

**ANALISIS MANAJEMEN PRODUKSI PENULISAN BERITA
DAN COPYWRITING DALAM INDUSTRI MEDIA DIGITAL
DI PT. POJOK SATU INDONESIA**

Shinta Sukmawati Khiran¹, Ika Sartika², Rr. Renny Soelistyowati³
IPB University¹, IPB University², IPB University³
Alamat e-mail: artekhiran@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

The digital media industry demands adaptive, creative, and relevant news writing and copywriting skills that meet the needs of the audience. The development of technology and changes in information consumption patterns have encouraged journalists and copywriters to master storytelling, Search Engine Optimization (SEO), and distribution strategies so that their content can compete in the rapid flow of information. This paper discusses the production process of news writing and copywriting skills based on internship experiences at PT Pojok Satu Indonesia. This paper was written using a qualitative approach with primary data in the form of observations, interviews, and documentations during the internship, as well as secondary data from books, journals, and other relevant sources. The result of the discussion show that writing effectiveness is influenced by an understanding of digital writing techniques, consistency in language style, and the demands of rapid content production. These findings emphasize the importance of strengthening professional skills in the digital media industry.

Keywords: copywriting, digital media, PT Pojok Satu Indonesia

ABSTRAK

Industri media digital menuntut penulisan berita dan *copywriting* yang adaptif, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan audiens. Perkembangan teknologi serta perubahan pola konsumsi informasi mendorong jurnalis dan *copywriter* untuk menguasai teknik *storytelling*, *Search Engine Optimization (SEO)*, dan strategi distribusi agar konten mampu bersaing di tengah arus informasi yang cepat. Penelitian ini membahas proses produksi penulisan berita dan *copywriting* berdasarkan pengalaman magang di PT Pojok Satu Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan data primer berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi selama magang, serta data sekunder dari buku, jurnal, dan sumber relevan lainnya. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa efektivitas penulisan dipengaruhi oleh pemahaman teknik penulisan digital, konsistensi gaya bahasa, dan tuntutan produksi konten yang cepat. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan keterampilan profesional dalam industri media digital.

Kata Kunci: *copywriting*, media digital, PT Pojok Satu Indonesia

A. Pendahuluan

Perkembangan industri media digital menuntut para praktisi untuk memiliki keterampilan yang tidak hanya cepat dan akurat, tetapi juga mampu bersaing dalam ekosistem konten yang padat dan serba instan. Menurut Nainggolan, *et al* (2023), media digital memungkinkan komunikasi yang lebih cepat, interaktif, dan berbasis jaringan sehingga menuntut para praktisi media untuk memiliki keterampilan yang adaptif dan inovatif.

Kemajuan teknologi serta perubahan perilaku konsumsi informasi mendorong media untuk menghadirkan konten yang relevan, menarik, dan mudah diakses. Marhamah dan Fauzi (2021) menjelaskan bahwa di era media digital, jurnalisme tidak hanya bertanggung jawab untuk menyampaikan kebenaran, tetapi juga harus mampu beradaptasi dan mempertahankan relevansi di tengah persaingan informasi yang sangat cepat. Seorang penulis berita harus memahami teknik *storytelling*, *Search Engine Optimization* (SEO), dan strategi distribusi konten agar pesan yang disampaikan dapat terjangkau audiens secara efektif.

Copywriting juga menjadi elemen kunci dalam industri media digital. *Copywriting* yang efektif tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian, tetapi juga membangun koneksi emosional dengan audiens sehingga dapat mempengaruhi keputusan mereka (Taufik, 2024). Semakin meningkatnya persaingan di dunia digital teknik *copywriting* yang persuasif dan berbasis data menjadi semakin penting bagi perusahaan media. PT Pojok Satu Indonesia, sebagai salah satu media yang berkembang di Indonesia, menjadi contoh penting dalam melihat

