

## Membangun Jiwa Entrepreneurship Melalui Skill Copywriting

**Pravinska Aldino**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**pravinska@untag-sby.ac.id**

**Alvi Kamila**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**alfikamila2755@gmail.com**

**Salsabilla Putri Heryana**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**billasalsapheryana@gmail.com**

### **Abstrak**

Pelatihan skill copywriting yang diadakan terhadap masyarakat Desa Dinoyo, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto tidak hanya sebatas teori namun disertai dengan praktek pembuatannya. Dengan adanya pelatihan copywriting ini tidak hanya sekedar memperkenalkan keahlian tersebut tetapi juga memberi bekal bagi kepada masyarakat khususnya pemuda-pemudi Desa Dinoyo untuk terus berlatih mengasah kemampuan skill copywritingnya sendiri tanpa adanya ketergantungan terhadap kegiatan yang diadakan secara momentum ini. Survey dilakukan menemukan masalah apa saja yang dihadapi oleh pemuda - pemudi desa Dinoyo dengan bertanya secara langsung kepada Kepala Desa Dinoyo sendiri. Selanjutnya dilakukan observasi lapangan untuk melihat sendiri bagaimana keadaan pemuda - pemudi di Desa Dinoyo. Peserta diberikan contoh copywriting yang sudah populer dilingkungan masyarakat. Peserta lebih diyakinkan lagi bahwa konsep copywriting sama halnya dengan seni dalam membuat iklan. Tahap terakhir adalah melakukan evaluasi sekaligus meninjau kemampuan peserta dalam membuat kalimat dengan menerapkan teknik copywriting. Kegiatan pengabdian dapat dilakukan mencapai sasaran yang tepat mengingat pengetahuan para peserta mengenai copywriting masih sangat kurang. Bahkan beberapa peserta baru mengetahui hal tersebut. Ini menunjukkan bahwa begitu penting dan bermanfaatnya kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh para peserta. Guna kebermanfaatannya yang berkelanjutan, peserta diharapkan terus mengasah kemampuannya dalam mengolah kata sehingga copywriting yang dihasilkan akan semakin baik.

**Kata Kunci :** *Copywriting, Desa Dinoyo*

### **Abstract**

The copywriting skills training held for the people of Desa Dinoyo, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto is not only limited to theory but is accompanied by practice of making it. With this copywriting training, it not only introduces these skills but also provides provisions for the community, especially the youth of Dinoyo Village, to continue to practice honing their own copywriting skills without any dependence on this momentum-held activity. The survey was conducted to find out what problems were faced by the youth of Dinoyo Village by asking directly to the Head of Dinoyo Village himself. Furthermore, field observations were carried out to see for themselves how the condition of the youth in Dinoyo Village was carried out. Participants are given examples of copywriting that are already popular in the community. Participants are even more convinced that the concept of

copywriting is the same as the art of making advertisements. The final stage is to evaluate and at the same time review the participants' ability to compose sentences by applying copywriting techniques. Community service activities can be carried out to achieve the right target considering the participants' knowledge of copywriting is still lacking. Even some new participants know about it. This shows that the service activities carried out by the participants are so important and useful. For sustainable benefits, participants are expected to continue to hone their ability to process words so that the resulting copywriting will be even better.

**Keyword :** *Copywriting, Desa Dinoyo*

## **Pendahuluan**

Berdasarkan kajian literatur yang ditemukan, upaya pengembangan entrepreneurship melalui pelatihan copywriting telah dilakukan oleh berbagai pihak. Dalam bidang pariwisata, keahlian copywriting diajarkan untuk tujuan promosi melalui pembuatan konten yang menarik di sosial media (Wardiani et al., 2020).

