

**PERAN COPYWRITER DALAM PRODUKSI SCRIPT KONTEN
MEDIA SOSIAL PADA PORTAL MEDIA ONLINE
MANTRAIDEA.COM**

LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA MANAJEMEN NEWS WEBSITE

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Program Studi Ilmu
Komunikasi



Oleh:

Lailia Nor Agustina

202010040311182

Dosen Pembimbing:

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

PERAN COPYWRITER DALAM PRODUKSI SCRIPT KONTEN
MEDIA SOSIAL PADA PORTAL MEDIA ONLINE
MANTRAIDEA.COM

Diajukan Oleh :

LAILIA NOR AGUSTINA
202010040311182

Telah disetujui
Kamis / 9 Januari 2025

Pembimbing I



Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

Wakil Dekan I



Najamuddin Khairul Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

LAILIA NOR AGUSTINA




202010040311182

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Kamis, 9 Januari 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Aditya Dwi Putra Bhakti,**
S.Sn., M.Med.Kom ()
2. **Rahadi, M.Si** ()
3. **Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si** ()


Mengetahui

Wakil Dekan I **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Najamuddin, Kelainas Bijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(XII)/(2024)

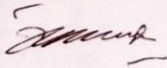
Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Lailia Nor Agustina
No. Induk Mahasiswa	: 202010040311182
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Peran Copywriter dalam Menyunting Berita dan Produksi Script Konten Media Sosial pada Portal Media Online Mantraidea.com


Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 21 Desember 2024

Dosen Pembimbing



Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si



Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 253 (Hunting) F: +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 582 060	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P: +62 341 464 319 (Hunting) F: +62 341 463 435 E: webmaster@umm.ac.id
---	---	--

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Lailia Nor Agustina
NIM : 202010040311182
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Peran *Copywriter* dalam Menyunting Berita dan Produksi Script Konten Media Sosial pada Portal Media Online Mantraidea.com

Disetujui,
Pembimbing

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos., M.Si.



Kampus I
Jl. Bondowoso 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 450 435

Kampus II
Jl. Bendungan Salawo No 155 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 145 (Hunting)
F: +62 341 552 050

Kampus III
Jl. Raya Tenggaman No 266 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 484 318 (Hunting)
F: +62 341 483 435
E: webmaster@umma.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Lailia Nor Agustina
NIM : 202010040311182
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Peran *Copywriter* dalam Menyunting Berita dan Produksi Script Konten Media Sosial pada Portal Media Online Mantraidea.com

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

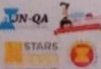
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 21 Desember 2024

Yang Menyatakan,



Lailia Nor Agustina



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 466 435

Kampus II

Jl. Bembungan Sukani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 582 003

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29



TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

Peran *Copywriter* dalam Menyunting Berita dan Produksi Script Konten Media Sosial pada Portal Media Online Mantraidea.com

Oleh:

Nama : Lailia Nor Agustina

NIM : 202010040311182

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 21 Desember 2024

Pembimbing I/Promotor

Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

NIP. 10397090342



(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I

Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Pusat)
F: +62 341 400 435


Kampus II

Jl. Bunderungan Sukarno No. 150 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Pusat)
F: +62 341 502 600

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 404 378 (Pusat)
F: +62 341 400 435
E: info@umma.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : LAILA NOR AGUSTINA
NIM : 202010040311182


Hasil Plagiasi : $\frac{21}{12}$

BAB I	12			
BAB II	13			
BAB III	2			

$\frac{21}{12}$

BAB IV	11			
BAB V	0			
BAB VI	0			

Malang, 21 Desember 2024
Admin Plagiasi Prodi,
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

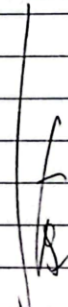

M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : Lailia Nor Agustina
NIM : 202010040311182
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Judul TA Karya : Peran Copywriter dalam Menyunting Berita dan Produksi Script Konten
Media Sosial pada Portal Media Online Mantraidea.com

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Tugas Akhir Karya	Paraf Pembimbing
4 Juni 2024	Konsultasi Produksi Tugas Akhir	
12 Oktober 2024	Revisi BAB I-III	
19 Oktober 2024	Konsultasi BAB IV-VI	
26 Oktober 2024	Revisi BAB V	
24 November 2024	ACC BAB I-VI	
30 November 2024	ACC Pendaftaran Seminar Hasil	
21 Desember 2024	ACC Revisi Seminar Hasil	

