggapan client event WMM 2022 ini saat naskah sudah jadi, langsung menyetujui atau terdapat perubahan?

N : Ada revisi namun tidak banyak, paing ketidak cocokan dengan foto, ataupun nama orang dan kalimat-kalimat yang tidak masih salah. Tidak sampai ke merubah ulang naskah.

P : Proses pengeditan kembali, dilakukan oleh copywriter yang sama atau boleh digantikan dengan copywriter yang lain?

N : Tentu saja apabila naskah yang kedapatan bagian yang revisi dia kembali yang merevisinya, kecuali dalam keadaan darurat baru boleh digantikan memperbaikinya.

P : Bagaimana copywriter menanggapi data yang kurang dari hasil pegkoreksian? apakah meminta data tersebut ke client atau mencarinya lewat sumber lainnya?

N : Apabila terdapat revisi dari client bahwa data atau informasi masih kurang, kami akan langsung berkoordinasi dengan sales selaku penghubung dengan client dan menanyakan apakah ada informasi yang lain lagi sesuai revisinya. Barulah apabila client sudah membalas dan tidak ada informasi lagi, hal ini baru kita lakukan pencarian dari sumber lain. Alhamdulillahnya sih WMM ini karena event, jadi semua informasi sudah terstruktur, dan juga sudah ada schedulanya masing-masih, palingan untuk yang seperti ini berupa client dari e-commerce.

P : Jika client ternyata masih belum puas dengan hasil naskah yang sudah dibuat, apa yang harus dilakukan?

N : Jika masih ada yang salah maka diminta untuk dibenarkan, dibenarkan terlebih dahulu, sampai sudah semua menurut client benar dan tidak ada revisi lagi maka naskah boleh langsung di upload dalam portal.

P : SOP maksimal revisi berapa lama?

N : SOP maksimal revisi sebanyak 2x revisi

P : Jika melewati waktu SOP tersebut apakah Kerjasama langsung dibatalkan, atau masih diperbolehkan penambahan waktu?

N : Jika melewati lebih 2x maka akan tidak kami tanggapi, karena dari awal brief sudah dijelaskan bahwa revisi hanya bisa 2x saja, namun jika ada yang meminta revisi lebih 2x karena memang urgent maka boleh ditambahkan 1x revisi diperboleh tetapi selepas itu tidak bisa.

P : Bagaimana cara proses penguploadan naskah ke dalam portal?

N : Proses penguploadan menggunakan CMS (Content Management System) yakni alat berupa aplikasi yang disetting oleh tim IT untuk bisa mengakses portal. Tinggal masukan bagian-bagian seperti terdapat bagian judul, foto, heading, sub heading, sampai ke penutup itu ada semua bahkan ada pengaturan berupa naskah stay di halaman depan portal berapa lama.

P : Saat sudah di upload apakah masih bisa di ubah lagi?

N : Bisa itu Namanya recall, recall ini berupa pergantian foto, naskah, atau backlink. Untuk permintaan recall ini harus resmi melewati email, karena hal ini bisa mengganggu traffic dan menyangkut kredibilitas sebuah media.

P : Berapa lama batas waktu naskah sesudah di upload di portal?

N : Ga ada perjanjian jika artikel yang sudah upload bisa diganti secara keseluruhan, bisa terjadi hanya karena incidental saja. Tapi dalam paket surat Kerjasama antara MPI dengan client itu dituliskan bahwa 2x review, kemudian tidak boleh ada berita yang ditakedown, kecuali recall hanya mengganti foto, atau misalnya kalimat seperti nama gelar, atau backlink (landing page) jadi tidak mengambil semua cuman beberapa kalimat dan foto, atau caption atau revisi judul. Revisi after tayang Namanya recall tapi kalo merubah semuanya “takedown” itu

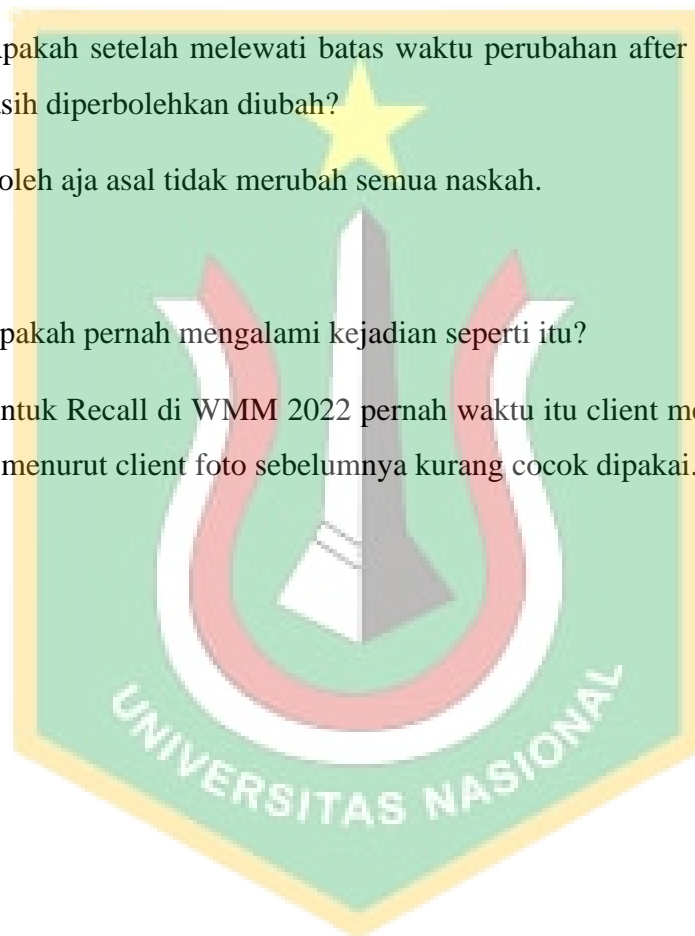
yang tidak diperbolehkan dari awal perjanjian. Hal ini diambil karena untuk menjaga traffic yang tidak mudah didapat. Kalo takedown dihapus sama sekali di CMS sementara ganti foto, kalimat, atau hal-hal yang kecil itu ga masalah karena sifatnya recall. Recall maksimal 1x tidak ada yang pernah bolak balik, karena akan tidak kredible di client juga.

P : Apakah setelah melewati batas waktu perubahan after naskah di upload apakah masih diperbolehkan diubah?

N : Boleh aja asal tidak merubah semua naskah.

P : Apakah pernah mengalami kejadian seperti itu?

N : Untuk Recall di WMM 2022 pernah waktu itu client meminta mengubah foto, yang menurut client foto sebelumnya kurang cocok dipakai.



