

# Implementasi *Copywriting* dalam Pembuatan Buletin INSA News Edisi 8 Tahun 2024

Muhammad Imam Zuhri Saragih<sup>1</sup>, Nisa Nurmauliddiana Abdullah<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,  
imamsaragih@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,  
nisaabdullah@telkomuniversity.ac.id

## **Abstract**

*The development of mass media, both print and digital, is important in disseminating information in an increasingly dynamic digital era. However, challenges such as writing styles that are too formal, visual displays that are less attractive, become obstacles in attracting audience attention. The Indonesian National Shipowners' Association (INSA) as the only shipping association recognized by the government and plays an important role in supporting the progress of the national shipping industry, also faces these challenges. The bulletin published by INSA aims to be a medium of communication to members, stakeholders and the public who are interested in maritime issues. So that efforts are needed for optimization in order to convey information effectively. Therefore, the author conducted a design work entitled "Implementation of Copywriting in the Making of INSA News Bulletin Edition 8 Year 2024". The author uses the concept of copywriting in the book Asmara Copywriting and Digitalization to represent and provide interesting messages to the audience. The method used is observation and interview with INSA. The work of this final project presents 4 important components namely; Main News, World of Shipping, Seputar INSA, and INSA Photo as the content in the work of the INSA News newsletter in edition 8 of 2024.*

*Keyword- Bulletin, Copywriting, Indonesian National Shipowners' Association (INSA)*

---

## **Abstrak**

Perkembangan media massa, baik cetak maupun digital, menjadi penting dalam penyebaran informasi di era digital yang semakin dinamis. Namun, tantangan seperti gaya penulisan yang terlalu formal, tampilan visual yang kurang menarik, menjadi hambatan dalam menarik perhatian audiens. *Indonesian National Shipowners' Association* (INSA) sebagai satu-satunya asosiasi pelayaran yang diakui pemerintah dan berperan penting dalam mendukung kemajuan industri pelayaran nasional, turut menghadapi tantangan tersebut. Buletin yang diterbitkan INSA bertujuan sebagai media komunikasi kepada anggota, stakeholder, dan masyarakat yang tertarik pada isu maritim. Sehingga diperlukan upaya untuk optimalisasi agar dapat menyampaikan informasi dengan efektif. Maka dari itu penulis melakukan sebuah perancangan karya yang berjudul "Implementasi *Copywriting* dalam Pembuatan Buletin INSA News Edisi 8 Tahun 2024". Penulis menggunakan konsep *copywriting* dalam buku Asmara *Copywriting* dan Digitalisasi untuk merepresentasikan dan memberikan pesan yang menarik kepada audiens. Metode yang digunakan adalah hasil observasi dan wawancara pada pihak INSA. Karya tugas akhir ini menyajikan 4 komponen penting yakni; Berita Utama, Dunia Pelayaran, Seputar INSA, dan INSA Photo sebagai isi dalam karya buletin INSA News pada edisi 8 tahun 2024.

*Kata Kunci-Buletin, Copywriting, Indonesian National Shipowners' Association (INSA)*

---

## **I. PENDAHULUAN**

Marchanda dan Akmaluddin (2023) menyatakan bahwa media komunikasi telah mengalami dinamika yang signifikan saat menghadapi tantangan dan peluang di era digital. Berbagai aspek komunikasi dan bisnis telah

sangat berubah karena transformasi digital guna menghasilkan peningkatan efisiensi dan efektivitas operasional organisasi (Miller & Barbour, 2020). Menurut Jin et al. (2020), buletin digital modern tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi satu arah tetapi juga sebagai platform interaktif yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membantu anggota organisasi berhubungan satu sama lain dengan menyampaikan informasi strategis, oleh karenanya dibutuhkan teknik *copywriting* dalam penyampaian pesan dengan menarik, relevan, dan akurat kepada audiens.