Copywriting adalah seni dan proses menulis teks persuasif dengan tujuan mempengaruhi pembaca atau pendengar untuk melakukan tindakan tertentu. Copywriting umumnya digunakan dalam konteks pemasaran dan iklan, baik dalam media cetak maupun digital. Teks Copywriting dirancang untuk memikat dan mempengaruhi audiens target dengan menggunakan kata-kata yang persuasif, emosional, dan menggugah minat. Tujuan utamanya adalah untuk menjual produk atau layanan, meningkatkan kesadaran merek, dan memotivasi konsumen untuk mengambil tindakan tertentu, seperti melakukan pembelian, mendaftar, atau berlangganan. Copywriting yang efektif melibatkan pemahaman yang mendalam tentang audiens target, pesan yang ingin disampaikan, dan keunggulan produk atau layanan yang ditawarkan. Copywriting merupakan seni dalam penulisan yang mana bertujuan untuk mendapatkan respon agar meningkatnya minat si pembaca. Media dalam Copywriting tidak hanya dalam bentuk tulisan akan tetapi bisa melalui visual gambar dan bentuk video. Copywriting juga menggunakan media sosial dalam memperkenalkan produk atau jasa di dunia modern, salah satunya dengan memanfaatkan media sebagai alat berpromosi dan untuk menumbuhkan minat konsumen (Aryanda Azman Tarigan, 2022).

Pelatihan skill copywriting yang diadakan terhadap masyarakat Desa Dinoyo, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto tidak hanya sebatas teori namun disertai dengan praktek pembuatannya. Dengan adanya pelatihan copywriting ini tidak hanya sekedar memperkenalkan keahlian tersebut tetapi juga memberi bekal bagi kepada masyarakat khususnya pemuda-pemudi Desa Dinoyo untuk terus berlatih mengasah kemampuan skill copywritingnya sendiri tanpa adanya ketergantungan terhadap kegiatan yang diadakan secara momentum ini. Kemandirian pembelajaran tersebut diharapkan dapat terjadi kesinambungan untuk mendukung kreativitas masyarakat Desa Dinoyo dalam hal menulis.

## **Metode Pelaksanaan**

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Desa Dinoyo, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto selama bulan Juli 2023. Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah masyarakat Desa Dinoyo, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa rangkaian kegiatan sebagai berikut :

1. Survey, yaitu menemukan masalah apa saja yang dihadapi oleh pemuda - pemudi desa Dinoyo dengan bertanya secara langsung kepada Kepala Desa Dinoyo sendiri.
2. Observasi lapangan dilakukan untuk melihat sendiri bagaimana keadaan pemuda - pemudi di Desa Dinoyo.
3. Melakukan pelatihan, masyarakat khususnya pemuda - pemudi mampu untuk memahami dan mempraktekkannya dalam kehidupan sehari-hari.
4. Pendampingan, pada tahap ini pengusul akan bertindak sebagai pendamping yang juga mengikuti perkembangan khalayak sasaran dari awal.