Transkrip Wawancara Informan 1

Keterangan

P : Peneliti

N : Narasumber

P : Apakah setelah menerima brief dari sales, divisi copywriter langsung mengerjakan sesuai brief atau ada pertimbangan lainnya?

N : Mencari tahu terlebih dahulu informasi yang sudah diberikan untuk dijadikan bahan naskah. Kemudian karena event ini event yang Panjang maka copywriter memastikan lagi schedule dari eventnya, dan tentu saja apa saja yang boleh dan yang tidak juga diperhatikan.

P : Setelah selesai memastikan kembali pengajuan tersebut sudah sesuai peraturan dan SOP perusahaan, apa yang dilakukan selanjutnya?

N : Selanjutnya dipilih informasi yang akan digunakan dalam bahan yang bisa digunakan dalam naskah untuk pre-event, event, dan post event.

P : Divisi copywriter di MPI ada beberapa orang, Bagaimana menentukan siapa yang mengerjakan permintaan event WMM 2022 ini atau mengajukan diri?

N : Divisi copywriter 14 orang, yang menentukan dan mengarahkan kami Mba Atik, jadi tuh saat WMM ada press conference maka mba Atik akan melakukan voting siapa yang turun terlebih dahulu, namun apabila saat itu copywriter masih mengerjakan naskah milik client lain, maka dimininta menyelesaikannya terlebih dahulu, karena semua client rata sama. Barulah yang sudah tidak ada bisa melakukannya. Namun apabila seorang copywriter mengajukan diri untuk langsung terjun duluan diperbolehkan.

P : Saat sudah menerima arahan untuk menuliskan event WMM 2022 apa yang dilakukan selanjutnya?

N : Menikuti semua arahan yang diberikan saja. Arahan waktu itu diminta untuk liputan kemudian hasil liputan dibuatkan model ideation. ini bertujuan untuk mengantisipasi apabila penulisan sebelumnya diminta mengulang naskah, sehingga tidak membuang waktu dan bisa sesuai dengan schedule. Tapi jika saat itu saya diperintahkan untuk liputan dan ternyata saya ada tugas dari client sebelumnya yang belum selesai, maka harus di selesaikan terlebih dahulu.

P : Apakah informasi-informasi yang diberikan client, berguna semua untuk dijadikan data atau bahan menulis?

N : Berguna semuanya, namun tetap saja harus dipilih dan di poin-poinkan informasi ini cocok ga untuk dijadikan bahan naskah pre-event.

P : Bagaimana proses pencarian informasi tambahan mengenai event yang tidak tersedia dari pemberian informasi bahan client?

N : Kalo saya sih waktu itu mencari ke sosial medianya WMM, seperti Intagramnya terdapat banyak bahan yang bisa dijadikan tulisan. Kemudian website WMM juga ada data yang bisa dijadikan bahan buat naskah.

P : Sumber bahannya haruskah dari PT. Mandiri atau bisa melalui sumber lainnya?

N : Iya dari Bank Mandiri, karena semua informasi berupa jalannya event dan sudah terstruktur, sehingga apabila saat pencarian data melalui liputan tidak ada,

bisa juga melalui websitenya WMM. Webistanya tersebut berisikan data jumlah peserta dan schedule lengkap.

P : Setelah mendapatkan semua bahan apakah langsung menuliskannya atau saling koreksi antar copywriter mengenai data yang di dapatkan tadi?

N : Tentu saja bahan yang sudah ada saling koreksi, terutama bahan yang dari luar perusahaan pasti di teliti benar-benar untuk menghindari pelanggaran. Setelah saling mengecek bahan maka langsung menuliskannya.

P : Bagaimana cara copywriter sebelum menuliskan memikirkan kalimat-kalimat yang bisa mengajak orang untuk ikut event tersebut?

N : Kalo saya sih menggunakan bahasa yang interaktif, karena naskah ini juga pembahasannya festival, sehingga bahasa yang digunakan tidak terlalu baku dan lebih ke interaktif aja untuk mengajak orang mengikuti event ini. Gitu sih kalo saya saat menuliskan naskah WMM 2022. Selain penggunaan bahasa yang interaktif juga informasi yang dicantumkan harus lengkap.

P : Saat pencarian data-data dan sudah bingung mencari data, apakah boleh dibantu staff copywriter lain atau diluar copywriter juga boleh?

N : Saat di event ini sih WMM semua sudah ada informasinya lengkap, namun apabila tidak ada sebenarnya tidak apa-apa, paling divisi lain hanya bisa membantu seperti pemberian foto, ataupun lainnya.

P : Bagaimana komunikasi yang dilakukan sesama copywriter saat mencari data WMM 2022?

N : Komunikasi kami copywriter sesama copywriter lainnya saat event melewati Whatsapp group, namun untuk pengiriman berkas, seperti revisi, naskah yang sudah jadi itu melewati email.

P : Saat proses penulisan siapa yang menentukan judul naskah?

N : Yang menentukan judul dari copywriternya. Jadi karena ini bentuknya naskah original content maka semua dari judul hingga akhir buatan ide kreatif kami selaku copywriter. di event ini sih client tidak meminta judul terlebih dahulu, sehingga kami menuliskan draft naskahnya terlebih dahulu baru menuliskan judul setelah draft jadi. Namun pernah di client lain yang meminta suggest judul terlebih dahulu, maka kami memberikan judulnya terlebih dahulu.

P : Bagaimana cara copywriter saat membuat judul bisa menarik perhatian masyarakat walaupun nama produk sudah tertera pada judul?

N : Kalo menurut saya sih dengan menyesuaikan isi draft jadi bisa memberikan informasi dalam judul, ataupun dengan judul yang click bait sehingga menarik perhatian pengunjung portal.

P : Saat menuliskan headline, apa saja yang dituliskan di dalam bagian tersebut?

N : Tergantung naskahnya, saat penulisan naskah pre-event maka di headline berisikan informasi mengenai eventnya, dan kapan event diselenggarakan. Hal ini bertujuan untuk langsung memberikan informasi mengenai event, sehingga pengunjung portal tertarik karena di headlinenya sudah ada informasi.

P : Bagaimana cara copywriter mengembangkan headline pada penulisan sub-headline naskah?

N : Dibagian sub headline menambahkan data tambahan dari event digunakan untuk meyakinkan pembaca. Data ini berupa yang bisa menarik perhatian pengunjung, misalnya total hadiah, atau pengalaman alumni yang setelah mengikuti event tersebut usahanya bisa maju. Namun harus sesuai dengan informasi yang diberikan client. Penambahan data ini dimaksudkan untuk memperkuat headline.