*Copywriting* yang baik dapat membantu memperkuat citra organisasi dengan menyampaikan pesan yang konsisten dan relevan kepada audiens, yang menghasilkan hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan (Pratama & Lestari, 2021). *Copywriting* dapat membantu organisasi membangun komunikasi yang lebih menarik dan efektif dengan memahami audiens. Menurut Santosa dan Rahman (2019), bahasa yang digunakan dalam publikasi organisasi, seperti buletin, harus memenuhi prinsip keterbacaan, relevansi, dan daya tarik agar dapat membangun hubungan emosional dengan pembaca dan menyampaikan pesan organisasi dengan efektif. *Indonesian National Shipowners' Association* (INSA), yang kemudian akan disebut INSA, merupakan organisasi yang didirikan pada tahun 1967 sebagai wadah para pengusaha pelayaran nasional Indonesia. Surat Keputusan Menteri Maritim No. DP.10/7/9 tanggal 6 September 1967 mengakui organisasi ini sebagai satu-satunya lembaga yang mewakili perusahaan pelayaran yang beroperasi di Indonesia. Pada 28 Oktober 1989, INSA kemudian diberi penguatan status melalui SK Menteri Perhubungan No. KP. 8/AL.308/Phb-89. INSA, sebuah lembaga yang diakui oleh pemerintah, memainkan peran penting dalam pembangunan operasional dan strategis industri pelayaran nasional.

INSA telah berkembang menjadi organisasi yang menyatukan berbagai perusahaan pelayaran seiring dengan pertumbuhan industri pelayaran nasional. Perusahaan-perusahaan ini mencakup berbagai subsektor, seperti angkutan barang, penumpang, minyak, dan gas, serta angkutan lepas pantai. Karena keragaman subsektor ini, INSA perlu memainkan peran yang lebih besar dalam mendukung kebijakan yang dapat meningkatkan ketahanan dan efisiensi industri pelayaran nasional. Sebagai bentuk upaya mendukung komunikasi yang efektif antara organisasi dan anggotanya, INSA menerbitkan buletin yang berfungsi sebagai sarana informasi dan edukasi mengenai berbagai kebijakan terbaru, inovasi, dan perkembangan di sektor maritim. Tantangan untuk meningkatkan minat dan keterlibatan pembaca dari berbagai audiens masih besar. Gaya penulisan yang terlalu formal menyebabkannya sulit diakses oleh pembaca yang menginginkan informasi yang lebih ringan dan menarik. Selain itu, tampilan buletin yang kurang menarik dianggap sebagai kendala dalam menciptakan daya tarik visual.

Buletin yang efektif harus dapat menyajikan informasi yang jelas, akurat, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan profesional industri pelayaran, hal ini penting karena buletin sering kali berfungsi sebagai sumber pengambilan keputusan di lapangan (Miller, 2019). Penggunaan *copywriting* dalam buletin INSA sangat penting untuk menyampaikan informasi yang tepat, akurat, serta menarik. *Copywriting* adalah seni menulis persuasif dengan tujuan mempengaruhi audiens, meningkatkan minat pembaca, dan mendorong respons positif pembaca. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Chen dan Zhang (2019), teknik *copywriting* terbukti memiliki daya tarik yang lebih besar dan lebih efektif dalam menyampaikan pesan persuasif.

Dalam halnya buletin INSA, penggunaan *copywriting* dapat membantu organisasi membuat konten yang relevan dengan minat audiens dan meningkatkan keterlibatan dan kesetiaan anggota. Penulis akan membuat perancangan karya buletin INSA News edisi 8 (Agustus) tahun 2024, yang memiliki urgensi dalam menyebarluaskan berbagai kegiatan penting yang telah dilaksanakan oleh INSA. Edisi kali ini mencakup beragam agenda strategis yang tidak hanya relevan bagi anggota INSA, tetapi juga bagi masyarakat maritim, pemerintah, dan stakeholders lain yang berperan dalam pengelolaan sektor kelautan. Berdasarkan hasil pemaparan diatas, penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian berupa perancangan karya yang dibuat dalam bentuk karya buletin dengan judul perancangan karya "Implementasi *Copywriting* dalam Pembuatan Buletin INSA News Edisi 8 Tahun 2024". Pada perancangan karya kali ini penulis dan tim akan merealisasikan hasil analisis dan riset yang sudah dilakukan untuk dapat merealisasikan penyajian konten buletin dengan menampilkan tulisan yang informatif, persuasif, dan menarik, serta mempertimbangkan struktur yang memudahkan pembaca dalam memahami informasi.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. Komunikasi