### Hasil Dan Pembahasan

1. Menyebarkan Undangan Kepada Pemuda – Pemuda di Desa Dinoyo, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto.



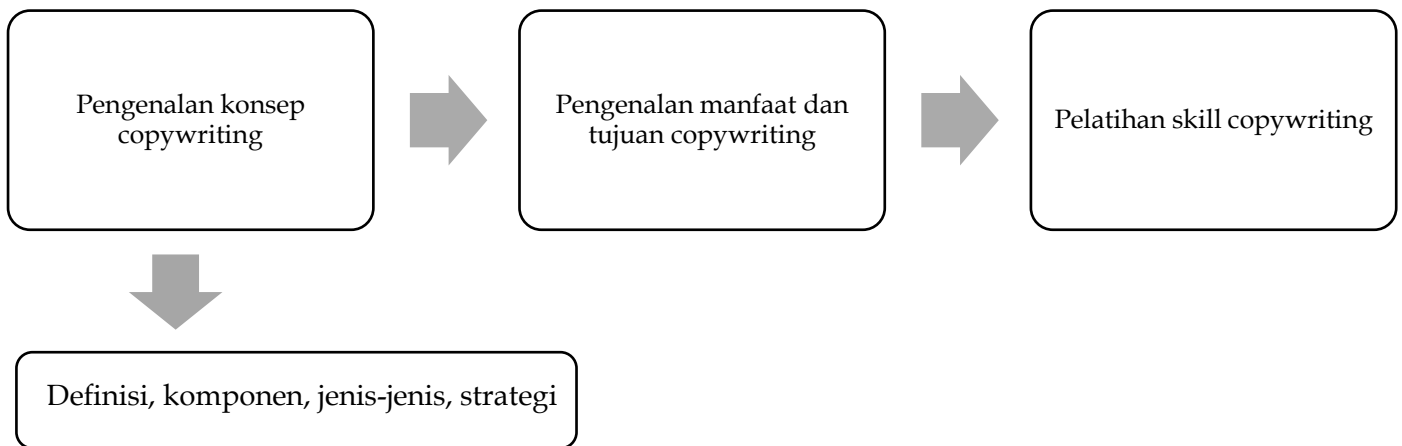
Penyebaran undangan ini dilakukan dalam rangka menunjukkan bahwa akan diadakan sosialisasi yang nantinya akan berada di balai desa Dinoyo untuk para pemuda – pemudi desa, yang nantinya akan ada pemaparan materi mengenai Pelatihan Copywriting. Selain itu penyebaran undangan juga bertujuan untuk menunjukkan waktu serta informasi lainnya terkait sosialisasi.

2. Pelaksanaan sosialisasi copywriting kepada Masyarakat Desa Dinoyo





Adapun strategi yang dilakukan guna tercapainya sosialisasi adalah 1) definisi copywriting, 2) komponen dalam copywriting, 3) manfaat dan tujuan copywriting, 4) jenis-jenis copywriting, 5) strategi copywriting, 6) melatih atau mengasah skill copywriting. Gambaran singkat strategi yang dilakukan digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Strategi pelaksanaan pengabdian

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat memiliki luaran hasil kegiatan sebagai berikut ; 1) mengetahui dan memahami konsep dasar copywriting, 2) memahami penerapan contoh teknik copywriting, 3) kemampuan membuat kalimat copywriting. Adapun korelasi dari permasalahan yang ditemukan di lapangan, solusi dalam menyelesaikan dan target luaran kegiatan pengabdian dirangkum pada tabel berikut :

No	Permasalahan	Solusi	Target Luaran
1.	Kurangnya pemahaman tentang copywriting	Diberikan penjelasan terkait pengenalan dasar copywriting	Peserta dapat mengetahui dan memahami konsep dasar copywriting
2.	Belum mengerti bagaimana menerapkan teknik copywriting	Diberikan contoh jenis-jenis copywriting yang dapat digunakan sebagai kegiatan promosi	Peserta dapat memahami penerapan contoh teknik copywriting
3.	Belum bisa membuat kalimat dengan menerapkan teknik copywriting	Diberikan pelatihan tentang membuat kalimat dengan menggunakan teknik copywriting	Peserta seminar sudah bisa membuat kalimat menggunakan teknik copywriting

Tabel 1. Permasalahan, solusi dan target luaran kegiatan

Berdasarkan penjelasan pada tabel 2 tersebut dapat diketahui bahwa permasalahan utama mitra yaitu kurangnya pemahaman konsep dasar tentang copywriting. Mengetahui istilah copywriting saja masih awam, sehingga butuh dijelaskan secara detail definisi/konsep dasar copywriting terlebih dahulu. Sehingga, target luaran yang sudah tercapai adalah peserta sudah paham mengenai definisi/konsep dari copywriting itu sendiri. Selanjutnya, peserta juga akan diberi informasi mengenai pemahaman bagaimana menerapkan atau mengimplementasikan copywriting sebagai media promosi.