P : Di penulisan body copy bagaimana cara copywriter meyakinkan dan sekaligus mengajak pembaca untuk mengikuti event tersebut saat membaca naskah yang sudah dituliskan?

N : Barulah setelah meyakinkan pembaca maka langkah selanjutnya di body copy tinggal memasukan data tambahan, apabila naskah pre-event maka menambahkan schedule dari event dari mulai pendaftaran, sampai pengumuman pemenang.

P : Di bagian body copy juga ada kutipan wawancara, data wawancara ini, langsung dilakukan oleh tim copywriter atau memang hasil record dari penyelenggara event WMM 2022?

N : Kutipan wawancara ini hasil liputan secara langsung. Event WMM ini karena memang sebuah kompetisi event festival maka tim copywriter juga mencari data yang dijadikan bahan penulisan harus turun kelapangan untuk mengamati event secara langsung, termasuk apabila ada press conference maka tim copywriter juga melakukan peliputan juga.

P : Di bagian body copy juga ada kutipan wawancara, data wawancara ini, langsung dilakukan oleh tim copywriter atau memang hasil record dari penyelenggara event WMM 2022?

N : Untuk wawancara ini tim copywriternya yang langsung ke tempat press conference, kemudian di record. Nah hasil record ini kami transkrip kemudian dijadikan sumber untuk tambah menguatkan informasi yang telah dituliskan dalam naskah.

P : Untuk proses liputan ini, apakah pertanyaannya hanya seputar data event WMM 2022 atau bisa mempertanyakan hal yang lain?

N : Iya tentu saja sesuai dengan seputar WMM 2022 dan WMM sebelumnya. Karena wawancara ini salah satu bahan atau data tambahan untuk validasi informasi yang diberikan.

P : Apa yang terjadi pada event WMM 2022 ini jika tidak memakai CTA (Call to Action) pada penulisan naskah?

N : Kalo menurut saya CTA ini kan termasuk kalimat interaktif juga ya untuk berusaha mengajak pembaca mengikuti event, tanpa ini kurang naskah berisi tulisan saja tidak ada jatuhnya seperti berita yang ada di redaksi, dan ada kemungkinan peserta yang ikut bisa terpengaruh juga.

P : Saat menuliskan naskah, jika ada perubahan dari client itu bagaimana?

N : Karena sebelum menuliskan full naskah, yaitu ideation maka apabila ada revisi bisa langsung direvisi. Hal ini juga untukantisipasi apabila terdapat kesalahan yang besar.

P : Saat perubahannya tersebut ternyata diluar kesepakatan awal, apakah diperbolehkan?

N : Karena masih adiation jadi tidak apa-apa, karena ideation ini apabila udah di approve oleh client maka client sudah menyetujui dari ideation yang diberikan, sehingga untuk proses revisi selanjutnya hanya sekedar revisi penulisannya saja.

P : Setelah semua selesai selanjutnya naskah diberikan ke siapa untuk proses pengecekan?

N : Naskah yang sudah dibuat dilanjutkan dikoreksi ke mba Yaomi atau mba Atik selaku editor dan atasan saya, namun sebelum ke mereka berdua biasanya saya meminta rekan copywriter lain untuk mengecek apakah terdapat kesalahan atau tidak jadi saat ke mba Yaomi dan Mba Atik hasil kesalah sudah sedikit. Barulah dari mba Yaomi atau mba Atik apabila sudah selesai mengkoreksi akan diserahkan saya kembali apabila ada revisi, namun jika tidak akan langsung direview oleh client.

P : Apakah diperbolehkan antar copywriter mengecek naskah yang sudah selesai?

N : Justru sebelum ke mba Yaomi dan Mba Atik biasanya saya meminta rekan copywriter lain untuk mengecek apakah terdapat kesalahan atau tidak jadi saat ke mba Yaomi dan Mba Atik kesalahan sudah berkurang bahkan sudah tidak ada tulisan yang salah lagi.

P : Bagaimana tanggapan client event WMM 2022 ini saat naskah sudah jadi, langsung menyetujui atau terdapat perubahan?

N : Untuk yang WMM 2022 kemarin sih karena semua informasi yang diberikan sudah ada semua jadi revisinya tidak terlalu banyak.

P : Proses pengeditan kembali, dilakukan oleh copywriter yang sama atau boleh digantikan dengan copywriter yang lain?

N : Harus dong soalnya kan tulisannya dia, tapi yang lain boleh membantu. Tapi apabila ada keadaan darurat dan tidak bisa dilanjutkan baru diganti tidak apa-apa

P : Bagaimana copywriter menanggapi data yang kurang dari hasil pegkoreksian? apakah meminta data tersebut ke client atau mencari lewat sumber lainnya?

N : Apabila saat client merevisi, kami menanyakan revisi pada bagian mana. Jika revisi menurut client informasinya kurang jelas, maka kami akan meminta data tersebut. Apabila client tidak memilikinya di informasi lain yang aman untuk publikasi. Dalam event WMM 2022 ini tidak ada yang begitu sih, karena semua informasi jelas dituliskan, sehingga tidak ada informasi yang kurang.

P : Selain antar copywriter bertanya diluar divisi apakah diperbolehkan?

N : Ga ada larangan sih, saya juga pernah meminta sebuah foto untuk bahan ke tim desain, dan itu boleh saja. Namun jika bertanya terkait penulisan divisi lain tidak memahaminya jadi yasudah hanya di tim copywriter saja kami berkomunikasi dan saling bertanya. Dalam event WMM saya tidak pernah bertanya diluar divisi karena itu tadi eventnya jelas, dari schedule sampai ke penghargaan.

P : Saat semua naskah sudah diperbaiki dan sudah bisa di upload dalam portal, Apakah langsung di upload begitu saja?

N : Naskah yang sudah selesai akan di riview oleh client lagi untuk memastikan semua tulisan sudah sesuai dengan brief atau permintaan. Jadi jika masih ada yang menurut client tidak sesuai maka bisa client akan meminta untuk revisi lagi.

P : Jika client ternyata masih belum puas dengan hasil naskah yang sudah dibuat, apa yang harus dilakukan?

N : Akan direvisi lagi sampai client sudah bilang naskah sudah bisa diposting, baru kami posting.

P : SOP maksimal revisi berapa lama?

N : Kalo SOP nya dari MPI 2x revisi

P : Jika melewati waktu SOP tersebut apakah Kerjasama langsung dibatalkan, atau masih diperbolehkan penambahan waktu?