Mulyana (dalam Reni et al., 2021) mengatakan bahwa menjawab beberapa pertanyaan seperti “*Who Says What In Which Channel To Whom With That Effect?*” adalah cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi. Menurut Effendy (dalam Bonaraja Purba, 2020), mengatakan bahwa ada 9 komponen proses komunikasi yang saling bergantung, di antaranya: *Sender*, merupakan seseorang yang menyampaikan pesan, mungkin kepada satu atau lebih orang. *Encoding*, merupakan proses mengubah pesan menjadi simbol-simbol. *Message* merupakan pesan yang memiliki simbol bermakna yang biasa dikirimkan oleh pengirim pesan. Media merupakan alat komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. *Decoding* merupakan proses penerimaan pesan menjadi simbol-simbol. *Receiver* merupakan proses penerimaan pesan dari komunikator ke komunikan. *Response* merupakan tindakan yang diambil oleh komunikan setelah menerima suatu pesan. *Feedback* merupakan umpan balik yang di berikan oleh komunikator kepada komunikasi. *Noise* merupakan gangguan yang biasanya terjadi tanpa direncanakan dan mengubah cara pesan disampaikan.

### B. Copywriting

Menurut Landa (2018), *copywriting* adalah seni menulis teks dengan tujuan untuk mempengaruhi pembaca, membuat mereka berpikir tentang barang, layanan, atau ide, dan akhirnya mendorong mereka untuk melakukan sesuatu. Iklan, pemasaran melalui email, dan buletin organisasi adalah semua contoh media di mana *copywriting* digunakan.

Menurut buku Asmara *Copywriting dan Digitalisasi* oleh Rafi'I (2024, h.115), terdapat beberapa elemen penting dalam buletin yang harus diperhatikan:

1. **Headline yang Menarik:** Headline adalah komponen pertama yang dilihat pembaca dan berfungsi sebagai pintu masuk ke teks. Headline harus singkat, mudah dipahami, dan menarik perhatian pembaca untuk terus membaca. Untuk menarik perhatian pembaca, penggunaan kata-kata yang kuat dan penjelasan tentang keuntungan yang ditawarkan sangat penting.
2. **Subheadline:** Subheadline, yang muncul setelah headline, membantu memperkuat pesan yang disampaikan oleh judul, memberikan detail tambahan yang relevan, dan mendorong pembaca untuk terus membaca konten.
3. **Body Copy:** Bagian utama teks, *body copy*, berisi penjelasan lebih lanjut tentang pesan atau informasi yang ingin disampaikan. *Copywriter* harus memastikan bahwa teks tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan persuasif, dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pembaca yang dituju.
4. **Call to Action (CTA):** CTA adalah ajakan langsung yang meminta pembaca untuk melakukan hal-hal tertentu, seperti membeli barang, mengunjungi situs web, atau mengikuti acara. CTA harus jelas dan langsung, dan memotivasi pembaca untuk segera bertindak.
5. **Visual dan Desain:** Dalam media cetak, desain visual sangat membantu pesan yang ingin disampaikan menjadi menarik. Gambar, ilustrasi, dan tipografi yang tepat membantu memperkuat pesan dan menarik perhatian pembaca. Desain yang tepat juga membantu pembaca memahami apa yang ada dalam teks.

*Copywriting* juga dapat diterapkan menggunakan konsep piramida terbalik, terutama dalam penulisan buletin yang tidak hanya bertujuan untuk menginformasikan, tetapi juga untuk mempengaruhi pembaca agar melakukan tindakan tertentu. Menurut Zaenuddin HM (2010) dalam bukunya *Dasar-Dasar Jurnalistik* (hlm. 134-135), konsep piramida terbalik digunakan dalam penulisan berita untuk membuat pembaca lebih mudah memahami berita tanpa membaca artikel secara keseluruhan. Dalam struktur piramida terbalik, urutan penyampaian informasi diatur menurut hierarki kepentingan:

- a. **Top of the Pyramid:** Informasi yang paling penting, seperti fakta utama, kejadian, atau peristiwa penting, dan jawaban terhadap pertanyaan utama dalam 5W + 1H (*who, what, when, where, why, how*), diberikan di bagian ini.
- b. **Middle of the Pyramid:** Berita utama didukung dan dijelaskan lebih dalam dalam bagian ini dengan informasi atau rincian tambahan yang relevan.

