

## Pelatihan Teknik Menulis Copywriting Melalui di Media Sosial Untuk Meningkatkan Daya Tarik Calon Pelanggan Produk UMKM Di Rt 03 Rw 06 Kelurahan Yosodadi

### *Training On Copywriting Techniques Through Social Media To Increase The Attractiveness Of Prospective Customers UMKM Products In Rt 03 Rw 06 Yosodadi District*

\*Iswati Iswati<sup>1</sup>, Heri Cahyono<sup>2</sup>, Sujino Sujino<sup>3</sup>, Prabowo Prabowo<sup>4</sup>, Majmuatur Rosail<sup>5</sup>, Desti Amelia<sup>6</sup>, Nur Azizah<sup>7</sup>, Siwi Asabilul Wahidah<sup>8</sup>, Isa Alawi<sup>9</sup>

Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Metro<sup>1</sup> Prodi Pendidikan Agama Islam

Korespondensi Penulis: [iswatummetro@yahoo.com](mailto:iswatummetro@yahoo.com)

#### Article History:

Received : 20 September 2023

Revised : 25 Oktober 2023

Accepted : 20 November 2023

**Keywords:** Training, copywriting, products, customers

**Abstract** This service aims to increase the attractiveness of potential customers for MSME products in RT 03 RW 06 Yosodadi Village through training in copywriting techniques on social media. Effective copywriting is the key to introducing products persuasively and building engagement with consumers. The training participants involved participants from MSME actors in the RT. The training method involves theory and practice sessions, with a focus on copywriting strategies that suit the characteristics of social media. In addition, monitoring and evaluation of training results is carried out to measure increases in product attractiveness and interaction on social media. It is hoped that the results of this research can make a positive contribution in strengthening the branding and marketing of MSME products at the local level, creating sustainable business opportunities, and providing economic benefits for the community in RT 03 RW 06, Yosodadi Village. The training method implemented involves a participatory approach, where training participants are actively involved in the learning process and developing copywriting strategies. In addition, an analysis of local market characteristics and potential customers' preferences is carried out to adapt the copywriting approach to their needs and desires. This training also provides participants with an understanding of the use of social media as an effective platform for building networks and increasing product visibility. The training material includes techniques for writing attractive titles, using relevant images, and applying persuasive language. Evaluation is carried out through monitoring online interactions, the number of content shares, and the increase in the number of followers or likes. It is hoped that the results of this training can make a positive contribution to increasing sales and popularity of MSME products in the RT 03 RW 06 environment. As an effort to empower the local economy, this research is expected to be able to provide insight to MSME players regarding effective marketing strategies in the digital era, as well as encourage collaboration between MSME actors in increasing the competitiveness of local products in the wider market.

#### Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik calon pelanggan produk UMKM di RT 03 RW 06 Kelurahan Yosodadi melalui pelatihan teknik menulis copywriting di media sosial. Copywriting yang efektif merupakan kunci untuk memperkenalkan produk secara persuasif dan membangun keterlibatan dengan konsumen. Peserta pelatihan melibatkan peserta dari kalangan pelaku UMKM di RT tersebut. Metode pelatihan melibatkan sesi teori dan praktek, dengan fokus pada strategi penulisan copywriting yang sesuai dengan karakteristik media sosial. Selain itu, dilakukan pemantauan dan evaluasi hasil pelatihan untuk mengukur peningkatan dalam daya tarik dan interaksi produk di media sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat

\* Iswati Iswati, [iswatummetro@yahoo.com](mailto:iswatummetro@yahoo.com)

memberikan kontribusi positif dalam memperkuat branding dan pemasaran produk UMKM di tingkat lokal, menciptakan peluang bisnis yang berkelanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi bagi komunitas di RT 03 RW 06 Kelurahan Yosodadi. Metode pelatihan yg dilaksanakan melibatkan pendekatan partisipatif, di mana peserta pelatihan aktif terlibat dalam proses pembelajaran dan pengembangan strategi copywriting. Selain itu, dilakukan analisis terhadap karakteristik pasar lokal dan preferensi calon pelanggan untuk menyesuaikan pendekatan penulisan copywriting dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Pelatihan ini juga memberikan pemahaman kepada peserta tentang pemanfaatan media sosial sebagai platform efektif untuk membangun jaringan dan meningkatkan visibilitas produk. Materi pelatihan mencakup teknik penulisan judul yang menarik, penggunaan gambar yang relevan, dan penerapan bahasa persuasif. Evaluasi dilakukan melalui monitorisasi interaksi online, jumlah pembagian konten, dan peningkatan jumlah pengikut atau like. Diharapkan hasil dari pelatihan ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan dan popularitas produk UMKM di lingkungan RT 03 RW 06. Sebagai upaya pemberdayaan ekonomi lokal, penelitian ini diharapkan mampu memberikan insight kepada pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran yang efektif di era digital, serta mendorong kolaborasi antar-pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas.

**Kata Kunci :** Pelatihan, copywriting, produk, pelanggan

## **PENDAHULUAN**

Peningkatan persaingan di pasar produk UMKM menuntut inovasi dalam strategi pemasaran, terutama di era digital dewasa ini yang semakin mendominasi kehidupan sehari-hari masyarakat. Kelurahan Yosodadi, khususnya di RT 03 RW 06, merupakan wilayah yang kaya akan potensi UMKM dengan beragam produk yang berkualitas, seperti UMKM emping mentah dan matang, rengginang, donat kemasan dan lain-lain. Namun, masih terdapat tantangan dalam meningkatkan daya tarik dan visibilitas produk UMKM tersebut di tengah persaingan yang semakin ketat.

Pentingnya aktifitas dan eksistensi para pelaku UMKM di media sosial sebagai sarana pemasaran tidak dapat diabaikan. Media sosial telah menjadi platform efektif untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan, membangun brand awareness, dan meningkatkan keterlibatan konsumen. Oleh karena itu, pelatihan teknik menulis copywriting melalui media sosial dianggap sebagai strategi yang relevan untuk membantu pelaku UMKM di RT 03 RW 06 Kelurahan Yosodadi dalam memperkuat presensi online mereka dengan kemasan bahasa promosi yang dapat menarik pelanggan.

Dalam konteks ini, pelatihan menulis copywriting ini bertujuan untuk merespon kebutuhan pelaku UMKM di lingkungan tersebut agar dapat memanfaatkan potensi media sosial secara optimal sebagai alat pemasaran yang efektif. Pelatihan copywriting diharapkan dapat memberikan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk menciptakan pesan yang menarik dan persuasif, sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Dalam beberapa tahun terakhir, tren konsumen menunjukkan pergeseran signifikan menuju preferensi belanja online dan keterlibatan aktif dalam media sosial. Hal ini menandakan pentingnya kehadiran digital bagi pelaku UMKM untuk tetap relevan dan bersaing dalam pasar

yang terus berkembang. Namun, masih terdapat kesenjangan pengetahuan dan keterampilan di kalangan pelaku UMKM, terutama dalam hal pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif.

Kelurahan Yosodadi, dengan khusus mempertimbangkan RT 03 RW 06, menjadi lokasi penelitian karena potensi UMKM yang cukup besar di wilayah tersebut. Meskipun produk-produk UMKM lokal memiliki kualitas yang baik, namun kendala dalam mencapai calon pelanggan potensial secara luas dan efektif masih menjadi permasalahan utama. Oleh karena itu, pelatihan teknik menulis copywriting di media sosial diharapkan dapat memberikan solusi konkret untuk meningkatkan visibilitas produk dan menarik perhatian calon pelanggan.