Malang, 21 Desember 2024

Pembimbing



Dr. Joko Susilo, M.Sos., MSi

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari, Rabu tanggal 11 Desember tahun 2024
Telah dilaksanakan Seminar Hasil Tugas Akhir Karya oleh:

Nama	Lailia Nor Agustina
NIM	202010040311182
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi / Jurnalistik
Judul Proposal	Peran Copywriter dalam Menyunting Berita dan Produksi Script Konten Media Sosial pada Portal Media Online Mantraidea.com

Dihadiri oleh:

1. Dosen Pembimbing : Dr. Joko Susilo S.Sos., M.si
2. Dosen Penguji : Aditya Dwi Putra Bakti, M.Med.,Kom

Dan sejumlah 16 Mahasiswa (presensi terlampir)

Penyajian dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 21 Desember 2024

Dosen Pembimbing




Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si

Dosen Penguji



Aditya Dwi Putra Bakti, M.Med., Kom

Mengetahui,
Kaprosdi/Sekprodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos, M.Si

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL

Lailia Nor Agustina – 202010040311182

No.	Nama	NIM	Prodi
1	Dafa Wahyu Pratama	202010040311234	Ilmu Komunikasi
2	Wahyu Orazah	202010040311248	Ilmu Komunikasi
3	Rendi Andika Putra	202010040311156	Ilmu Komunikasi
4	Tsani Rahmawati	202010040311165	Ilmu Komunikasi
5	Ramadhani Aldilla	202010040311180	Ilmu Komunikasi
6	Ratna Dianasari	202010040311363	Ilmu Komunikasi
7	Moh. Rifqi fahmi	202010030311133	Ilmu Komunikasi
8	Nur Azizah Maulidiyah	202010040311461	Ilmu Komunikasi
9	Devinda Amalia Nurazzah	202010040311554	Ilmu Komunikasi
10	Dinda Oktavia	202010040311609	Ilmu Komunikasi
11	Mohammad Farrel Alvaricky	202010040311553	Ilmu Komunikasi
12	Lutfan Dani Fadhila	202010040311151	Ilmu Komunikasi
13	Nuraisia Januarti	202110040311215	Ilmu Komunikasi
14	Erfin Putri Ramadhani	202110040311397	Ilmu Komunikasi
15	Erfina Putri Ramadhani	202110040311396	Ilmu Komunikasi
16	Adinda Fitri Annisa	202110040311140	Ilmu Komunikasi

ABSTRAK

Abstrak

LAILIA NOR AGUSTINA, 202010040311182, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, "Peran Copywriter dalam Produksi Script Konten Media Sosial pada Portal Media Online Mantraidea.com", 116 halaman, 32 gambar, Referensi: 14 Jurnal, 9 Buku, 4 Artikel Online, Pembimbing: Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.

Kata Kunci : Copywriter, Media Sosial, Media Online

Peran teknologi dalam mendukung kecepatan akses informasi kian menguat. Berbagai inovasi hadir, khususnya dalam aspek komunikasi yang memerlukan media untuk menyalurkan sebuah pesan efektif. Terlebih, riset Reuters Institute bertajuk 'Digital News Report 2023' menunjukkan sebanyak 84% responden Indonesia menggunakan media *online* sebagai rujukan mencari berita. Kesempatan ini ditangkap oleh Mantraidea.com untuk memberikan informasi dengan topik khusus ekonomi kreatif (ekraf) yang didasari pada kontribusi sektor bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, laporan ini disusun untuk menjawab, bagaimana peran *copywriter* dalam produksi *script* konten media sosial pada portal media *online* Mantraidea.com.

Mengacu pada hal tersebut, laporan ini menggunakan teori new media mengkaji adanya proses komunikasi secara timbal balik atau dua arah dari pengguna media. Dengan salah satu karakteristik new media adalah kecepatan informasi yang harus diimbangi dengan kredibilitas sumber dan kualitas tulisan. Maka perlu menggunakan teknik *copywriting* dengan formula AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) yang bertujuan dapat mempengaruhi pembaca.

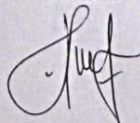
Tahapan pra-produksi karya Mantraidea.com menggunakan data primer dengan melakukan wawancara dan observasi langsung. Serta, menggunakan data sekunder dari hasil riset jurnal dan artikel media lain. Selain media online, Mantraidea memanfaatkan media sosial sebagai media promosi berita dengan narasi ringan dan singkat.