N : Biasanya setiap kami mengirimkan draft naskah untuk direview selalu dituliskan dalam email bahwa sudah 1x revisi kemudian jika revisi sudah dua kali kami juga menuliskannya revisi sudah dua kali, sehingga client tidak ada yang kelewatan atau apapun itu. Namun apabila client meminta lebih biasanya kami berikan satu kali saja untuk revisi karena revisi itu yang boleh menambah hanya untuk revisi urgent saja. Untuk WMM tidak ada yang sperti itu.

P : Bagaimana cara proses penguploadan naskah ke dalam portal?

N : Prosesnya melalui CMS untuk mengatur portal. didalamnya tuh terdapat setting penempatan judul, headline, sub-headline, dan sampai ke teknik SEO Writing (yakni penempatan keyword sehingga naskah bisa di halaman pertama dari pencarian sistem google) juga tersedia.

P : Saat sudah di upload apakah masih bisa di ubah lagi?

N : Masih bisa, namun harus merequest secara resmi melalui emai, dan menyebutkan alasan harus menarik naskah yang sudah ada di portal. Hal tersebut dinamakan recall, namun karena recall ini bisa mempengaruhi traffic dan menyangkut kredibilitas media maka tidak bisa sembarangan untuk merequest recall. Selain itu juga untuk recall ini sebatas perubahan judul, kalimat, ataupun foto. Jika keseluruhan masuknya sudah ke takedown.

P : Berapa lama batas waktu naskah sesudah di upload di portal?

N : Lama batas waktu naskah sesudah diupload yang boleh direvisi penulisan, foto, atau judul yakni satu kali saja biasanya klien juga setelah mereview satu kali itu sudah tidak ada reaksi lagi seperti itu

P : Apakah setelah melewati batas waktu perubahan after naskah di upload apakah masih diperbolehkan diubah?

N : Tidak pernah ngalamin sih client yang setelah naskah diupload meminta untuk recall pergantian gambar atau kalimat yang lebih satu kali. Termasuk juga event WMM 2022 juga pernah berganti foto setelah diupload.

P : Apakah pernah mengalami kejadian seperti itu?

N : Untuk recall pernah bahkan waktu itu naskah sudah 2 Bulan ada di portal, kemudian client merequest untuk mengubah gambar, ya kami jalankan karena saat dilihat juga informasi masih sesuai. Di WMM 2022 juga pernah berganti foto, namun tidak lama seperti yang itu.

Transkrip Wawancara Informan 2

Keterangan

P : Peneliti

N : Narasumber

P : Apakah setelah menerima brief dari sales, divisi copywriter langsung mengerjakan sesuai brief atau ada pertimbangan lainnya?

N : Event WMM 2022 ini merupakan event yang panjang sehingga copywriter memastikan lagi schedule dari eventnya, dan apa saja yang boleh dan yang tidak juga harus diperhatikan. Selain itu juga melakukan pencarian data berupa informasi-informasi yang diberikan oleh Bank Mandiri terhadap eventnya tersebut.

P : Setelah selesai memastikan kembali pengajuan tersebut sudah sesuai peraturan dan SOP perusahaan, apa yang dilakukan selanjutnya?

N : Selanjutnya dipilih dan di poinkan informasi yang sudah diberikan dan akan digunakan untuk menjadi bahan yang bisa digunakan dalam naskah dari pre-event, event, dan post event.

P : Divisi copywriter di MPI ada beberapa orang, Bagaimana menentukan siapa yang mengerjakan permintaan event WMM 2022 ini atau mengajukan diri?

N : Divisi copywriter 14 orang, yang menentukan dan mengarahkan kami Mba Atik, iya jadi saat WMM ada press conference maka mba Atik akan melakukan voting siapa yang akan turun terlebih dahulu, namun apabila saat itu copywriter masih mengerjakan naskah milik client lain tidak akan dipilih. Bisa terpilih saat sudah selesai mengerjakan naskah milik client yang lain.

P : Saat sudah menerima arahan untuk menuliskan event WMM 2022 apa yang dilakukan selanjutnya?

N : Kalo saya juga sama menuliskan draft ideation dulu, biar kalo ada revisi diganti semua juga tidak banyak jadi tidak membuang-buang waktu. Tetapi kalo client mintanya udah semua draft jadi baru dikirmkan yaudah saya bikin sampai selesai, repotnya kalo client tiba-tiba revisi yang harus merubah total draft yang dituliskan.

P : Apakah informasi-informasi yang diberikan client, berguna semua untuk dijadikan data atau bahan menulis?

N : Waktu saya mengerjakannya berguna semua, semua data yang diberikan ada. Bahkan saat turun ke lapangan juga langsung tergambar engalnya dan apa saja yang akan ditulis.

P : Bagaimana proses pencarian informasi tambahan mengenai event yang tidak tersedia dari pemberian informasi bahan client?

N : Kalo saya sama seperti Mba Rizqa mencari ke sosial medianya WMM, seperti Intagramnya karena terdapat banyak bahan yang bisa dijadikan tulisan. Kemudian website WMM juga ada data yang bisa dijadikan bahan buat naskah. Sperti data peserta, ataupun rundown acaranya.

P : Sumber bahannya haruskah dari PT. Mandiri atau bisa melalui sumber lainnya?

N : Harus karena ini merupakan advertorial original content, sehingga semua data atau informasi haruslah dari client. Kecuali pres-release atau re-write bisa mencari data atau informasi dari luar client.

P : Setelah mendapatkan semua bahan apakah langsung menuliskannya atau saling koreksi antar copywriter mengenai data yang di dapatkan tadi?

N : Tentu saja bahan yang sudah ada saling koreksi, terutama bahan yang dari luar perusahaan pasti di teliti benar-benar untuk menghindari pelanggaran.

P : Bagaimana cara copywriter sebelum menuliskan memikirkan kalimat-kalimat yang bisa mengajak orang untuk ikut event tersebut?

N : Sama sih saya juga bahasa yang digunakan tidak terlalu baku dan lebih ke interaktif untuk mengajak orang mengikuti event ini. Namun tetap informasi yang dicantumkan harus lengkap. Karena MPI perusahaan media pemberitaan dan informasi.

P : Saat pencarian data-data dan sudah bingung mencari data, apakah boleh dibantu staff copywriter lain atau diluar copywriter juga boleh?

N : Saat di event ini sih WMM semua sudah ada informasinya lengkap, ya benar pengalaman saya juga pernah project lain yang client tidak ada foto yang pas, akhirnya meminta foto kepada tim desain.

P : Bagaimana komunikasi yang dilakukan sesama copywriter saat mencari data WMM 2022?

N : Komunikasi kami copywriter sesama copywriter lainnya saat event melewati Whatsapp group, namun untuk pengiriman berkas, seperti revisi, naskah yang sudah jadi itu melewati email.