bagaimana praktik penulisan berita dan *copywriting* didaptasi, diterapkan, dan dikembangkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penguatan keterampilan penulisan berita dan *copywriting* dilakukan dalam industri media digital. Fokus penelitian mencakup praktik penulisan yang diterapkan, strategi peningkatan kompetensi yang digunakan, serta tantangan yang dihadapi dalam menghadapi dinamika media digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan literatur terkait kompetensi penulisan pada industri media digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam praktik penulisan berita dan *copywriting* di lingkukan media digital. Penelitian dilakukan di PT Pojok Satu Indonesia yang berlokasi di Jl. KH. R. Abdullah Bin Muhammad Nuh No. 30, Taman Yasmin, Kota Bogor. Waktu penelitian disesuaikan dengan operasional redaksi selama 3 bulan.

Data primer diperoleh melalui observasi kegiatan, wawancara dengan pembimbing lapangan dan coordinator redaksi, serta dokumentasi tulisan yang diproduksi. Data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, dan dokumen-dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian.

C. Hasil dan Pembahasan

Pembahasan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu proses produksi, hamabatan yang muncul dalam proses produksi, serta solusi yang diterapkan PT Pojok Satu Indonesia untuk meningkatkan efektivitas kerja.

Proses Penulisan Berita dan Copywriting

Secara definisi, berita merupakan fakta atau peristiwa yang terjadi di lapangan. Menurut Lubis dan Koto (2020), fakta itu diliput, ditulis, dan disebarluaskan melalui media massa. Ciri utama yang terlihat adalah sebuah berita bukan semata-mata hasil karya seorang wartawan saja, melainkan hasil kolaborasi beberapa wartawan yang bekerja secara berjenjang. ada reporter yang bertugas meliput langsung di lapangan, adapula redaktur yang menyunting berita di kantor redaksi media (M. Fikri AR, 2016).

Di sisi lain, *copywriting* berfokus pada penyusunan pesan persuasif untuk mempengaruhi audiens. Zainuddin dan Ashfani (2025) menjelaskan bahwa *copywriting* mempertimbangkan secara mendalam karakteristik target audiens, menjelaskan konsep konten secara transparan, serta memperhatikan media komunikasi dan konteks penempatan pesan agar konten dapat tersampaikan dengan optimal dari awal sampai akhir.

Maka dari itu, kemampuan menulis berita dan *copywriting* menjadi dua keterampilan penting yang saling melengkapi; berita sebagai pintu informasi, sedangkan *copywriting* untuk membangun citra dan mendorong keterlibatan audiens. PT Pojok Satu Indonesia mengintegrasikan keduanya dalam sistem kerja redaksi digital, agar setiap tulisan yang diproduksi tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual dan verbal.

Proses penulis berita dan *copywriting* di PT Pojok Satu Indonesia melalui rangkaian proses yang sistematis. Hal ini sejalan dengan pendapat Pavlik (2019) yang menyatakan bahwa praktik jurnalisme

digital menuntut integrasi antara kemampuan teknis, editorial, dan pemahaman audiens agar konten tetap relevan dalam industri. Proses ini diantaranya

1) Tahap Pra-Produksi

Tahap ini merupakan Langkah awal yang menentukan arah dan kualitas konten. Pada tahap ini, penulis berita dan *copywriter* melakukan brainstorming bersama dengan tim untuk mengumpulkan ide, memilih angle pemberitaan, serta menyusun konsep kreatif untuk konten *copywriting*. Kemudian, penulis melakukan riset isu aktual melalui wawancara langsung dengan narasumber, media online, media sosial, konferensi pers, dan database informasi lainnya. Kovach dan Rosenstiel (2021) menegaskan bahwa jurnalisme yang baik harus diawali dengan verifikasi kredibilitas dan pemilihan isu yang memiliki nilai berita bagi publik. Oleh karena itu, pengumpulan data dan wawancara di PT Pojok Satu dilakukan untuk memastikan akurasi, relevansi, dan kredibilitas informasi. Selain itu, tim juga melakukan perencanaan konten digital dengan menganalisis perilaku audiens melalui *data engagement* untuk menentukan gaya bahasa dan strategi penulisan yang sesuai.

