



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

INTERNSHIP REPORT



IMPLEMENTATION OF COPYWRITING STRATEGIES IN OPTIMIZING SOCIAL MEDIA MARKETING AT DAYALIMA GROUP

NUSYURA DIENI KHALISA

2308411042

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**ENGLISH FOR BUSINESS AND PROFESSIONAL
COMMUNICATION**

BUSINESS ADMINISTRATION DEPARTMENT

DEPOK

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

STATEMENT OF APPROVAL

STATEMENT OF APPROVAL

- a. Title : Implementation of Copywriting Strategies in Optimizing Social Media Marketing at Dayalima Group
- b. Author
 - 3) Name : Nusyura Dieni Khalisa
 - 4) Student ID No. : 2308411042
- c. Study Program : English for Business and Professional Communication
- d. Departement : Business Administration
- e. Duration of Internship : 19 January 2026 - 19 April 2026
- f. Place of Internship : Kantor Taman E3.3 Unit B 3-3A, Kawasan Mega Kuningan, DKI Jakarta 12950

Supervisor of PNJ
Jakarta, 02 June 2026
Company Supervisor

Fanny Puji Rakhmi, S.Hum. M.Hum
EIN. 196201291988111001

Radhitya Budiputranto
EIN. 2252540

Approved by,
Head of BISPRO Study Program

Farizka Humolungo, S.Pd., M.A.
NIP. 199103022023212042



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PREFACE

Praise and gratitude the author expresses to God Almighty for all His blessings and grace, which have made it possible for the author to complete this Internship Report. This report was prepared to fulfill the internship requirements of the English for Business and Professional Communication (BISPRO) Study Program, Business Administration Department, Politeknik Negeri Jakarta. The author would like to take this opportunity to express sincere gratitude to all parties who have provided valuable support, guidance, and assistance throughout the preparation and completion of this Internship Report, particularly to:

1. Farizka Humolungo, S.Pd., M.A., as the Coordinator of English for Business and Professional Communication Study Program.
2. Fanny Puji Rakhmi, S.Hum., M.Hum., as the Academic Supervisor, for her invaluable guidance, constructive feedback, as well as the time and attention throughout the preparation of this report.
3. Mba Novi Laurina, as the Director of Dayalima Group, and Mas Radhitya Budiputranto, as the Head of Marketing, for the trust and opportunity given to the author to undertake the internship program.
4. All members of Marketing at Dayalima Group for their continuous support, guidance, and assistance throughout the internship period.
5. The author's beloved family and close friends for their support, prayers, and encouragement, which have motivated the author throughout the completion of this report.

The author hopes that this Internship Report will provide useful insights and benefits to the readers. May God Almighty bless and reward everyone who has contributed to the completion of this report.

Depok, 12 June 2026

Nusyura Dieni Khalisa



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

TABLE OF CONTENT

STATEMENT OF APPROVAL	ii
PREFACE	iii
TABLE OF CONTENT	iv
LIST OF TABLES	iv
LIST OF FIGURES	iv
CHAPTER I	1
1.1 Background	1
1.2 Scope of Activity	2
1.3 Time and Place of Activities	3
1.4 Objectives and Benefits	4
1.4.1 Objectives of the Internship	4
1.4.2 Benefits	4
CHAPTER II	5
2.1 Social Media Marketing	5
2.1.1 Definition and Role of Social Media Marketing	5
2.1.2 The Use of Instagram dan LinkedIn as Social Media Marketing Channels.....	6
2.2 Copywriting.....	8
2.2.1 Definition and Purpose of Copywriting.....	8
2.2.2 Copywriting Strategies	9
2.2.3 The Role of Copywriting in Marketing	11
CHAPTER III	13
3.1 Work Unit of The Internship	13
3.2 Description of Internship Activities	14
3.3 Discussion of Internship Results	18
3.3.1. Content Creation Workflow.....	19
3.3.2 Implementation of Copywriting Strategies.....	19
3.3.3 Trending Topic Research and LinkedIn Content Planning	24
3.4 Identification of Challenges	27
3.4.1 Challenges in Task Performance	28



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.4.2 Solutions Implemented	29
CHAPTER IV	30
4.1 Conclusion.....	30
4.2 Recommendation.....	31
REFERENCES.....	33
APPENDIX.....	vi

LIST OF TABLES

Table 3.1 Weeekly Internship Logbook.....	15
Table 3.2 AIDA Formula Analysis of the Caption	22

LIST OF FIGURES

Figure 3.1 Organizational Structure of Dayalima Group.....	14
--	----

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

CHAPTER I INTRODUCTION

1.1 Background

In today's era of rapid technological advancement and digital transformation, the demand for graduates who are ready to enter the workforce continues to increase. Higher education institutions are expected not only to equip students with academic knowledge but also to prepare them for the challenges and demands of the professional world. To support this objective, Politeknik Negeri Jakarta requires students to participate in the Internship Program as part of the academic curriculum.