P : Saat proses penulisan siapa yang menentukan judul naskah?

N : Yang menentukan judul dari saya sendiri. Di event WMM 2022 ini client tidak meminta judul terlebih dahulu, sehingga saya juga menuliskan draft naskahnya terlebih dahulu baru menuliskan judul setelah draft jadi.

P : Bagaimana cara copywriter saat membuat judul bisa menarik perhatian masyarakat walaupun nama produk sudah tertera pada judul?

N : Setelah draft sudah jadi lebih gampang pembuatan judul, tinggal menyesuaikan saja dengan isi draft. Kemudian karena ini naskah advertorial maka menggunakan kalimat ajakan pun diperbolehkan, seperti Pendaftaran WMM 2022 masih Dibuka, Jangan Terlewat Persiapkan Diri Anda.

P : Saat menuliskan headline, apa saja yang dituliskan di dalam bagian tersebut?

N : Iya tergantung naskahnya, saat penulisan naskah pre-event maka di headline berisikan informasi mengenai event, dan kapan event diselenggarakan. Hal ini bertujuan untuk langsung memberikan informasi mengenai event, sehingga pengunjung portal tertarik dari awal headline.

P : Bagaimana cara copywriter mengembangkan headline pada penulisan sub-headline naskah?

N : Kalo saya pada bagian sub headline juga menambahkan data tambahan yang masih nyambung dengan headline. Data ini berupa yang bisa menarik perhatian pengunjung, misalnya total hadiah, atau pengalaman alumni yang setelah mengikuti event tersebut usahanya bisa maju. Namun harus sesuai dengan informasi yang diberikan client.

P : Di penulisan body copy bagaimana cara copywriter meyakinkan dan sekaligus mengajak pembaca untuk mengikuti event tersebut saat membaca naskah yang sudah dituliskan?

N : Barulah setelah meyakinkan pembaca maka langkah selanjutnya di body copy tinggal memasukan data tambahan, berbeda lagi apabila naskah saat event berlangsung maka menambahkan kegiatan-kegiatan dari event dari mulai penampilan, ada apa aja saat di event, dan sebagainya.

P : Di bagian body copy juga ada kutipan wawancara, data wawancara ini, langsung dilakukan oleh tim copywriter atau memang hasil record dari penyelenggara event WMM 2022?

N : Kutipan wawancara ini hasil liputan secara langsung. Event WMM ini selain memang sebuah kompetisi maka tim copywriter juga mencari data yang dijadikan bahan penulisan harus turun kelapangan untuk mengamati event tersebut, termasuk apabila ada press conference maka tim copywriter juga melakukan peliputan juga.

P : Di bagian body copy juga ada kutipan wawancara, data wawancara ini, langsung dilakukan oleh tim copywriter atau memang hasil record dari penyelenggara event WMM 2022?

N : Untuk wawancara ini tim copywriternya yang langsung ke tempat press conference, kemudian di record. Nah hasil record ini kami transkrip kemudian dijadikan sumber untuk tambah menguatkan informasi yang telah dituliskan dalam naskah.

P : Untuk proses liputan ini, apakah pertanyaannya hanya seputar data event WMM 2022 atau bisa mempertanyakan hal yang lain?

N : Iya tentu saja sesuai dengan seputar WMM 2022 dan WMM sebelumnya. Karena wawancara ini salah satu bahan atau data tambahan untuk validasi informasi yang diberikan.

P : Apa yang terjadi pada event WMM 2022 ini jika tidak memakai CTA (Call to Action) pada penulisan naskah?

N : Kalo menurut saya CTA ini kan termasuk kalimat interaktif juga ya untuk berusaha mengajak pembaca mengikuti event, tanpa ini kurang naskah berisi tulisan saja tidak ada jatuhnya seperti berita yang ada di redaksi, dan ada kemungkinan peserta yang ikut bisa terpengaruh juga.

P : Saat menuliskan naskah, jika ada perubahan dari client itu bagaimana?

N : Karena sebelum menuliskan full naskah, yaitu ideation maka apabila ada revisi bisa langsung direvisi. Hal ini juga untukantisipasi apabila terdapat kesalahan yang besar.

P : Saat perubahannya tersebut ternyata diluar kesepakatan awal, apakah diperbolehkan?

N : Karena masih adiation jadi tidak apa-apa, karena ideation ini apabila udah di approve oleh client maka client sudah menyetujui dari ideation yang diberikan, sehingga untuk proses revisi selanjutnya hanya sekedar revisi penulisannya saja.

P : Setelah semua selesai selanjutnya naskah diberikan ke siapa untuk proses pengecekan?

N : Iya naskah yang sudah dibuat dilanjutkan dikoreksi ke mba Yaomi atau mba Atik selaku atasan saya. Tetapi sih saya suka meminta mba Rizqa dan mba Rizqa juga terkadang meminta saya untuk mengecek draftnya jadi kita berdua saling mengecek satu sama lain hasil tulisan.

P : Apakah diperbolehkan antar copywriter mengecek naskah yang sudah selesai?

N : Justru sebelum ke mba Yaomi dan Mba Atik biasanya saya meminta rekan copywriter lain untuk mengecek apakah terdapat kesalahan atau tidak jadi saat ke mba Yaomi dan Mba Atik kesalahan sudah berkurang bahkan sudah tidak ada tulisan yang salah lagi.

P : Bagaimana tanggapan client event WMM 2022 ini saat naskah sudah jadi, langsung menyetujui atau terdapat perubahan?

N : Untuk yang WMM 2022 kemarin sih naskah ada revisi tapi tidak banyak karena dari WMM nya pun bahan-bahan yang diberikan sudah lumayan cukup untuk bisa dijadikan tulisan.

P : Proses pengeditan kembali, dilakukan oleh copywriter yang sama atau boleh digantikan dengan copywriter yang lain?

N : Harus dong soalnya kan tulisannya dia, tapi yang lain boleh membantu. Tapi apabila ada keadaan darurat dan tidak bisa dilanjutkan baru diganti tidak apa-apa

P : Bagaimana copywriter menanggapi data yang kurang dari hasil pegkoreksian? apakah meminta data tersebut ke client atau mencari lewat sumber lainnya?

N : Apabila saat client merevisi, kami menanyakan revisi pada bagian mana. Jika revisi menurut client informasinya kurang jelas, maka kami akan meminta data tersebut. Apabila client tidak memilikinya di informasi lain yang aman untuk publikasi. Dalam event WMM 2022 ini tidak ada yang begitu sih, karena semua informasi jelas dituliskan, sehingga tidak ada informasi yang kurang.