Dengan memahami latar belakang tersebut, pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ekonomi lokal, memberdayakan pelaku UMKM, serta menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan di Kelurahan Yosodadi. Melalui peningkatan keterampilan copywriting di media sosial, diharapkan UMKM di RT 03 RW 06 dapat memperluas pangsa pasar mereka, mendapatkan keuntungan lebih besar, dan secara keseluruhan, meningkatkan kesejahteraan komunitas setempat.

## **METODE**

Metode pelaksanaan pelatihan teknik menulis copywriting melalui media sosial dapat dirancang dengan cermat untuk memastikan keberhasilan dan efektivitas program. Berikut adalah langkah-langkah metode pelaksanaan yang dapat diimplementasikan:

1. Identifikasi Kebutuhan dan Tujuan Pelatihan:
  - a. Melakukan survei atau wawancara dengan pelaku UMKM di RT 03 RW 06 untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik mereka dalam hal pemasaran dan copywriting.
  - b. Menetapkan tujuan yang jelas, seperti peningkatan daya tarik produk, peningkatan interaksi di media sosial, atau peningkatan penjualan.
2. Pemilihan Peserta dan Pengelompokan:
  - a. Menentukan jumlah peserta yang akan ikut pelatihan.
  - b. Mengelompokkan peserta berdasarkan jenis produk atau tingkat pengalaman dalam pemasaran digital untuk memastikan kelompok yang homogen.
3. Penentuan Materi Pelatihan:
  - a. Memilih materi pelatihan yang sesuai dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan peserta.

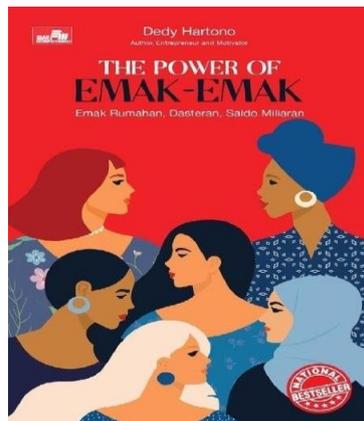
- b. Menyertakan topik-topik seperti teknik penulisan copy yang efektif, penggunaan gambar yang menarik, identifikasi target audiens, dan analisis data interaksi di media sosial.
4. Penyelenggaraan Pelatihan:
  - a. merencanakan jadwal pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta, mungkin dalam bentuk sesi-sesi yang terstruktur.
  - b. Melibatkan instruktur atau pemateri yang berpengalaman dalam bidang copywriting dan pemasaran digital.
5. Sesi Praktek:
  - a. Menyediakan sesi praktek untuk memungkinkan peserta mengaplikasikan langsung teknik yang dipelajari.
  - b. Memberikan umpan balik konstruktif untuk membantu peserta memperbaiki keterampilan mereka.
6. Pemantauan dan Evaluasi:
  - a. Melakukan pemantauan selama dan setelah pelatihan untuk mengukur perubahan dalam keterampilan dan pemahaman peserta.
  - b. Menggunakan metrik seperti peningkatan interaksi media sosial, peningkatan jumlah pengikut, atau peningkatan penjualan untuk mengevaluasi keberhasilan pelatihan.
7. Pengukuran Dampak:
  - a. Mengevaluasi dampak pelatihan jangka panjang dengan mengamati perubahan dalam performa pemasaran dan penjualan produk UMKM setelah implementasi teknik copywriting.
8. Pelatihan Lanjutan:
  - a. Mempertimbangkan program pelatihan lanjutan atau pembinaan untuk mendukung kelanjutan penerapan teknik copywriting yang telah dipelajari.