- c. *Bottom of the Pyramid*: Berisi informasi yang lebih detail dan mungkin lebih spesifik, tetapi tidak terlalu penting untuk pemahaman umum tentang peristiwa tersebut.

#### C. Buletin

Buletin adalah publikasi berkala yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, berita, atau pembaruan kepada khalayak tentang topik, organisasi, atau kegiatan tertentu. Buletin dapat diterbitkan dalam bentuk cetak atau digital dan diterbitkan pada interval waktu tertentu, seperti harian, mingguan, bulanan, atau tahunan, tergantung pada kebutuhan penerbitnya. Fungsi utama buletin adalah untuk memberikan informasi kepada audiens, menjalin hubungan dengan pembaca, dan menawarkan berbagai aktivitas atau masalah yang berkaitan dengan organisasi atau topik yang dibahas.

#### D. Website

Website adalah kumpulan halaman yang berisi data yang terhubung oleh jaringan dan disimpan di sebuah web server. Keberadaan situs web memiliki banyak keuntungan bagi pengelola dan penggunanya. Selama ada koneksi internet, website memungkinkan orang-orang di seluruh dunia digital untuk berbagi informasi. Website memiliki banyak manfaat bagi pengelola dan pengunjung, menurut Fridayanthie dan Mahdiati (2016). Riyanto dan Kurniawati (2018), menyatakan bahwa website memungkinkan akses informasi di seluruh dunia, selama ada jaringan internet. Pada dasarnya, website adalah kumpulan halaman web yang berisi data digital, seperti teks, gambar, animasi, suara, dan video, yang disediakan melalui internet dan dapat diakses oleh orang di seluruh dunia.

#### E. Instagram

Instagram adalah hal yang sudah dikenal oleh setiap orang, banyak manfaat yang dapat diambil dari penggunaan Instagram. Kehadiran media sosial Instagram juga membawa pengaruh yang cukup besar bagi organisasi maupun perusahaan. Media sosial juga dapat dimanfaatkan ketika perusahaan atau organisasi mengalami krisis sebagai alat komunikasi dengan publik (Iriantara, 2019).

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Subjek pada perancangan yang penulis pilih pada karya kali ini adalah *Indonesian National Shipowners' Association* (INSA). Objek dalam perancangan karya kali ini dengan topik "Implementasi *Copywriting* dalam Pembuatan *INSA News* Edisi 8 tahun 2024" yang berfokus kepada perancangan *copywriting* dalam pembuatan buletin *INSA News* Edisi 8 tahun 2024. Metode pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam pembuatan karya dalam tugas akhir ini adalah dengan menggunakan hasil observasi dan wawancara dengan berbagai pihak yang memainkan peran strategis dalam penerbitan buletin *INSA News*. Konsep komunikasi terbagi atas media komunikasi berupa website dan media sosial INSA, jenis atau format perancangan karya, berupa buletin, dan strategi pesan berupa penerapan teknik *copywriting* dalam penulisan buletin. Konsep kreatif yang digunakan mencakup elemen seperti; *concept plan*, *editorial plan*, dan konsep visual. Dalam perancangan karya ini penulis melakukan beberapa tahapan yang dilakukan mulai dari Pra produksi, produksi, hingga pasca produksi.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Pembahasan Karya

##### a. Berita Utama



Pada gambar tersebut penulis akan menjelaskan dengan point-poin berikut ini;

1. **Headline** yang menarik

Judul: Promosikan Wisata Bahari, INSA Gelar INSA *Yacht* Festival 2024". Headline ini menggunakan kata-kata yang menarik, seperti "Promosikan Wisata Bahari", yang menonjolkan nilai utama acara dan menunjukkan perhatian strategis pada pengembangan pariwisata berbasis maritim. Selain itu, istilah "INSA *Yacht* Festival 2024" memberikan konteks khusus yang menunjukkan bahwa acara tersebut tidak hanya eksklusif tetapi juga mendapatkan kredibilitas dengan berafiliasi dengan organisasi maritim terkemuka. Untuk menarik perhatian audiens target, menciptakan perasaan urgensi, dan menumbuhkan minat awal terhadap acara yang diharapkan, kombinasi elemen ini dapat memiliki dampak yang signifikan pada industri pariwisata dan ekonomi maritim.