The internship program provides students with valuable opportunities to gain practical experience, develop professional skills, and understand how theories learned in the classroom are applied in the workplace. For the author, a student of the English for Business and Professional Communication (BISPRO) Study Program, this program served as a meaningful opportunity to apply communication and writing skills that had been acquired during formal education.

The author completed the internship at Dayalima Group, a consulting company specializing in Human Resource (HR) and Leadership Development. The company has played an important role in helping organizations across various sectors enhance their human capital, ranging from leadership competency development and professional training to strategic HR solutions. This internship was expected to serve as a valuable foundation for the author in developing professional writing and communication skills.

As digital communication becomes increasingly important in business, Dayalima Group has recognized the importance of maintaining a strong digital presence to reach a wider audience. The rapid growth of social media in recent years has fundamentally changed how companies communicate with their audiences.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Platforms such as Instagram and LinkedIn have become primary channels for reaching potential clients, building brand awareness, and strengthening a company's digital image. In line with this shift, Dayalima Group has actively developed its digital presence, both for promoting programs and events, and for building the personal brand of its company leaders in the professional audience.

During the internship, the author was directly involved in two main areas of work: applying copywriting to support the promotion of company events through social media and drafting LinkedIn content to build the personal branding of Dayalima Group's CEO. Both activities reflected how copywriting serves as a key element in optimizing a company's social media marketing strategy, from capturing audience attention, to delivering messages strategically, to encouraging meaningful engagement. This report was prepared to document, analyze, and reflect on those experiences as an academic requirement and as a practical contribution to the understanding of copywriting implementation within a professional services company.

1.2 Scope of Activity

During the internship at Dayalima Group, the author was placed in the marketing division. The author was involved in activities focused on creating digital content to support the company's communication and marketing initiatives. The scope of activities carried out was as follows:

1. Implementing copywriting strategies to support the promotion of activities organized by Dayalima Group through social media. This involved drafting captions, taglines, and promotional text (social media copy) tailored to each platform, with attention to tone, language style, and the target audience of each event.
2. Creating LinkedIn content as part of building the personal branding of Dayalima Group's CEO. The author was involved in crafting copywriting focused on three main areas: thought leadership to position the CEO as an



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

expert in the HR and leadership industry; corporate narratives to convey the company's values and vision; and key business initiatives to communicate the company's strategic programs and initiatives to a professional audience on LinkedIn.

3. Participating in several events organized to build closer and more meaningful relationships with Dayalima Group's clients, while at the same time strengthening the company's image as a trusted partner in the Human Resource and leadership industry.

Overall, this report specifically discusses the implementation of copywriting in two main contexts: first, drafting social media copy for the promotion of Dayalima Group's events on Instagram; and second, drafting LinkedIn content to build the CEO's personal brand. Both focal points are analyzed and reflected upon throughout this report.

1.3 Time and Place of Activities

The internship was conducted over a period of three months under a hybrid working arrangement, in accordance with company policy. This arrangement combined Work From Office (WFO), Work From Home (WFH), and Work From Anywhere (WFA), allowing the author to carry out tasks both on-site and remotely depending on operational needs.

- Period : 19 January 2026 - 19 April 2026
- Working Hours : 08.30 - 17.30
- Address :
 - Head Office : Kantor Taman E3.3 Unit B 3-3A Kawasan, Jl. Mega Kuningan Barat No.RT.1, RT.1/RW.2, Kuningan, Kuningan Timur, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950
 - Jakarta Office : Alamanda Tower, Jakarta, Jl. TB Simatupang No.22-26 23rd floor, RT.1/RW.1, Cilandak Bar., Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Website : <https://www.dayalima.com/id/>

1.4 Objectives and Benefits

1.4.1 Objectives of the Internship

The objectives of this internship are as follows:

1. To sharpen copywriting skills in the context of social media marketing, particularly in producing social media copy for marketing purposes.
2. To understand how the Marketing team operates within a professional services company.
3. To improve adaptability, communication skills, and teamwork in a professional work environment.
4. To fulfill the academic requirements of the internship program as part of the curriculum of the English for Business and Professional Communication Study Program, Politeknik Negeri Jakarta.