2) Tahap Produksi

Tahap ini merupakan inti proses penulisan di mana hasil riset dan perencanaan dikonversi menjadi naskah. Pada tahap ini, penulis Menyusun berita dengan menempatkan informasi terpenting pada bagian awal serta menuliskannya sesuai dengan kaidah jurnalistik. Editor atau koordinator divisi kemudian melakukan penyuntingan untuk

memastikan akurasi data, struktur penulisan, dan konsistensi gaya bahasa. Untuk kebutuhan *copywriting*, tahap produksi mencakup penyusunan pesan persuasif, pemilihan diksi yang sesuai dengan karakter audiens media sosial, serta adaptasi format untuk berbagai *platform* seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Hal ini sejalan dengan pendapat Romli (2018) yang menyatakan bahwa *copywriting* harus mampu menarik perhatian dalam waktu singkat serta mendorong interaksi audiens. Setelah proses penulisan selesai, dilakukan pengecekan akhir sebelum dipublikasi.

3) Tahap Pasca-Produksi

Tahap ini adalah tahap evaluasi. Dilakukan penyuntingan akhir untuk memastikan naskah telah sesuai standar redaksi dan bebas dari kesalahan teknis. Selain itu, optimalisasi SEO diterapkan untuk meningkatkan keterbacaan dan visibilitas konten di mesin pencarian. Setelah tulisan dan konten dipublikasikan, evaluasi dilakukan melalui analisis performa konten menggunakan *data insight* seperti *reach*, *engagement*, dan interaksi audiens. Hasil evaluasi ini menjadi referensi untuk menyusun strategi penulisan berita dan *copywriting* pada waktu berikutnya.

Hambatan dalam Proses Penulisan Berita dan *Copywriting*

Selama proses produksi, berbagai hambatan muncul baik dari sisi teknis maupun non-teknis. Hambatan-hambatan ini mempengaruhi efektivitas penulis dalam memproduksi naskah. Berikut hambatan-hambatan yang dialami penulis di PT Pojok Satu Indonesia

1) Hambatan Teknis

Hambatan teknis yang muncul meliputi kendala jaringan internet yang terkadang tidak stabil sehingga mengganggu proses riset dan pengerjaan naskah. Kesalahan teknis seperti *typo*, kekeliruan format, dan unggahan naskah tulisan yang terkadang tidak tepat waktu juga menjadi tantangan tersendiri bagi penulis di PT Pojok Satu Indonesia. Selain itu, keterbatasan waktu produksi yang sempit menuntut penulis membuat naskah dengan cepat sehingga kualitas tulisan menurun. Manajemen berkas yang kurang rapi juga turut menjadi hambatan karena dapat mengakibatkan naskah terlewat atau tidak terpantau dengan baik.

2) Hambatan Non-Teknis

Hambatan non-teknis lebih berkaitan dengan aspek manusiawi dan pola kerja. Perbedaan gaya bahasa antara penulisan berita yang lebih formal dengan *copywriting* yang lebih santai sering menimbulkan kebingungan bagi penulisan yang belum terbiasa berpindah gaya bahasa. Tugas mendadak dengan deadline yang padat dari isu yang baru muncul juga menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga relevansi media agar selalu *update*. Tekanan psikologis akibat beban kerja yang tinggi berpotensi menyebabkan *burnout*, menurunkan konsentrasi, dan mempengaruhi kreativitas penulis.

Solusi Hambatan dalam Proses Penulisan Berita dan *Copywriting*

Untuk mengatasi hambatan tersebut, PT Pojok Satu Indonesia menerapkan berbagai solusi agar proses penulisan serta hasil konten tetap konsisten dalam memenuhi tuntutan media digital yang kompetitif.

Strategi solusi ini sejalan dengan pandangan McQuail dan Deuze (2020) yang menekankan pentingnya manajemen organisasi media dalam mendukung kerja penulis.