2. **Body Copy**

Pada bagian ini, penulis menjelaskan acara dengan menggunakan struktur piramida terbalik. Analisisnya adalah sebagai berikut:

a. **Top of Pyramid**

Pada bagian awal, informasi utama disajikan dengan menjawab 5W+1H::

- **Who:** Dewan Pengurus Pusat INSA sebagai penyelenggara
- **What:** INSA *Yacht* Festival 2024
- **Where:** Berlokasi di Bali
- **When:** Dilaksanakan pada 9-11 Agustus 2024
- **Why:** Untuk mendorong investasi, gaya hidup, dan wisata bahari Indonesia
- **How:** Dengan agenda seperti talk show, peluncuran Redikru 2.0, pameran *yacht*, dan *fashion show*.

Penyampaian informasi ini menjawab pertanyaan-pertanyaan utama yang sering muncul saat pertama kali berinteraksi dengan sebuah artikel atau buletin. Metode ini memastikan bahwa pembaca mendapatkan inti pesan tanpa harus membaca teks secara keseluruhan, sekaligus membuat tertarik untuk membaca lebih lanjut tentang peristiwa dan keuntungan yang disajikan dalam artikel.

b. **Middle of the Pyramid**

Penjelasan tambahan yang mendukung inti acara dibuat untuk memperluas pengetahuan, memberikan konteks yang lebih luas, dan menunjukkan nilai-nilai INSA *Yacht* Festival. Elemen-elemen pendukung meliputi:

- **Talk show:** Mencakup masalah strategis seperti tren bisnis maritim, peluang di industri kapal pesiar, standar keselamatan pariwisata bahari, dan prospek pembangunan marina. Tujuan dari diskusi ini adalah

untuk mendorong kerja sama bisnis, menciptakan terobosan baru, dan mempercepat pertumbuhan industri *yacht* sebagai bagian dari lingkungan investasi maritim dan pariwisata.

- Inovasi Teknologi: Redikru 2.0 menjadi salah satu acara dalam kegiatan INSA *Yacht* Festival yang menawarkan platform digital untuk mengelola kru pelayaran dengan fitur seperti pembaruan waktu nyata dan manajemen tenaga kerja yang efektif. Inisiatif ini memperkuat daya saing industri dalam menghadapi tantangan global sekaligus mencerminkan komitmen INSA terhadap transformasi digital di industri pelayaran.
- Dampak Positif: Acara ini membuka peluang investasi baru di kapal *yacht* dan menumbuhkan berbagai lini bisnis terkait. Acara ini juga diharapkan dapat mendorong industri lokal, seperti pembuatan bagian kapal, untuk mengurangi ketergantungan pada impor dan meningkatkan ekonomi domestik.

Pada bagian ini penulis banyak menambahkan kutipan-kutipan dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis untuk memperkaya, memperkuat artikel, dan membuat pembaca merasa tidak bosan dengan tulisan yang monoton tanpa ada kutipan pendukung.

c. *Bottom of the Pyramid*

Informasi di bagian ini adalah tambahan dan bersifat melengkapi. Untuk memperkaya cerita dan menonjolkan inovasi dan kualitas industri dalam negeri, penulis memasukkan acara seperti *fashion show* yang menampilkan barang lokal dan peluncuran *yacht* buatan galangan kapal lokal.

3. *Call to Action (CTA)*

Penulis menambahkan *call of action* (CTA) pada buletin ini untuk menyampaikan informasi sekaligus mendorong pembaca untuk bertindak. CTA tersebut penulis sampaikan dalam kutipan-kutipan seperti pada paragraph terakhir “Kita ingin menggandeng sebanyak-banyaknya pihak, daerah, nasional, maupun internasional untuk sama-sama mensukseskan IYF tidak hanya pada tahun ini, tapi juga IYF tahun-tahun mendatang.” – Ujarnya. CTA dituliskan secara tersirat melalui kutipan ini dengan tujuan agar ajakan untuk berkolaborasi dalam mempromosikan IYF 2024 ditingkat lokal, nasional, dan internasional.