Pada produksi Mantraidea.com, penulis sebagai *copywriter* bertugas untuk membuat *script* konten media sosial Mantraidea yang meliputi naskah *feed*, naskah *voice over*, *caption*, dan pemilihan *hashtag*. Dari April 2024 hingga Oktober 2024, Mantraidea.com memproduksi 163 karya di tujuh rubrikasi yaitu Kulinova, Digital, Jendela Karya, Pelipur, Toserba, Fesyen, dan Tontonan.

Malang, 14 Januari 2025

Menyetujui,
Pembimbing

Peneliti



Lailia Nor Agustina



Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan penulis kekuatan, kelancaran, dan kesehatan sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir *management news website* berjudul “**Peran Copywriter dalam Produksi Script Konten Media Sosial pada Portal Media Online Mantraidea.com**”.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini masih jauh dari kata sempurna yang didasari oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dalam kepenulisan laporan tugas akhir oleh penulis. Dalam penyelesaian penulisan laporan ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, ilmu, dan dukungan dari banyak pihak secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih secara tulus dan tak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan penulis arahan, kemudahan, keyakinan, keberanian, dan kekuatan sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan ini.
2. Kedua orang tua penulis, Muhammad Nur dan Enggar Suratzilah yang selalu memberikan doa, semangat, dan apresiasi terbesar kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga di bangku perkuliahan. Terima kasih atas segala kasih sayang, sehingga penulis termotivasi untuk terus berjuang dalam menyelesaikan pendidikan S1 dan menggapai impian penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Prof. Dr. Muslimin, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Nasrullah, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Dr. Joko Susilo, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan semangat, bantuan, serta masukan untuk pengerjaan Tugas Akhir Karya Management News Website ini.
7. Seluruh dosen, staff, dan karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

8. Keluarga besar yang selalu memberikan *support* dan menemani penulis dalam produksi berita dari awal hingga laporan ini selesai.
9. Tim Mantraidea yang terus kebersamai penulis, memberikan arahan ketika penulis mulai *overthinking* terhadap beberapa hal, dan menerima segala bentuk cerita dari penulis.
10. Arindra Dwi Mahesta selaku sahabat penulis yang telah menjadi bagian dari keluarga, teman-teman magang khususnya Devi Widiastuti dan Dita Ismawanda, serta ‘Mringis’ yaitu Nabilah, Nadia Agustin Kusuma, Ramadhani Aldilla, dan Tsani Rahmawati yang selalu menemani, merayakan, menghibur, dan mendukung satu sama lain.
11. Seluruh narasumber yang telah membantu penulis mendapatkan informasi, terima kasih telah bersedia untuk diwawancarai.
12. Terakhir kepada penulis yang telah berhasil meyakinkan diri bahwa dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik. Terima kasih telah berjuang melawan rasa takut dan tidak terlena dengan cerita orang lain yang membuat semangat itu menurun.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan tugas akhir manajemen news website ini masih banyak kekurangan. Oleh karenanya, penulis menerima segala kritik dan masukan yang membangun demi tercapainya tujuan baik dari laporan ini. Besar harapan penulis agar laporan ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya, terutama bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang sedang mengerjakan laporan tugas akhir.

Penulis

Lailia Nor Agustina

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Produksi Media Online	4
1.4 Manfaat Produksi Media Online	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Komunikasi Massa	6
2.2 Media Baru dalam Jurnalistik	7
2.3 Jurnalisme Online	9
2.4 Media Sosial	11
2.5 Nilai Berita dan Bahasa Jurnalistik	12
2.6 Etika Penulisan Jurnalistik	15
2.8 Kode Etik Jurnalistik	16
2.9 Pedoman Pemberitaan Media Siber	17
2.10 Penulisan Copywriting	19
BAB III	21