1) Solusi Hambatan Teknis

PT Pojok Satu menyediakan jaringan internet yang lebih stabil dan cepat untuk mendukung kelancaran riset dan penulisan naskah. Sistem pemerikasaan ganda oleh indikator serta penggunaan penggunaan *software* pengecekan ejaan diterapkan untuk meminimalisir *typo*. Manajemen berkas diperbaiki dengan menggunakan Google Drive dan Google Spreadsheet untuk menandai status naskah. Selain itu, pembagian prioritas naskah dan sistem shift membantu penulis mengatur waktu produksi secara lebih efisien.

2) Solusi Hambatan Non-Teknis

PT Pojok Satu Indonesia memberikan pelatihan internal yang berfokus pada gaya bahasa digital, strategi *copywriting*, dan adaptasi penulisan lintas platform. Penyusunan *timeline* yang jelas membantuk penulis memprediksi alur kerja dan mempersiapkan naskah sebelum deadline tiba. PT Pojok Satu Indonesia juga mengadakan evaluasi bulanan dan membangun ruang diskusi terbuka untuk menjaga suasana kerja yang suportif dan mencegah tekanan psikologis berlebihan.

E. Kesimpulan

Kemampuan penulisan berita dan *copywriting* menjadi aspek penting dalam industri media digital yang serba cepat dan kompetitif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pojok Satu Indonesia menerapkan proses penulisan yang terstruktur melalui tahapan pra-produksi,

produksi, dan pasca-produksi, yang berperan penting dalam memastikan akurasi, relevansi, serta efektivitas pesan yang disampaikan kepada audiens. Meskipun dalam praktiknya ditemukan berbagai hambatan teknis dan non-teknis, PT Pojok Satu Indonesia mampu mengatasinya melalui peningkatan fasilitas kerja, penguatan manajemen redaksi, pelatihan internal, serta evaluasi kinerja.

Temuan ini menegaskan bahwa penguatan keterampilan penulisan berita dan *copywriting* yang dilakukan secara berkelanjutan dapat meningkatkan profesionalitas penulis, memperkuat kredibilitas media, serta menudukung adaptasi industry media digital terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- AR, M. F. (2016). *Jurnalisme Kontekstual (Rahasia Menjadi Jurnalis di Era New Media)*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). *The Elements of Journalism, Revised and Updated 4th Edition: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Crown Publishing.
- Lubis, T. H., & Koto, I. (2020). Diskursus Kebenaran Berita Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers Dan Kode Etik Jurnalistik. *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 5(2), 231-250. doi:<https://doi.org/10.30596/dll.v5i2.4169>
- Marhamah, & Fauzi. (2021). *Jurnalisme di Era. JICOMS: Journal of Islamic*

- Communication and Media Studies*, 1(1), 16-37.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media and Mass Communication Theory (7th Edition)*. London: SAGE Publications Ltd.
- Nainggolan, R. V., Sitohang, R. F., & Ronauli, P. P. (2024). Pemanfaatan Media Digital terhadap Pembelajaran Keterampilan Berbicara. *Eksplorasi Penalaran dalam Riset untuk Meningkatkan Kualitas Publikasi Ilmiah* (pp. 1562-1568). Bojonegoro: Prosiding Seminar Nasional IKIP PGRI Bojonegoro.
- Pavlik, J. V. (2019). *Journalism in the Age of Virtual Reality: How Experiential Media Are Transforming News*. New York: Columbia University Press.
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Taufik, N. A. (2024). Analisis Strategi Copywriting pada Instagram Noore Sport dalam Menembus Pasar Internasional. *E-Proceeding of Management Telkom University* (pp. 7288-7295). Bandung: Universitas Telkom, S1 Digital Public Relations.
- Zainuddin, Z., & Ashfahani, S. (2025). Strategi Copywriting Dalam Iklan "Kejujuran" di Suara Edukasi Jakarta. *DPOAJ: Dohara Publisher Open Access Journal*, 3(1), 1-7. doi:<https://doi.org/10.54402/isj.c.v3i01.736>