P : Selain antar copywriter bertanya diluar divisi apakah diperbolehkan?

N : Saya sih belum pernah untuk bertanya diluar divisi, tapi diperbolehkan saja namun hanya sebatas menanyakan Apakah ada foto yang bisa sesuai dengan materi dari client. Untuk penulisan karena ini jobdesknya CW maka divisi CW yang memahaminya.

P : Saat semua naskah sudah diperbaiki dan sudah bisa di upload dalam portal, Apakah langsung di upload begitu saja?

N : Iya naskah yang sudah selesai akan di review terakhir oleh client lagi untuk memastikan semua tulisan sudah sesuai dengan brief atau permintaan. Biasanya sih

setelah review terakhir ini tidak ada review lagi jadi bisa langsung posting setelah selesai direvisi apabila terdapat revisi.

P : Jika client ternyata masih belum puas dengan hasil naskah yang sudah dibuat, apa yang harus dilakukan?

N : Ya akan revisi terlebih dahulu sampai apa kata client benar barulah naskah langsung di posting.

P : SOP maksimal revisi berapa lama?

N : Untuk SOP 2x revisi

P : Jika melewati waktu SOP tersebut apakah Kerjasama langsung dibatalkan, atau masih diperbolehkan penambahan waktu?

N : Iya benar saya juga setiap mengirimkan draft naskah untuk direview selalu dituliskan dalam email bahwa sudah 1x revisi kemudian jika revisi sudah dua kali kami juga menuliskannya revisi sudah dua kali, sehingga client tidak ada yang kelewatan atau apapun itu. Namun apabila client meminta lebih biasanya kami berikan satu kali saja untuk revisi karena revisi itu yang boleh menambah hanya untuk revisi urgent saja. Untuk WMM tidak ada yang seperti itu.

P : Bagaimana cara proses penguploadan naskah ke dalam portal?

N : Prosesnya melalui CMS untuk mengatur portal. didalamnya tuh terdapat setting penempatan judul, headline, sub-headline, dan sampai ke teknik SEO Writing (yakni penempatan keyword sehingga naskah bisa di halaman pertama dari pencarian sistem google) juga tersedia.

P : Saat sudah di upload apakah masih bisa di ubah lagi?

N : Iya masih bisa, tapi ga bisa semua diubah soalnya kalo diubah semua di takedown ganti dengan naskah terbaru. Lagi pula untuk takedown diperlukan proses yang susah, jadi tidak semudah itu melakukan takedown.

P : Berapa lama batas waktu naskah sesudah di upload di portal?

N : Biasanya sih setelah 1x revisi tidak ada revisi lagi after tayang. Karena biasanya revisi after tayang ini client telat menyadari kesalahan saat review terakhir dan juga terdapat perubahan di perusahaannya.

P : Apakah setelah melewati batas waktu perubahan after naskah di upload apakah masih diperbolehkan diubah?

N : Tidak pernah ngalamin sih client yang setelah naskah diupload meminta untuk recall pergantian gambar atau kalimat yang lebih satu kali. Termasuk juga event WMM 2022 juga pernah berganti foto setelah diupload.

P : Apakah pernah mengalami kejadian seperti itu?

N : Di WMM 2022 juga pernah berganti foto, namun tidak lama seperti yang itu.

F. Kategorisasi Jawaban

Berikut adalah analisis Transkrip Wawancara yang telah di ambil dari beberapa narasumber tentang “Strategi Copywriter Dalam Penulisan Copywriting Advertorial WMM 2022”

Tahapan Prepare

| | |
|--|--|
| Apakah setelah menerima brief dari sales, divisi copywriter langsung mengerjakan sesuai brief atau ada pertimbangan lainnya? | |
| Informan 1 Informan 2 | <p>Mencari tahu terlebih dahulu informasi yang sudah diberikan untuk dijadikan bahan naskah. Kemudian karena event ini event yang Panjang maka copywriter memastikan lagi schedule dari eventnya, dan tentu saja apa saja yang boleh dan yang tidak juga diperhatikan. (1)</p> <p>Event WMM 2022 ini merupakan event yang panjang sehingga copywriter memastikan lagi schedule dari eventnya, dan apa saja yang boleh dan yang tidak juga harus diperhatikan. Selain itu juga melakukan pencarian data berupa informasi-informasi yang diberikan oleh Bank Mandiri terhadap eventnya tersebut. (1)</p> |
| Kode dan kategorisasi | Penyajian secara narasi dalam kalimat tidak langsung dan langsung |
| (1)Riset terlebih dahulu (2)Tidak melakukan riset lagi karena sudah percaya dengan tim sales | Menurut informan, setelah mendapatkan brief dari tim sales maka selanjutnya mencari dan memastikan semua informasi yang diberikan sudah benar atau ada yang salah. Hal itu di kuatkan oleh informan 1 dan 2 yang menjawab sama dengan jawaban informan, yaitu memastikan lagi informasi terlebih dahulu bisa digunakan apa tidak. |

Tahapan Organize

| | |
|--|---|
| Saat sudah menerima arahan untuk menuliskan event WMM 2022 apa yang dilakukan selanjutnya? | |
| Informan 1 Informan 2 | <p>Menikuti semua arahan yang diberikan saja. Arahan waktu itu diminta untuk liputan kemudian hasil liputan dibuatkan model ideation. ini bertujuan untuk mengantisipasi apabila penulisan sebelumnya diminta mengulang naskah, sehingga tidak membuang waktu dan bisa sesuai dengan schedule. Tapi jika saat itu saya diperintahkan untuk liputan dan ternyata saya ada tugas dari client sebelumnya yang belum selesai, maka harus di selesaikan terlebih dahulu. (2)</p> <p>Kalo saya juga sama menuliskan draft ideation dulu, biar kalo ada revisi diganti semua juga tidak banyak jadi tidak membuang-buang waktu. Tetapi kalo client mintanya udah semua draft jadi baru dikirmkan yaudah saya bikin sampai selesai, repotnya kalo</p> |

| | |
|---|--|
| | client tiba-tiba revisi yang harus merubah total draft yang dituliskan. (1) |
| Kode dan kategorisasi | Penyajian secara narasi dalam kalimat tidak langsung dan langsung |
| (1) Mengikuti arahan (2) Boleh tidak mengikuti arahan. | Menurut informan, setelah mendapatkan arahan untuk liputan atau langsung menuliskan naskah wajib mengikutinya. Hal ini dibenarkan oleh informan 2, sementara informan 1 juga membenarkan, namun dia ada penambahan boleh menolak apabila pengerjaan sebelumnya masih belum diselesaikan, sehingga harus diselesaikannya terlebih dahulu. |