PRA PRODUKSI DAN PERENCANAAN MANTRAIDEA.COM	21
3.1 Pembentukan Tim Redaksi	21
3.2 Riset Pra Produksi	22
3.2.1 Riset Isi Pemberitaan	22
3.2.2 Survei Konten	23
3.2.3 Survei Tampilan <i>Landing Page</i>	25
3.2.4 Survei Penggunaan Sosial Media	26
3.3 Penentuan Target Audiens	27
3.4 Penentuan Rubrikasi	27
3.5 Linimasa Pra-Produksi	30
3.6 Standar Operasional Prosedur (SOP)	31
3.6.1 Standar Reputase	31
3.6.2 Standar Kepenulisan	32
3.6.3 Standar Penulisan Judul	34
3.6.4 Standar Deadline	35
3.6.5 Penyuntingan Naskah	36
3.6.6 Standar Media Sosial	37
3.7 Penggunaan Kata Sapaan	37
3.8 Alur Kerja (<i>Workflow</i>)	38
3.9 Kebijakan Redaksi	39
BAB IV	41
PRODUKSI KARYA MANTRAIDEA.COM	41
4.1 Pembuatan Website	41
4.2 Pembuatan Sosial Media	42
4.3 Daftar Karya Bersama	43
4.4 Daftar Karya Individu	43
4.5 Penggunaan Artificial Intelligence (AI)	52
BAB V	54
PASCA PRODUKSI MANTRAIDEA.COM	54
5.1 Identitas Mantraidea.com	54
5.1.1 Tampilan Portal Media Mantraidea.com	54
5.1.2 Tampilan Instagram	57
5.1.3 Tampilan TikTok	59
5.2 Rekap Data Hasil Google Analytic	60