1.4.2 Benefits

The following benefits were expected from carrying out this internship:

1. To improve copywriting and content writing skills, particularly in developing strategic and persuasive social media content.
2. To apply business and professional communication knowledge in a real work environment.
3. To gain practical experience through direct involvement in the planning and execution of company events as part of the company's marketing and branding strategy.
4. To develop communication skills, time management, and teamwork in support of the company's marketing activities.
5. To contribute to the development of the company's brand image in the field of human resources and leadership consulting.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

CHAPTER IV

CLOSING

4.1 Conclusion

The three-month internship at the Marketing Division of Dayalima Group, conducted from 19 January to 19 April 2026, provided valuable opportunities to apply academic knowledge in a professional setting. Through involvement in content creation, copywriting, social media marketing, and event-related activities, the author gained practical experience while developing a deeper understanding of communication strategies within the HR and leadership consulting industry.

One of the key insights gained from the internship was the effectiveness of the AIDA framework in developing promotional content for Instagram. The framework provided a clear structure for guiding audiences from initial attention to action, enabling the creation of content that was both informative and persuasive. Its application demonstrated the importance of combining strategic messaging with audience-centred communication to achieve marketing objectives.

Another important learning outcome was the value of storytelling in professional branding. The use of trending topics as a foundation for LinkedIn content development allowed current events and cultural discussions to be connected with leadership-related insights. This approach helped create content that was timely, relevant, and engaging while supporting the CEO's positioning as a credible thought leader. At the same time, it contributed to strengthening Dayalima Group's visibility and reputation among professional audiences.

Overall, the internship confirmed the relevance of the competencies developed through the English for Business and Professional Communication (BISPRO) Study Program at Politeknik Negeri Jakarta. Skills related to writing, audience analysis, digital communication, and message development were applied



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

extensively throughout the internship and proved highly valuable in addressing real workplace demands. The experience also highlighted the importance of adaptability, collaboration, and initiative in a professional environment.

4.2 Recommendation

Drawing from the experience of completing an internship at the Marketing Division of Dayalima Group, the author would like to share several recommendations for those who will be undertaking their internship in the future — not merely as technical guidance, but also as a reflection on lessons learned firsthand over three months in a professional work environment.

For BISPRO Study Program, greater attention to developing a curriculum oriented toward business communication in the digital age is encouraged. Today's industry does not only demand strong language proficiency, but also an understanding of how messages are effectively communicated across various digital platforms. Strengthening digital business literacy within the curriculum would be highly relevant in preparing students to meet the evolving demands of the business communication industry.

For students who are preparing for their internship, the author would like to share a few things worth keeping in mind. First, develop platform fluency and make the most of available technology. In today's landscape, the ability to navigate digital tools is no longer a bonus but it is a baseline expectation. Students are encouraged to actively explore platforms and tools relevant to their field, including artificial intelligence, which is best approached as a collaborative resource rather than a threat. The ability to work alongside technology with both competence and critical thinking will prove to be a genuine advantage in the professional world.

Second, invest seriously in soft skills, as these are what make the most tangible difference in the field. The ability to communicate clearly, manage time effectively, receive criticism without becoming defensive, and collaborate with people from



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

different backgrounds are competencies that cannot be fully developed in a classroom setting alone. An internship provides a real-world space to practice all of these. Students who approach the experience with humility and a genuine willingness to grow will walk away with far more than just a grade.