Pertama, peserta diberikan contoh copywriting yang sudah populer di lingkungan masyarakat. Pengenalan copywriting dari beberapa brand atau produk sudah banyak dikenal oleh peserta namun ada juga yang belum memahami jika kalimat tersebut adalah copywriting. Copywriting dapat disebut sebagai seni dalam periklanan (Nugroho, 2022). Penulisan copywriting dalam sebuah media sosial untuk memasarkan produk UMKM Desa Dinoyo sebagai bentuk gambaran kepada peserta mengenai teknik promosi sehingga mereka memiliki pemahaman mengenai cara promosi yang tepat (Robert, 2012).

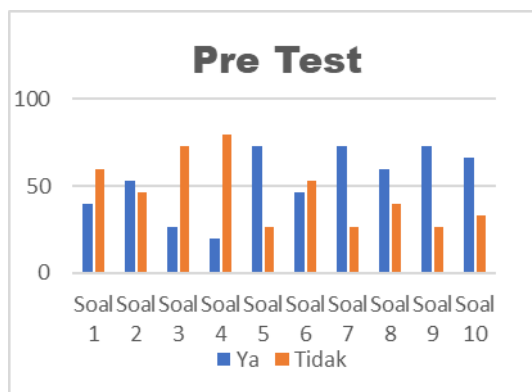
Kedua, peserta lebih diyakinkan lagi bahwa konsep copywriting sama halnya dengan seni dalam membuat iklan. Terdapat beberapa langkah yang dapat diimplementasikan dalam membuat copywriting yaitu, 1) merangkai kata dengan membuat pola yang sama, 2) menggunakan kata "siapa lagi", 3) menekankan konsep persuasif, 4) menargetkan banyak orang. Keempat poin tersebut merupakan strategi dasar yang bisa diimplementasikan dalam membuat copywriting. Dalam copywriting, tahap ini disebut sebagai tahap penulisan, dimana terdapat komponen yang menjadi pertimbangan ketika akan melakukan penulisan atau menciptakan copywriting. Selanjutnya perlu mempertimbangkan attention (perhatian) yang bertujuan untuk memberikan stimulus atau menciptakan persepsi di benak masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya keterampilan berbahasa bagi para copywriter (Jain, 2018).

Kemudian menciptakan interest (ketertarikan) yaitu bagaimana masyarakat Desa Dinoyo menciptakan ketertarikan menggunakan kata yang digunakan. Kata yang menarik adalah kata yang singkat namun dapat terus diingat oleh masyarakat. Selain itu, copywriter juga perlu membangun kredibilitas UMKM yang dihasilkan oleh masyarakat Dinoyo sehingga menimbulkan sebuah tindakan berupa pembelian produk. Untuk mendukung penulisan, para peserta juga diberikan gambaran mengenai copywriting dari suatu iklan. Hal ini dilakukan guna menciptakan persaingan yang sehat antara sesama produsen yang memiliki produk sejenis serta meminimalisir adanya pelanggaran secara hukum (Adiprasetyo, 2019).

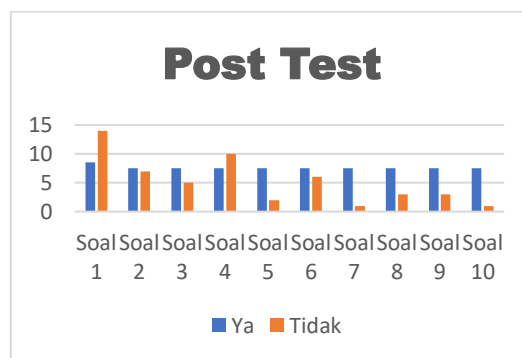
Ketiga, melakukan evaluasi sekaligus meninjau kemampuan peserta dalam membuat kalimat dengan menerapkan teknik copywriting. Semakin kreatif kalimat copywriting yang dirancang maka kekuatan dalam kalimat tersebut semakin kuat untuk menarik public atau calon konsumen.