| | |
|--|--|
| Apakah informasi-informasi yang diberikan client, berguna semua untuk dijadikan data atau bahan menulis? | |
| Informan 1 | Berguna semuanya, namun tetap saja harus dipilih dan di poin-poinkan informasi ini cocok ga untuk dijadikan bahan naskah pre-event. (1) Waktu saya mengerjakannya berguna semua, semua data yang diberikan ada. Bahkan saat turun ke lapangan juga langsung tergambar engelnnya dan apa saja yang akan ditulis. (1) |
| Informan 2 | |
| Kode dan kategorisasi | Penyajian secara narasi dalam kalimat tidak langsung dan langsung |
| (1) Berguna semuanya (2) Tidak berguna | Menurut informan, Semua bahannya berguna, namun tetap harus dipilih-pilih lagi untuk mencocokkan bahan ini bisa dimasukan dalam naskah pre-event, pada saat eventnya, dan post event. Hal ini dibenarkan oleh informan 1 dan 2 semua data yang diberikan berguna. |

Tahapa Write

| | |
|---|--|
| Bagaimana cara copywriter saat membuat judul bisa menarik perhatian masyarakat walaupun nama produk sudah tertera pada judul? | |
| Informan 1 | Kalo menurut saya sih dengan menyesuaikan isi draft jadi bisa memberikan informasi dalam judul, ataupun dengan judul yang click bait sehingga menarik perhatian pengunjung portal. (2) Setelah draft sudah jadi lebih gampang pembuatan judul, tinggal menyesuaikan saja dengan isi draft. Kemudian karena ini naskah advertorial maka menggunakan kalimat ajakan pun |
| Informan 2 | |

| | |
|--|---|
| | diperbolehkan, seperti Pendaftaran WMM 2022 masih Dibuka, Jangan Terlewat Persiapkan Diri Anda. (2) |
| Kode dan kategorisasi | Penyajian secara narasi dalam kalimat tidak langsung dan langsung |
| (1) Hanya click bait saja tidak nyambung dengan draftnya (2) Walaupun click bait namun sesuai apa yang dituliskan di judul dengan draft naskahnya | Menurut informan, Menggunakan bahasa yang interaktif dan informasi yang diberikan di judul jelas dari pemberian client. Hal ini dibenarkan oleh informan 1 dan 2 di judul juga harus sesuai dengan informasi yang disampaikan. |

| | |
|--|--|
| Saat menuliskan headline, apa saja yang dituliskan di dalam bagian tersebut? | |
| Informan 1 | Tergantung naskahnya, saat penulisan naskah pre-event maka di headline berisikan informasi mengenai eventnya, dan kapan event diselenggarakan. Hal ini bertujuan untuk langsung memberikan informasi mengenai event, sehingga pengunjung portal tertarik karena di headlinenya sudah ada informasi. Iya tergantung naskahnya, saat penulisan naskah pre-event maka di headline berisikan informasi mengenai event, dan kapan event diselenggarakan. Hal ini bertujuan untuk langsung memberikan informasi mengenai event, sehingga pengunjung portal tertarik dari awal headline. |
| Informan 2 | |
| Kode dan kategorisasi | Penyajian secara narasi dalam kalimat tidak langsung dan langsung |
| (1)Tergantung naskahnya (2)Bebas terserah copywriternya | Menurut informan, Tergantu naskahnya, saat penulisan naskah pre-event maka di headline berisikan informasi what dan when dari event, yaitu apa informasi yang diberikan mengenai event, dan kapan event diselenggarakan. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembaca bahwa akan diadakannya event WMM jadi jangan terlewat. Hal ini dibenarkan oleh informan 1 dan 2. |

| | |
|--|--|
| Bagaimana cara copywriter mengembangkan headline pada penulisan sub-headline naskah? | |
| Informan 1 | <p>Dibagian sub headline menambahkan data tambahan dari event digunakan untuk meyakinkan pembaca. Data ini berupa yang bisa menarik perhatian pengunjung, misalnya total hadiah, atau pengalaman alumni yang setelah mengikuti event tersebut usahanya bisa maju. Namun harus sesuai dengan informasi yang diberikan client. Penambahan data ini dimaksudkan untuk memperkuat headline. (2)</p> <p>Kalo saya pada bagian sub headline juga menambahkan data tambahan yang masih nyambung dengan headline. Data ini berupa yang bisa menarik perhatian pengunjung, misalnya total hadiah, atau pengalaman alumni yang setelah mengikuti event tersebut usahanya bisa maju. Namun harus sesuai dengan informasi yang diberikan client. (2)</p> |
| Informan 2 | |
| Kode dan kategorisasi | Penyajian secara narasi dalam kalimat tidak langsung dan langsung |
| (1)Menambahkan apapun sesuka copywriter (2)Menambahkan data untuk memperkuat headline | Menurut informan, Kemudian dibagian sub headline berisikan data tambahan sebagai meyakinkan pembaca bisa dengan cara mencantumkan data-data yang bisa menarik perhatian pembaca, misalnya total hadiah, atau pengalaman alumni yang setelah mengikuti event tersebut usahanya bisa maju. Namun harus sesuai dengan informasi yang diberikan client. |

Tahapan Edit

| | |
|--|--|
| Setelah semua selesai selanjutnya naskah diberikan ke siapa untuk proses pengecekan? | |
| Informan 1 | <p>Naskah yang sudah dibuat dilanjutkan dikoreksi ke mba Yaomi atau mba Atik selaku editor dan atasan saya, namun sebelum ke mereka berdua biasanya saya meminta rekan copywriter lain untuk mengecek apakah terdapat kesalahan atau tidak jadi saat ke mba Yaomi dan Mba Atik hasil kesalah sudah sedikit. Barulah dari mba Yaomi atau mba Atik apabila sudah selesai mengkoreksi akan diserahkan saya kembali apabila ada revisi, namun jika tidak akan langsung direview oleh client. (2)</p> |
| Informan 2 | |

| | |
|---|--|
| | Iya naskah yang sudah dibuat dilanjutkan dikoreksi ke mba Yaomi atau mba Atik selaku atasan saya. Tetapi sih saya sebelum memeberikan ke Mba Yaomi ataupun mba Atik suka meminta mba Rizqa dan mba Rizqa juga terkadang meminta saya untukmengecek draftnya jadi kita berdua saling mengecek satu sama lain hasil tulisan. (2) |
| Kode dan kategorisasi | Penyajian secara narasi dalam kalimat tidak langsung dan langsung |
| (1)Memberikan langsung ke client (2)Memberikan terlebih dahulu ke atasan | Menurut informan, setelah selesai bisa diserahkan ke saya, ataupun mba Atik untuk mengecek dan mengedit naskah yang masih terdapat kesalahan penulisan. Hal ini dibenarkan oleh informan 1 dan 2. |