Third, embrace the process, including the parts that are difficult. There will be days when the workload feels overwhelming, when expectations fall short, or when mistakes happen under the pressure of deadlines. Yet it is precisely in those moments that the most meaningful learning takes place. Every challenge encountered during an internship, when met with reflection and an open mind, builds a far stronger foundation than any experience that unfolds without friction.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

REFERENCES

- Agung, R., Santoso, B., & Pratiwi, D. (2024). Storytelling sebagai strategi komunikasi merek di media sosial: Analisis konten dan engagement. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 12(1), 45–62.
- Albashita, M. (2024). Pengaruh storytelling dalam konten media sosial terhadap brand engagement: Studi kasus UMKM digital. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(3), 78–91.
- Ditami, A. (2022). Efektivitas fitur Instagram dalam meningkatkan brand engagement perusahaan jasa. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 9(1), 20–35.
- Hakim, L. (2023). LinkedIn sebagai platform personal branding profesional di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(4), 200–215.
- Harmoko, A., & Hermawan, D. (2023). Copywriting sebagai instrumen komunikasi strategis dalam pemasaran digital. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 7(2), 55–70.
- Julius, F., & Agustin, R. (2022). Strategi komunikasi merek melalui media sosial untuk membangun kepercayaan konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(1), 88–103.
- Kinanti, A., & Imran, H. (2021). Social media marketing sebagai pendekatan strategis dalam komunikasi pemasaran digital. *Jurnal Pemasaran dan Komunikasi*, 3(2), 15–28.
- Kurniawati, S. (2022). Analisis formula AIDA pada caption media sosial dalam meningkatkan keterlibatan audiens. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(3), 61–76.
- Maslahah, I. (2025). Copywriting emosional dan pengaruhnya terhadap performa konten pada platform berbasis algoritma. *Jurnal Teknologi Komunikasi*, 8(1), 1–16.
- Mona, D., & Pramulia, T. (2023). Peran copywriter dalam membangun brand awareness melalui konten media sosial. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 10(2), 140–155.
- Nurfitria, R., & Duma, A. (2024). Konsistensi copywriting dalam pembentukan brand identity dan brand image perusahaan. *Jurnal Pemasaran Strategis*, 6(1), 22–37.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Salma, N. (2024). Pengaruh konsistensi konten LinkedIn CEO terhadap reputasi perusahaan dan kepercayaan audiens profesional. *Jurnal Kepemimpinan dan Manajemen*, 7(1), 30–45.

Taufik, M., & Setiawati, R. (2024). Implementasi formula AIDA dalam penulisan caption media sosial untuk meningkatkan engagement audiens. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran Digital*, 5(2), 90–107.

Wahyudin, A., & Rokhaminawanti, L. (2022). Social media marketing: Strategi terencana untuk membangun brand awareness dan keterlibatan audiens. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 14(3), 175–190.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

APPENDIX

Appendix 1. Internship Logbook

INTERNSHIP LOGBOOK

1. Company/Industry Name : Dayalima Group
2. Address : - Head office: Kantor Taman E3.3
Unit B 3-3A, Kawasan Mega
Kuningan, DKI Jakarta 12950
- Jakarta office: Alamanda Tower,
Jakarta, Jl. TB Simatupang No.22-
26 23rd floor
3. Title : Implementation of Copywriting
Strategies in Optimizing Social Media
Marketing at Dayalima Group
4. Company/Industry Supervisor : Radhitya Budiputranto

Week 1

Date	Job Description
19 January 2026	Company profile introduction and work system orientation.
20 January 2026	Drafted the workshop implementation brief.
21 January 2026	Created captions and invitations for Mini Workshop promotion.
22 January 2026	Developed presentation materials (slide deck) for the Mini Workshop.
23 January 2026	Conducted research and analysis on LinkedIn influencers.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Week 2

Date	Job Description
26 January 2026	Continued LinkedIn influencer research and analysis.
27 January 2026	Conducted a dry run of the workshop.
28 January 2026	Facilitated the Mini Workshop and presented influencer research findings.
29 January 2026	Revised the draft of the research report.
30 January 2026	Attended a briefing on the design ordering procedure.

Week 3

Date	Job Description
2 February 2026	Revised the research report, drafted the design brief, and gathered flyer references for the Exclusive Event.
3 February 2026	Attended a coordination briefing and commenced initial preparations for the Exclusive Event.
4 February 2026	Prepared logistical and technical requirements for the Exclusive Event.
5 February 2026	Continued technical preparation and coordination for the Exclusive Event.
6 February 2026	Completed final preparations ahead of the Exclusive Event.

Week 4

Date	Job Description
9 February 2026	Served as front desk registration staff during the Exclusive Event.
10 February 2026	Drafted the design brief for a promotional poster.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

11 February 2026	Developed presentation materials (slide deck) for the Mini Workshop.
12 February 2026	Finalized presentation materials and conducted a dry run of the Mini Workshop.
13 February 2026	Facilitated the Mini Workshop and created captions and invitations for the upcoming Mini Workshop.