4. Visual dan Desain

Pada buletin ini, diperkaya dengan gambar *yacht* yang menakjubkan, aktivitas *talk show*, dan elemen visual lainnya untuk meningkatkan daya tarik dan mendukung tema wisata bahari mewah. Selain memperkuat pesan tentang peluang besar di bidang ini, desain ini juga sangat menarik. Sementara aktivitas yang ditampilkan menunjukkan kolaborasi dan kreativitas, elemen visual langsung menarik perhatian pembaca.

b. Dunia Pelayaran



1. *Headline* yang menarik

Judul: "Indonesia-Australia Sepakati MoU Cegah Pencemaran Lintas Batas", menjelaskan dan memfokuskan pembaca pada keuntungan langsung dari kerja sama internasional tersebut. Headline ini singkat, jelas, dan langsung ke topik, yaitu kesepakatan penting antara Indonesia dan Australia tentang cara mengatasi pencemaran lintas batas.

Istilah seperti "MoU" menunjukkan profesionalisme dan kerangka formal perjanjian, sementara "Cegah Pencemaran" menunjukkan pentingnya dan urgensi tindakan yang diambil. Tambahan "Lintas Batas" membahas masalah dari tingkat lokal hingga internasional, menekankan pentingnya kerja sama antarnegara dalam memerangi masalah lingkungan yang kompleks. Headline ini tidak hanya informatif tetapi juga menarik pembaca yang peduli dengan kebijakan internasional, masalah lingkungan, dan upaya kolektif untuk menjaga kelestarian Bumi.

## 2. *Body Copy*

Pada bagian ini, penulis menjelaskan acara dengan menggunakan struktur piramida terbalik. Analisisnya adalah sebagai berikut:

### a. *Top of Pyramid*

Pada bagian awal, informasi utama disajikan dengan menjawab 5W+1H:

- *Who:* Kementerian Perhubungan Indonesia dan Pemerintah Australia
- *What:* Penandatanganan MoU dan SOP untuk pencegahan pencemaran laut lintas batas
- *Where:* Jakarta
- *When:* 21 Agustus 2024
- *Why:* Untuk meningkatkan kesiapsiagaan terhadap insiden pencemaran laut, khususnya tumpahan minyak, serta memperkuat kerja sama bilateral.
- *How:* Dengan SOP yang menjadi panduan teknis untuk berbagi informasi dan koordinasi penanggulangan pencemaran lintas batas.

### b. *Middle of the Pyramid*

Pada bagian ini membahas manfaat kerja sama dan kontribusi masing-masing pihak. MoU ini memberikan landasan hukum yang kuat untuk meningkatkan koordinasi lintas negara, yang penting dalam menghadapi ancaman lingkungan global. SOP yang disusun bersama dirancang untuk memberikan arahan yang jelas dalam menangani insiden pencemaran, memastikan setiap langkah yang diambil oleh kedua negara sesuai dengan standar internasional. Penulis melengkapi bagian ini dengan kutipan-kutipan yang menegaskan pernyataan pada kegiatan tersebut, seperti "Lollan Panjaitan, Sekretaris Direktorat Jenderal Perhubungan Laut, menegaskan bahwa MoU dan SOP ini adalah wujud nyata kerjasama bilateral yang solid Indonesia dan Australia". Pernyataan ini menunjukkan bahwa perjanjian ini merupakan langkah konkret untuk meningkatkan hubungan kedua negara sekaligus menjaga ekosistem laut. Kemudian, "Mick Kinley, CEO AMSA, menyoroti pentingnya kolaborasi lintas negara dalam menghadapi pencemaran laut yang merusak ekosistem dan ekonomi pesisir". Hal ini menunjukkan bahwa MoU ini menunjukkan bahwa kedua negara berkomitmen untuk melindungi lingkungan laut dari ancaman yang dapat muncul di masa depan.

### c. *Bottom of the Pyramid*

Bagian ini menyajikan harapan kerjasama antara kedua negara tersebut, mencakup kesepakatan agar menjaga lingkungan laut antar negara dan memperkuat hubungan, untuk menjadi contoh kepada negara internasional dalam melindungi ekosistem laut global. Pada bagian akhir penulis tidak lupa untuk menambahkan sumber informasi, hal ini dilakukan untuk menghindari pelanggaran dalam penulisan.