Tahapan Review

| | |
|---|---|
| Jika client ternyata masih belum puas dengan hasil naskah yang sudah dibuat, apa yang harus dilakukan? | |
| Informan 1 | Akan direvisi lagi sampai client sudah bilang naskah sudah approved, baru kami posting. Ya akan revisi terlebih dahulu sampai apa kata client benar barulah naskah langsung di posting. |
| Informan 2 | |
| Kode dan kategorisasi | Penyajian secara narasi dalam kalimat tidak langsung dan langsung |
| (1)Sampai client approved naskah (2)Boleh langsung upload naskah walaupun belum approved dari client | Menurut informan, jika masih ada yang salah maka diminta untuk dibenarkan, dibenarkan terlebih dahulu, sampai sudah semua menurut client benar dan tidak ada revisi lagi maka naskah boleh langsung di upload dalam portal. Hal ini dibenarkan oleh informan 1 dan 2. |

SOP maksimal revisi berapa lama?
Jika melewati waktu SOP tersebut apakah Kerjasama langsung dibatalkan, atau masih diperbolehkan penambahan waktu?

| | |
|--|---|
| Informan 1 | <p>Kalo SOP nya dari MPI 2x revisi. Biasanya setiap kami mengirimkan draft naskah untuk direview selalu dituliskan dalam email bahwa sudah 1x revisi kemudian jika revisi sudah dua kali kami juga menuliskannya revisi sudah dua kali, sehingga client tidak ada yang kelewatan atau apapun itu. Namun apabila client meminta lebih biasanya kami berikan satu kali saja untuk revisi karena revisi itu yang boleh menambah hanya untuk revisi urgent saja. (1)</p> <p>Untuk SOP 2x revisi. Iya benar saya juga setiap mengirimkan draft naskah untuk direview selalu dituliskan dalam email bahwa sudah 1x revisi kemudian jika revisi sudah dua kali kami juga menuliskannya revisi sudah dua kali, sehingga client tidak ada yang kelewatan atau apapun itu. Namun apabila client meminta lebih biasanya kami berikan satu kali saja untuk revisi karena revisi itu yang boleh menambah hanya untuk revisi urgent saja. (1)</p> |
| Informan 2 | |
| Kode dan kategorisasi | Penyajian secara narasi dalam kalimat tidak langsung dan langsung |
| (1)2x revisi tidak diperbolehkan lebih | <p>Menurut informan, SOP maksimal revisi sebanyak 2x revisi. Jika melewati lebih 2x maka akan tidak kami tanggap, karena dari awal brief sudah dijelaskan bahwa revisi hanya bisa 2x saja, namun jika revisi ini memang urgent maka ditambah 1x revisi diperbolehkan tetapi selepas itu tidak bisa. Hal ini dibenarkan oleh informan 1 dan 2.</p> |
| (2)2x revisi dan diperbolehkan lebih | |

G. Catatan Observasi

| Hari/Tanggal | Pukul | Keterangan |
|-----------------------|-------------------|---|
| Kamis/19 Januari 2023 | 12.00 WIB | Sampai di iNews Tower |
| | 12.30 WIB | Sampai di Lt. 12 Kantor MNC Portal Indonesia |
| | 12.30 WIB | Kondisi kantor sedang istirahat, hanya beberapa orang saja yang berada di ruangan |
| | 13.00 – 13.30 WIB | Mengamati tim copywriter saat bekerja mengakses menulis laporan dan mengakses CMS |
| | 14.00 WIB | Foto Bersama dengan key informan dan tim copywriter MNC Portal Indonesia |

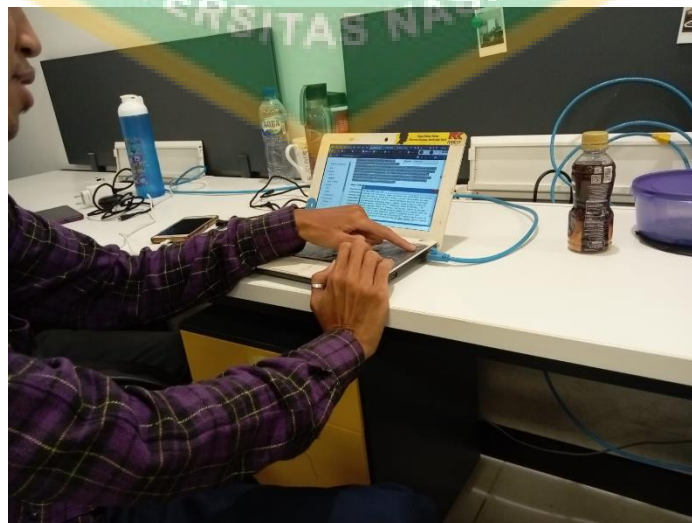
| | | |
|------------------------|-----------|--|
| Minggu/5 Februari 2023 | 20.00 WIB | Wawancara dengan key informan |
| Senin/6 Februari 2023 | 10.00 WIB | Wawancara dengan informan 1 dan informan 2 |

H. Dokumentasi Kegiatan

1. Kondisi ruangan saat istirahat



2. Staff Content Marketing Copywriter Sedang Membuat Laporan dan Mengakses CMS



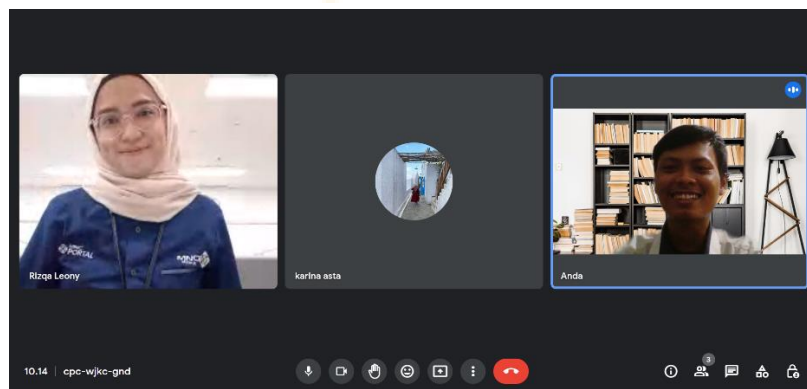
3. Foto Bersama Dengan Key Informan dan Staff Content Marketing dan Copywriter



4. Wawancara Dengan Key Informan



5. Wawancara Dengan Informan 1 dan 2



I. Hasil Cek Turnitin