Week 5

Date	Job Description
16 February 2026	Created captions and digital invitations for Mini Workshop promotion.
17 February 2026	NATIONAL PUBLIC HOLIDAY
18 February 2026	Attended a briefing on CEO LinkedIn content strategy and created Mini Workshop promotional materials.
19 February 2026	Developed presentation materials (slide deck) for the Mini Workshop.
20 February 2026	Conducted a technical dry run prior to the Mini Workshop.

Week 6

Date	Job Description
23 February 2026	Facilitated the Mini Workshop.
24 February 2026	Conducted venue research for potential offline event locations.
25 February 2026	Continued venue research, sourced merchandise vendors, and commenced Mini Workshop material preparation.
26 February 2026	Conducted an on-site venue inspection.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

27 February 2026	Attended a technical briefing for the offline event and contacted venue sales representatives.
------------------	--

Week 7

Date	Job Description
2 March 2026	Continued venue research for the offline event.
3 March 2026	Coordinated with the speaker regarding Mini Workshop preparations.
4 March 2026	Drafted the design brief for a promotional poster.
5 March 2026	Held a coordination meeting with the speaker to discuss Mini Workshop content details.
6 March 2026	Drafted captions for Mini Workshop promotional materials.

Week 8

Date	Job Description
9 March 2026	Developed invitation materials for Mini Workshop promotion.
10 March 2026	Prepared all logistical and equipment requirements for the offline event.
11 March 2026	Served as front desk registration staff during the offline event.
12 March 2026	Developed presentation materials (slide deck) and conducted a dry run of the Mini Workshop.
13 March 2026	Facilitated the Mini Workshop.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Week 9

Date	Job Description
16 March 2026	Drafted the poster design brief and created captions and invitations for Mini Workshop promotion.
17 March 2026	Prepared technical requirements ahead of the Mini Workshop.
18 March 2026	Optimized the marketing strategy and information dissemination for the Mini Workshop.
19 March 2026	Completed final operational requirements for the Mini Workshop.
20 March 2026	NATIONAL PUBLIC HOLIDAY

Week 10

Date	Job Description
23 March 2026	NATIONAL PUBLIC HOLIDAY
24 March 2026	NATIONAL PUBLIC HOLIDAY
25 March 2026	Developed presentation materials (slide deck) for the Mini Workshop.
26 March 2026	Carried out technical operational preparations for the Mini Workshop.
27 March 2026	Finalized all preparations ahead of the Mini Workshop.

Week 11

Date	Job Description
30 March 2026	Prepared materials for the Mini Workshop.
31 March 2026	Facilitated the Mini Workshop and commenced preparations for the next Mini Workshop.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1 April 2026	Created captions and invitation materials for Mini Workshop promotion.
2 April 2026	Conducted venue research for the upcoming offline event and managed Mini Workshop marketing activities.
3 April 2026	NATIONAL PUBLIC HOLIDAY

Week 12

Date	Job Description
6 April 2026	Prepared the post-event financial settlement report for the offline event.
7 April 2026	Conducted further research and contacted venue sales representatives for the upcoming offline event.
8 April 2026	Conducted an on-site venue inspection for the planned offline event.
9 April 2026	Facilitated the Mini Workshop.
10 April 2026	Researched current trending topics for the CEO LinkedIn Communication program.

Week 13

Date	Job Description
13 April 2026	Prepared and submitted a Payment Request Form for vendors.
14 April 2026	Drafted the content brief and ordered the flyer design for the DMI Talkshow event.
15 April 2026	Attended a regroup coordination meeting regarding social media management handover.
16 April 2026	Revised the DMI Talkshow flyer design.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

17 April 2026

Revised the DMI Talkshow flyer, drafted the accompanying caption, and updated trending topics for the CEO LinkedIn Communication program.

Jakarta, 02 June 2026
Company Supervisor

(Radhitya Budiputranto)
EIN. 2252540



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Appendix 2. Output

- Copywriting for Social Media Marketing

Internal Invitation

Halo Heroes,

Dayalima kembali hadir dengan mini-workshop yang sangat relevan bagi klien kita yang tengah sibuk melakukan rekrutmen besar-besaran di awal tahun.