## 2. *Call to Action (CTA)*

Pada artikel tersebut juga dilengkapi dengan CTA pada paragraf terakhir, berupa "Dengan adanya MoU dan SOP ini, diharapkan kerjasama Indonesia dan Australia dapat lebih terstruktur dalam menjaga lingkungan laut". Hal ini merupakan ajakan untuk saling menjaga ekosistem laut global antar negara. Pada bagian akhir penulis tidak lupa untuk menambahkan sumber informasi, hal ini dilakukan untuk menghindari pelanggaran dalam penulisan.

## 3. *Visual dan Desain*

Foto Penandatanganan MoU memberikan kesan profesional dan cerita kolaborasi bilateral diperkuat oleh perwakilan dari Indonesia dan Australia yang berjabat tangan. Pemilihan font formal dan tata letak yang rapi menciptakan kesan kredibilitas tinggi, yang sejalan dengan tujuan buletin untuk secara efektif menyampaikan informasi penting.

c. Seputar INSA



1. **Headline** yang menarik

Judul: *The 61st FASA Executive Committee Meeting*, penulis bertujuan untuk menekankan kontribusi INSA dalam mendukung maritim Indonesia kerancah internasional.

2. **Body Copy**

a. *Top of Pyramid*

Pada bagian awal, informasi utama disajikan dengan menjawab 5W+1H::

- **Who:** Anggota *Federation of ASEAN Shipowners' Association (FASA)*
- **What:** Pertemuan tahunan dalam membicarakan strategi untuk menghadapi dinamika pasar global maritim
- **Where:** Bali
- **When:** 6-8 Agustus 2024
- **Why:** Untuk meningkatkan kerja sama regional untuk meningkatkan persaingan di industri pelayaran ASEAN, mendorong inovasi, dan mengatasi masalah global seperti efisiensi teknologi dan dekarbonisasi.
- **How:** Menyusun rencana untuk masa depan maritim melalui diskusi strategis, *intimate session*, dan kerja sama antarnegara.

b. *Middle of the Pyramid*

Dalam menghadapi dinamika pasar global yang berubah cepat, pertemuan ini memberikan kesempatan bagi para pemimpin industri pelayaran ASEAN untuk bertukar ide dan pengalaman. Inovasi teknologi untuk dekarbonisasi, regulasi pelayaran yang lebih efisien, dan pengembangan sumber daya manusia yang kompetitif adalah topik utama diskusi. Penulis juga menambahkan kutipan dari Carmelita Hartoto, sebagai presiden FASA “Kita perlu memperkuat fondasi kita dengan strategi yang berfokus pada dekarbonisasi dan penerapan teknologi baru, agar industri perkapalan ASEAN tetap kompetitif di pasar global,” Penulis ingin menjelaskan bagaimana kepemimpinan FASA membantu mengubah sektor perkapalan ASEAN. Selain itu, penulis juga menjelaskan sesi presentasi dari *Deloitte Consulting* dan Biro Pelayaran MLIT Jepang menampilkan tren global dan peluang inovasi di industri pelayaran. Penulis ingin menunjukkan bagaimana FASA tidak hanya memperkenalkan tren global dan peluang inovasi, tetapi juga membantu peserta memahami dinamika industri pelayaran. Diharapkan bahwa ini akan memberikan inspirasi kepada pembaca tentang pentingnya kegiatan ini sebagai platform untuk meningkatkan pemahaman strategis dan merumuskan langkah konkret untuk masa depan industri pelayaran ASEAN.

c. *Bottom of the Pyramid*

Dalam bagian akhir artikel, penulis menyampaikan hasil spesifik dari pertemuan yang dibahas. Ini termasuk saran strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional, mendukung dekarbonisasi, dan meningkatkan daya