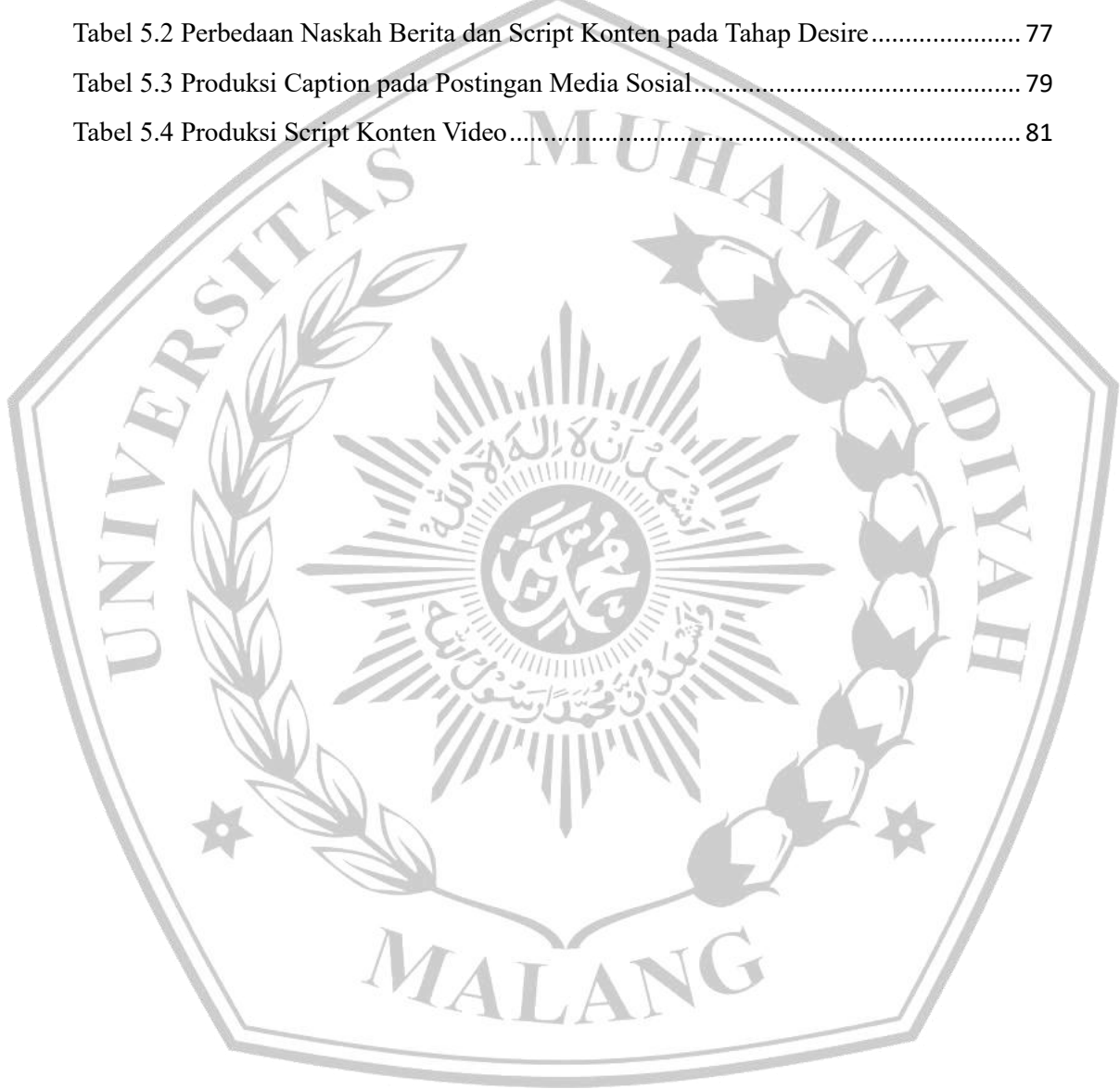
5.2.1 Ringkasan Audiens	60
5.2.2 Bahasa	60
5.2.3 Negara	61
5.2.4 Saluran Audiens	63
5.2.3 Halaman Populer	63
5.3 Rekap Data Hasil Media Sosial.....	64
5.3.1 Instagram.....	64
5.3.2 TikTok.....	65
5.4 Analisis SWOT.....	66
5.4.1 Analisis SWOT Mantraidea.com.....	66
5.4.2 Analisis SWOT Copywriter Mantraidea.com.....	68
5.5 Rekognisi Media.....	70
5.6 Refleksi Peran.....	71
5.6.1 Pra Produksi.....	71
5.6.2 Produksi.....	72
5.7 Refleksi Sebagai Jurnalis.....	82
5.8 Hasil Temuan	84
5.9 Kolaborasi Mantraidea.com	84
BAB VI.....	88
PENUTUP.....	88
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	xix
LAMPIRAN.....	xxii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Diagram Survei Topik Berita	24
Gambar 3. 2 Diagram Survei Daya Tarik Pembaca	24
Gambar 3. 3 Diagram Survei Daya Tarik Ekraf.....	25
Gambar 3. 4 Diagram Survei Ketertarikan Landing Page	25
Gambar 3. 5 Diagram Survei Kelemahan Website	26
Gambar 3. 6 Diagram Survei Sosial Media	26
Gambar 3. 7 Diagram Target Audiens.....	27
Gambar 3. 8 Diagram Survei Rubrikasi.....	28
Gambar 4. 1 Penggunaan AI pada Gambar Pendukung.....	53
Gambar 5. 1 Tampilan Landing Page Mantraidea.com.....	55
Gambar 5. 2 Tampilan Banner Mantraidea.com	55
Gambar 5. 3 Tampilan Infografis pada Landing Page Mantraidea.com	56
Gambar 5. 4 Tampilan Infografis pada Landing Page Mantraidea.com	57
Gambar 5. 5 Tampilan desktop akun Instagram @Mantraidea.....	58
Gambar 5. 6 Tampilan feed akun Instagram @Mantraidea	59
Gambar 5. 7 Tampilan ringkasan audiens berdasar Google Analytic	60
Gambar 5. 8 Tampilan ringkasan audiens berdasar bahasa.....	61
Gambar 5. 9 Tampilan ringkasan audiens berdasar negara	61
Gambar 5. 10 Tampilan ringkasan audiens berdasar kota.....	62
Gambar 5. 11 Tampilan ringkasan audiens berdasar perangkat	62
Gambar 5. 12 Total Audiens Mantraidea.com	63
Gambar 5. 13 Tampilan Halaman Populer.....	64
Gambar 5. 14 Jumlah Interaksi Instagram	65
Gambar 5. 15 Tampilan Analisis TikTok	66
Gambar 5. 16 Tampilan Komentar Pembaca Mantraidea.com	70
Gambar 5. 17 Tampilan komentar pengikut akun Instagram Mantraidea	71
Gambar 5. 21 Slide 1 Postingan Media Sosial.....	74
Gambar 5. 22 Penggunaan Judul Konten dan Berita Disamakan	74
Gambar 5. 23 Tampilan Daftar Topik Berita.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Linimasa.....	30
Tabel 4.1 Detail Karya Bersama.....	43
Tabel 4.2 Detail Karya Individu.....	44
Tabel 5.1 Perbedaan Naskah Berita dan Script Media Sosial Tahap Interest.....	75
Tabel 5.2 Perbedaan Naskah Berita dan Script Konten pada Tahap Desire.....	77
Tabel 5.3 Produksi Caption pada Postingan Media Sosial.....	79
Tabel 5.4 Produksi Script Konten Video.....	81



DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A., Sihabudin, A., & Duku, S. (2023). TREND JURNALISME ONLINE PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Jurnalisme Online Dalam Akun Tiktok @Sripoku.com). *Jurnal Multidisipliner Kapalamada*, 2(01). <https://doi.org/10.62668/kapalamada.v2i01.522>
- Annur, C. M. (2023, Juni 16). *Meski Trennya Turun, Media Online Tetap jadi Sumber Berita Utama Masyarakat Indonesia*. Databoks.
- Ariadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi Sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Anak Hebat Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Ekonomi Indonesia Tahun 2022 Tumbuh 5,31 Persen*. Badan Pusat Statistik.
- Dewan Pers. (2013). *Pers Berkualitas, Masyarakat Cerdas* (B. Nugroho & Samsuri, Ed.). Dewan Pers.
- Gushevinalti, G., Suminar, P., & Sunaryanto, H. (2020). TRANSFORMASI KARAKTERISTIK KOMUNIKASI DI ERA KONVERGENSI MEDIA. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01). <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2069>
- Hadi P, I., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2021). *Komunikasi Massa* (Qiara Media, Ed.). Qiara Media.
- Indonesia Social Media Statistics 2024 Most Popular Platforms*. (2024, Desember 2). The Global Statistics.
- Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Meisyanti, Rahmawati, K. J., & Nugroho, H. (2022). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *IKRAITH Humaniora*, 6(2), 136–145.
- Khumaedi, T. (2020). *Jurnalistik Dasar: Trik Menulis Artikel Opini di Media Cetak & Online bagi Mahasiswa dan Pelajar* (F. Radiva, Ed.; Pertama). DOTPLUS Publisher.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Hayati, N. (2022). KOMUNIKASI MASSA. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11923>

- Lavinda. (2023, Mei 16). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215 Juta Jiwa pada 2023, Naik 1,17%*. Katadata.co.id.
- Mahyuddin. (2019). *Sosiologi Komunikasi: (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas*.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 02(01).
- Qorib Ahmad, Saragih, Y., & Suwandi. (2019). *Pengantar Jurnalistik* (Guepedia, Ed.). Guepedia.
- Rahman, S. (2016). Buku Pintar SEO. Dalam *PT ELEX MEDIA KOMPUTINDO*.
- Ratih Siti Aminah, R. S. A., & Dalimunthe, W. Y. (2024). PENERAPAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PADA PEMBERITAAN DI MEDIA SIBER. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(1), 73–87. <https://doi.org/10.59408/jnk.v3i1.39>
- Rizha, F. (2021). Jurnalisme Online: Problematika dan Model Pemberitaan Masa Kini. *Book Series Jurnalisme Kontemporer: Etika Dan Bisnis*
- Rusman, F. (2023). *DIMENSI-DIMENSI KOMUNIKASI ANTARMANUSIA*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sardiyah, N. (2020). *Penyuntingan pada Media Daring*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ancd5>
- Siregar, A. (2000). Media Pers Dan Negara: Keluar Dari Hegemoni. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(2).
- Suciati, T. N., & Fauziah, N. (2020). LAYAK BERITA KE LAYAK JUAL: NILAI BERITA JURNALISME ONLINE INDONESIA DI ERA ATTENTION ECONOMY. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3(1), 51–69. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v3i1.105>
- Sulistyowati, F. (2013). Organisasi Profesi Jurnalis dan Kode Etik Jurnalistik. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 3(2). <https://doi.org/10.24002/jik.v3i2.234>
- Waridah, W. (2018). Ragam Bahasa Jurnalistik. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(2). <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i2.1822>
- Waris, A., Rahmawati, R., Anjari, B. G., & Murtiyanto, R. K. (2024). Copywriting Sebagai Pendukung Promosi Berbasis WEB. *Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi & Bisnis*, 5(1).

- Winda Kustiawan, Ja'far, J., Ali Akbar Siregar, Anggi Martuah Purba, & Mahadir Muhammad. (2022). MANAJEMEN MEDIA ONLINE. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 2(2). <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i2.169>
- Yusuf, M. F. (2020). JURNALISME ONLINE Konsep, Teori, Praktik dan Analisis Komparasi Bias. Dalam *JURNALISME ONLINE Konsep, Teori, Praktik dan Analisis Komparasi Bias* (Vol. 1, Nomor 1).

Skripsi

- Haliza, V. N. (2023). *Peran Editor Naskah dalam Menjaga Kualitas Artikel Sesuai Kaidah Jurnalistik dalam Portal Berita Bertema Food Journalism Kanekabe.com*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Noor, R. (2024). *Peran Editor Pada Media Online DioraMalang.com*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Vrasdika, A. J. (2022). *Peran Editor Naskah dalam Pengelolaan Portal Berita Online Nusabudaya.com*. Universitas Muhammadiyah Malang.