Topik kali ini: **Warning: Mengapa Kandidat "Sempurna" Anda Gagal dalam 90 Hari Pertama?**

Kita sering mendengar keluhan klasik dari klien: "Kandidatnya terlihat hebat di CV dan interview, tapi kok performanya jauh dari ekspektasi?"

Di sesi ini, Dr. Maharani Syahratu Kertapati (Head of Future of Work, Daya Dimensi Indonesia) akan membongkar *blind spot* besar dalam rekrutmen *entry-level*: kegagalan kita dalam menilai potensi nyata hanya dari sekadar kata-kata.

Workshop ini tidak akan membahas tips interview standar, melainkan membuka mata klien tentang:

- **The Blind Spot:** Mengapa CV yang dipoles dan interview yang dilatih justru menipu para leader.
- **Diagnosa Adaptasi:** Tanda-tanda tersembunyi mengapa talenta berbakat gagal berbaur dengan kultur perusahaan.
- **Digital Behavioral Lab:** Bagaimana simulasi digital bisa mengungkap karakter asli kandidat sebelum mereka resmi bergabung.

Mohon bantuan teman-teman untuk menyebarkan undangan ini. Mari bantu klien kita agar investasi rekrutmen mereka di awal tahun ini tidak menjadi sia-sia.

Silahkan copy-paste pesan berikut di WhatsApp/ Email dan lampirkan poster acara

Apakah Anda sedang merekrut "Pekerja Terbaik" atau hanya "Aktor Terbaik"? 🤖

Di era AI, CV bisa dipoles dan jawaban interview bisa dilatih. Banyak pemimpin HR merasa proses rekrutmen mereka sudah cukup baik, sampai akhirnya kandidat "sempurna" tersebut justru gagal atau *resign* dalam 90 hari pertama.

Masalahnya bukan pada kandidatnya, tapi pada alat ukur kita. CV dan interview formal adalah alat untuk profesional berpengalaman, bukan untuk menilai potensi *entry-level* yang belum memiliki rekam jejak.

Bergabunglah dalam **Guided Mini Workshop** bersama Dr. Maharani Syahratu Kertapati (Head of Future of Work, Daya Dimensi Indonesia). Kita akan membongkar *blind spot* dalam proses rekrutmen Anda dan beralih dari sekadar mendengarkan apa yang mereka katakan ke melihat apa yang benar-benar mereka lakukan.

📅 Rabu, 28 Jan 2026 | 🕒 10:00 – 11:00 WIB (Online via Zoom)

Daftar Sekarang: Cari solusi untuk mengoptimalkan rekrutmen Anda.

Daftar di sini: <https://bit.ly/DDI-GBA>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Apakah tim "High Performer" Anda sebenarnya sedang berada di titik bahaya? ⚠️

Kita sering memuji tim yang selalu lembur sebagai tim yang loyal. Namun faktanya, produktivitas per jam justru menurun drastis setelah 55 jam kerja per minggu. Memaksakan kerja ekstra seringkali menghasilkan *zero additional output* dan justru memicu *burnout*.

Masalahnya bukan pada etos kerja tim Anda, tapi pada sistem yang kita bangun. *Burnout* bukan masalah personal—ini masalah operasional yang serius dan bisa diukur dampaknya.

Bergabunglah dalam **Mini Workshop Terarah** bersama **Bima Pusaka Samedhi** (Senior Consultant, Daya Dimensi Indonesia). Kita akan berhenti melihat *burnout* sebagai kelemahan individu, dan mulai membangun *workplace wellbeing* yang sistematis dengan strategi praktis yang bisa langsung diterapkan.

📅 Jum'at, 13 Feb 2026

🕒 10:00 – 11:00 WIB (Online via Zoom)

Daftar Sekarang: Ciptakan lingkungan kerja yang mendukung performa jangka panjang.

📍 Daftar di sini: <https://bit.ly/MW-HPHR>

Halo [Nama],

Belakangan ini, fenomena kerja lembur dan budaya "all-in" seolah menjadi standar baru untuk membuktikan produktivitas. Namun, tahukah Anda bahwa tuntutan untuk selalu "on" sering kali menjadi awal dari risiko operasional yang serius?