Buletin ini bertujuan untuk meningkatkan keterbacaan dan pengalaman membaca dengan menggunakan teknik *copywriting* seperti *headline* yang menarik, struktur piramida terbalik, dan elemen visual yang mendukung. Proses produksi buletin terdiri dari beberapa tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, yang dilakukan secara sistematis, dan detail. Riset, observasi, dan wawancara juga dilakukan untuk memastikan agar hasil buletin sesuai dengan kebutuhan organisasi dan audiens. Hasil dari buletin INSA *News* edisi 8 tahun 2024, telah dipublikasikan pada pertengahan bulan September 2024. Penulis berharap dengan karya ini, buletin INSA *News* tidak hanya menjadi sumber informasi tetapi juga menjadi alat strategis untuk meningkatkan komunikasi dan meningkatkan reputasi INSA di mata masyarakat, meningkatkan keterlibatan pembaca, mendukung upaya INSA dalam mendukung sektor maritim Indonesia, dan memberikan perspektif strategis yang bermanfaat tentang industri pelayaran melalui konten yang informatif, menarik, dan relevan. Buletin INSA *News* Edisi 8 Tahun 2024 ini diharapkan dapat menjadi referensi atau menjadi rujukan bagi pembuatan dan penulisan karya akhir selanjutnya dalam kajian bidang Ilmu Komunikasi. Penulis berharap perancangan karya ini dapat dijadikan bahan referensi bagi beberapa organisasi maupun instansi dan praktisi komunikasi dalam menyampaikan sebuah pesan yang ingin disampaikan dalam sebuah buletin yang berusaha untuk menarik perhatian masyarakat.

## REFERENSI

- Chen, Y., & Zhang, X. (2019). The Influence of Copywriting on Reader Engagement in Digital Communication Channels. *Journal of Communication Studies*, 18(4), 123-140.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fridayanthie, Mahdiati, 2016, Rancang Bangun Sistem Informasi Permintaan ATK Berbasis Intranet, *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, Vol. 4, No. 2
- Iriantara, Y. (2019). HUMAS PEMERINTAH 4.0. *Media Nusantara*, 16(1), 13–26
- Jin, Y., Lin, J., & Austin, L. (2020). Examining the role of technology in crisis communication: From communication to engagement in a digitally networked era. *Journal of Public Relations Research*, 32(1-2), 47-62.
- Landa, R. (2018). *Graphic design solutions* (6th ed.). Cengage Learning.
- Marchanda, F., & Akmaluddin, T. (2023). Dinamika media komunikasi: Tantangan, peluang, dan transformasi dalam era digital. *ENCOMMUNICATION: Journal of Communication Studies*, 1(2), 156–167.
- Miller, P. (2019). Effective communication in the maritime industry: The role of bulletins. *Maritime Studies*, 12(2), 145-160.
- Pratama, A. H., & Lestari, D. N. (2021). Peran Copywriting dalam Strategi Komunikasi Organisasi di Era Digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 9(2), 112–125.
- Rafi'I, (2024). *Asmara Copywriting dan Digitalisasi*. CV Widina Media Utama.
- Reni, Hadi, I. P., & Yoanita, D. (2021). Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Menghadapi Sibling Rivalry Pendahuluan. *Jurnal E-Komunikasi*, 9(2), 1–12.
- Riyanto, Kurniawati, 2018, Rancang Bangun Website Desa Kresek-Madiun untuk Media Informasi Potensi Wisata Alam dan Kuliner, *Jurnal Sistem Informasi Ilmu Komputer Prima* Vol.1, No.2.
- Santosa, R. B., & Rahman, A. (2019). Peran Strategis Bahasa dalam Komunikasi Organisasi: Studi pada Publikasi Media Internal. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 11(3), 45–60.



## Implementasi Copywriting dalam Pembuatan Buletin INSA News Edisi 8 Tahun 2024

ORIGINALITY REPORT

# 10%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://e-journal.sari-mutiara.ac.id">e-journal.sari-mutiara.ac.id</a> Internet	57 words — 1%
2	<a href="http://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id">openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id</a> Internet	28 words — 1%
3	<a href="http://www.viva.co.id">www.viva.co.id</a> Internet	26 words — 1%
4	<a href="http://insa.or.id">insa.or.id</a> Internet	25 words — 1%
5	<a href="http://communication.binus.ac.id">communication.binus.ac.id</a> Internet	24 words — 1%
6	<a href="http://journal.iainlangsa.ac.id">journal.iainlangsa.ac.id</a> Internet	23 words — 1%
7	<a href="http://insajaya.com">insajaya.com</a> Internet	20 words — < 1%
8	<a href="http://ejournalwiraraja.com">ejournalwiraraja.com</a> Internet	19 words — < 1%
9	<a href="http://repository.umj.ac.id">repository.umj.ac.id</a> Internet	13 words — < 1%

