

**ANALISIS ELEMEN COPYWRITING PADA UNGGAHAN FEEDS**

**INSTAGRAM INSTANSI PEMERINTAH : AKUN**

**@DISKOMINFOKOTASEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi  
guna memenuhi salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar sarjana strata-1  
dalam Ilmu Komunikasi



**GRACIELLA MARIA CANDRA**

**21.M1.0020**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2025**

**ANALISIS ELEMEN COPYWRITING PADA UNGGAHAN FEEDS**

**INSTAGRAM INSTANSI PEMERINTAH : AKUN**

**@DISKOMINFOKOTASEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi  
guna memenuhi salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar sarjana strata-1  
dalam Ilmu Komunikasi



**GRACIELLA MARIA CANDRA**

**21.M1.0020**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2025**

## ABSTRACT

*Diskominfo Kota Semarang has used Instagram to provide information about educational insights to the people of Semarang City. Uploading feeds in an Instagram account must be supported by visuals and interesting message writing, otherwise known as copywriting. This research uses the concept of social media (Instagram) and copywriting elements as well as the Elaboration Likelihood Model (ELM) theory supported by central and peripheral pathways. Morissan (2013) mentions that sometimes evaluate information critically but sometimes information can be evaluated in a simple way without critical thinking. Researcher used a research method in the form of a case study with descriptive qualitative research and content analysis. The data collection techniques used by researchers in this study are observation, in-depth interviews, and documents. The research method that researchers use for sampling is by selecting informants deliberately or directly based on certain criteria which will be used to ensure that the selected participants or informants have experiences, characteristics, or knowledge relevant to the research called purposive and collection techniques that initially start with a small number of initial informants, then they recommend or introduce researchers to other suitable participants, called snowball. The limitation of the upload period that the researcher will use is from November 21, 2024 to January 23, 2025. The combination of copywriting elements (such as headline, benefit, offer, proof, and F.A.Q) and attractive visual design can strengthen the effectiveness of delivering messages to audiences through Instagram. That way, the delivery of in-depth messages can still be conveyed, because it has been supported by attractive visuals.*

*Keywords: audience, copywriting elements, information, instagram, message, social media, and visual*

## ABSTRAK

Diskominfo Kota Semarang telah menggunakan Instagram untuk memberikan informasi seputar wawasan edukatif kepada masyarakat Kota Semarang. Unggahan feeds dalam akun Instagram harus didukung dengan adanya visual dan penulisan pesan yang menarik, atau dikenal dengan istilah *copywriting*. Penelitian ini menggunakan konsep media sosial (Instagram) dan elemen *copywriting* serta penggunaan teori *Elaboration Likelihood Model* (ELM) yang didukung dengan jalur sentral maupun jalur periferal. Morissan (2013) menyebutkan bahwa terkadang mengevaluasi suatu informasi secara kritis namun terkadang suatu informasi dapat dievaluasi dengan cara sederhana tanpa pemikiran yang kritis. Peneliti menggunakan metode penelitian berupa studi kasus dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan analisis konten. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumen. Metode penelitian yang peneliti gunakan untuk pengambilan sampel yaitu dengan cara pemilihan informan dengan sengaja atau langsung berdasarkan kriteria tertentu yang nantinya digunakan untuk memastikan bahwa partisipan atau informan yang dipilih memiliki pengalaman, karakteristik, atau pengetahuan yang relevan dengan penelitian disebut dengan *purposive* dan teknik pengumpulan yang pada awalnya dimulai dengan sejumlah kecil informan awal, kemudian mereka merekomendasikan atau memperkenalkan peneliti kepada partisipan lain yang sesuai, disebut dengan *snowball*. Adapun batasan periode unggahan yang akan peneliti gunakan yaitu dari tanggal 21 November 2024 hingga 23 Januari 2025. Kombinasi antara elemen *copywriting* (seperti *headline*, *benefit*, *offer*, *proof*, and *F.A.Q*) dan desain visual yang menarik mampu memperkuat efektivitas penyampaian pesan kepada khalayak melalui Instagram. Dengan begitu, penyampaian pesan secara mendalam tetap dapat tersampaikan, karena telah didukung dengan visual yang menarik.

Kata Kunci: elemen *copywriting*, informasi, instagram, media sosial, khalayak, pesan, dan visual.