Banyak pemimpin hanya fokus pada turnover sebagai indikator masalah. Padahal, ada dampak yang jauh lebih dalam: kualitas keputusan yang menurun, engagement tim yang menghilang, hingga produktivitas yang terlihat tinggi namun sebenarnya tidak menghasilkan output berkualitas.

Apakah tim "High Performer" Anda sebenarnya sedang berada di titik bahaya?

Bergabunglah dalam **Guided Mini Workshop** bersama **Bima Pusaka Samedhi** (Senior Consultant, Daya Dimensi Indonesia). Pelajari cara mengukur dampak *burnout*, membangun *workplace wellbeing* yang sistematis, dan strategi praktis yang bisa langsung diterapkan.

DETAIL WORKSHOP:

📅 Tanggal: Jum'at, 13 Februari 2026

🕒 Waktu: 10:00 – 11:00 WIB 📺

Platform: Online (Zoom)

DAFTAR DI SINI: 📍 bit.ly/MW-HPHR

Sampai jumpa di sesi ini!

Salam hangat,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



dayadimensi.id Apakah Anda ingin menjadi trainer atau fasilitator, namun bingung harus mulai dari mana? Kurangnya rasa percaya diri saat membawakan materi atau kesulitan dalam mengelola dinamika kelas bisa menghambat efektivitas sesi pelatihan yang Anda berikan.

Saatnya membangun kompetensi diri sebagai fasilitator yang profesional dan berdampak melalui Public Training & Certification: Training in Action (TACT) bersama Daya Dimensi Indonesia.

Jangan lewatkan kesempatan ini!

 Daftar sekarang: bit.ly/PublicProgram-DDI-2026

 Kontak Tiwi (WA) 0877-3775-8707

 info@dayadimensi.id



daya5rekrutmen A slow "Time-to-Hire" is a silent revenue killer. Between candidate ghosting, operational drag, and sunk sourcing costs, "waiting for the right moment" is costing you the industry's top 10% talent.

Stop losing your future leaders and start securing the industry's top 10% with Dayalima Recruitment.

CONTACT US TODAY:

Manda: +62 812-8952-5949 (WhatsApp)

info@dayalima.id

6w See translation



daya5rekrutmen Top talent isn't choosing based on salary—it's choosing based on signal. If your employer brand feels generic or unclear, you become the backup option.

A weak reputation, vague identity, and slow hiring experience are silent deal-breakers.

Stop being compared. Become the destination top talent chooses.

CONTACT US TODAY:

Manda: +62 812-8952-5949 (WhatsApp)

info@dayalima.id

6w See translation



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Identification of Trending Topics

Leadership:

1. [American Fast Food CEO's taste test their Food in response to McDonald's backlash. \(Burgers aside, the internet wants more CEOs to try their own products\)](#)
 - Possible Topics of Discussion:
 - What does it say about a company when the leaders themselves don't believe in the product?
 - How do the actions of one leader create a ripple effect on the industry?

Pop-culture Indonesia:

2. [Aldi's Burger Marketing Sensation \(Aldis Burger Cempaka Putih, Viral Karena Jargon Unik, Gimana Rasanya? - Nibble\)](#)
 - Possible Topics of Discussion:
 - How innovation & going against the grain can lead to success?
 - Which is more important, personality or product?
 - Can a viral moment/gimmick create longevity?
3. [The rise of Hipdut \(Genre Musik "Hipdut" Jadi Peluang Indonesia Bawa Musik Lokal Bersaing di Ranah Dunia \)](#)
 - Possible Topics of Discussion:
 - How the magnetism of authenticity and culture can propel a movement/product.
 - Learning about Innovation and community building through the youth.

World News:

4. [Artemis II Mission \(Artemis II crew completes record-breaking trip around the moon and sees "unreal" solar eclipse\)](#)
 - Possible Topics of Discussion:
 - How to keep a team motivated when the mission takes years and the finish line is literally out of this world?
 - What does it take to lead a mission with no margin for error — and what can business leaders borrow from NASA's playbook?
5. [Oracle Cuts Up to 30,000 Jobs to Fund AI Buildout \(Oracle's Massive 30,000 Layoff as AI Spending Surges - Forbes\)](#)
 - Possible Topics of Discussion:
 - What does it mean for employees when "AI efficiency" becomes the justification for every job cut?
 - How do you lead a team through an AI transition without losing trust?
 - When a company is profitable but still lays off thousands — is that leadership, or a capital allocation gamble?