Dengan merancang metode pelaksanaan yang komprehensif dan terstruktur, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi pelaku UMKM di RT 03 RW 06 Kelurahan Yosodadi dalam meningkatkan daya tarik produk mereka melalui media sosial.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program pengabdian ini dilaksanakan di Kelurahan yosodadi, Kecamatan Metro timur Kabupaten Metro, Copywriting adalah suatu metode pembuatan materi pemasaran yang mampu membujuk audiens di dalamnya guna melakukan berbagai tindakan yang memang

Anda inginkan, seperti membeli suatu produk ataupun layanan, Pada awalnya, copywriting hanya digunakan dalam membuat advertorial, sales letter, billboard, dan juga media pemasaran tertulis lainnya. Oleh karena itu, teknik ini disebut dengan copywriting. Namun, di zaman yang serba teknologi digital seperti saat ini, copywriting masih dianggap sebagai suatu hal yang penting. Selain bisa dituangkan dalam bentuk tulisan, cara ini juga bisa diterapkan dalam membuat suatu naskah video.



*Gambar 5. 1 Buku The Power Of Emak Emak*

### **Kenapa anda membutuhkan Copywriting?**

Apa yang membedakan copywriting dengan cara penulisan lainnya? Bukankah seluruh materi pemasaran tadi bisa ditulis oleh siapa saja? Belum tentu begitu, agar Anda bisa meningkatkan efektifitas suatu promosi, Anda tidak bisa melakukannya secara sembarangan. Tanpa adanya teknik copywriting, maka kemungkinan besar Anda hanya akan mengalami penjualan yang rendah, trafik pengunjung yang stagnan, tidak ada respon di media sosial, jarang dibacanya artikel blog atau jarang di bagikan, sedikitnya pengunduh ebook, daftar email list sepi, dll.



*Gambar 5. 2 Pelatihan teknik pembuatan Copywriting*



*Gambar 5. 3 Foto bersama pelaku UMKM*

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penjelasan di atas, maka hal ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian di Kelurahan Yosodadi berjalan dengan efektif dan efisien tanpa ada kendala yang menghambat. Dalam hal ini juga tim pengabdian bekerjasama dengan masyarakat Kelurahan Yosodadi yang memiliki usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Setelah dilakukannya kegiatan penyuluhan tentang teknik copywriting guna meningkatkan omset penjualan, pelaku UMKM yang mengikuti penyuluhan ini mendapatkan pengetahuan dan pengalaman tentang teknik copywriting, pelaku UMKM yang mengikuti penyuluhan ini sudah dapat membuat contoh dari salah satu teknik copywriting, Selain itu mereka sudah mampu memilih bahan kemasan yang aman dan mampu menentukan kemasan yang tepat untuk produknya agar mudah untuk dipasarkan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Atas terlaksananya kegiatan dan terselesaikannya kegiatan pengabdian ini, kami mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan dapat terselenggara dengan baik. Kami mengucapkan terima kasih kepada lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Metro, kepada Dekan Fakultas Agama Islam (FAI) UM Metro atas izin yang diberikan sehingga kegiatan ini dapat terlaksanakan dengan baik. Terima kasih juga kepada segenap pelaku UMKM di RT 03 RW 06 kelurahan Yodsodadi yang telah memfasilitasi tempat dan atas keterlibatannya dalam kegiatan ini. Semoga kegiatan ini berguna bagi pembaca, semoga Allah SWT membalas amal dan kebaikan atas semua bantuan dan partisipasi semua pihak.

## **REFERENSI**

- Alphin, D. F. (2020). Peranan Copywriting dalam Pengelolaan Media Sosial Tokome Jakarta.
- Idris, M. (2021) Apa itu copywriting: Definisi, Tugas, Jenis, Dan Contohnya. Retrieved 93, 2022, from Kompas.Com
- <https://amp.kompas.com/money/read/2021/10/07/082846126/apa-itu-copywriting-definisi-tugas-jenis-dan-contohnya>
- Novitasari, Sari, M. A., & Redyanita, H. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Pemasaran Online dan Pengemasan Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Rumahan di RW.02 Kelurahan Kalimulya Depok. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat.
- Yama, D. (2019). Pendampingan Peningkatan Penjualan UKM "Bund Melalui Media Internet.