Hasil pengabdian dapat diukur melalui kuisioner, yaitu pre-test dan post-test serta respon mitra dalam mengikuti kegiatan pelatihan ini dengan baik. Adapun faktor pendukung dalam pelaksanaan program pelatihan copywriting adalah antusias masyarakat Desa Dinoyo sebagai peserta dalam kegiatan pelatihan sedangkan faktor penghambat adalah

mengumpulkan pemuda-pemudi sangat sulit, hal ini dikarenakan pemuda-pemudi Desa Dinoyo masih muda dan bersekolah. Jadi, kegiatan ini diadakan sore hari.



Dari hasil Pre-Test yang diisi para pemuda - pemudi desa Dinoyo, 26.7% yang memahami tentang istilah Copywriting dan 73.3% yang belum memahami, 80% yang pernah menggunakan teknik penulisan Copywriting dan 20% belum pernah, 73.3% ingin mengetahui lebih tentang Copywriting dan 26.7% tidak ingin, 66.7% berpikir Copywriting adalah langkah tetap untuk memasarkan produk dan 33.3% berpikir Copywriting bukan langkah yang tepat, 80% tertarik untuk memulai usaha dengan memanfaatkan Copywriting dan 20% tidak tertarik.



Dari hasil Post-Test yang dilakukan para pemuda - pemudi desa Dinoyo sudah 66.7% yang memahami tentang istilah Copywriting dan 33.3% yang belum memahami, 33.3% orang yang pernah menggunakan teknik penulisan Copywriting dan 66.7% belum pernah, 86.7% ingin mengetahui lebih tentang Copywriting dan 13.3% tidak ingin, 93.3% berpikir Copywriting adalah langkah tetap untuk memasarkan produk dan 6.7% berpikir Copywriting bukan langkah yang tepat, 80% tertarik untuk memulai usaha dengan memanfaatkan Copywriting dan 20% tidak tertarik.

### Kesimpulan

Kegiatan pengabdian dapat dilakukan mencapai sasaran yang tepat mengingat pengetahuan para peserta mengenai copywriting masih sangat kurang. Bahkan beberapa peserta baru mengetahui hal tersebut. Ini menunjukkan bahwa begitu penting dan bermanfaatnya kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh para peserta. Guna kebermanfaatannya yang berkelanjutan, peserta diharapkan terus mengasah kemampuannya dalam mengolah kata sehingga copywriting yang dihasilkan akan semakin baik.

### Saran

Perlu lebih mendalam lagi bimbingan teknis mengenai copywriting kepada masyarakat Desa Dinoyo sehingga menghasilkan satu bentuk promosi yang menarik dan diharapkan kegiatan pelatihan ini bisa terus digencarkan untuk meningkatkan keterampilannya di dalam copywriting. Adapun kelemahan dimana peserta pelatihan belum memiliki kreativitas untuk mengimplementasikan kegiatan ini, maka sebagai pemangku kepentingan agar dapat mendukung kegiatan pelatihan ini supaya dapat berlanjut juga berkesinambungan.

### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Ucapan yang sama disampaikan kepada masyarakat Desa Dinoyo, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto.

### **Daftar Pustaka**

- A.Robert, 2012, *Successful Copywriting*, The McGraw-Hill Companies, Inc
- J. Adiprasetyo, 2019, *Copy Writing Dan Jurnalisme : Kiat Memasarkan Berita*, .
- Mona Nailul, Pramulia Revva Rivaldi Fernanda. "Peran Copywriter Dalam Membangun Brand Awareness Sarimi Puass Di Instagram" *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* Volume 5 No. 1 , Juli - Desember 2022, hal: 3
- Nurningtias Retno Ariyanti, Widodo Supri. " Copywriting Membuat Landing Page Sebagai Advertising Essentials di DSAA Group, Surabaya" *Current Research in Education: Conference Series Journal* Vol. 1 No 2 Tahun 2020
- R. Jain, 2017, "Basic Branding Concepts: Brand Identity, Brand Image and Brand Equity." *International Journal of Sales & Marketing Management Research and Development*, Vol. 7, Issue 4
- Tarigan Azman Aryanda. "Peran Copywriting Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Terhadap Produk West Burger" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Sosial dan Politik [JIMSIPOL]* Vol 2 Nomor 3 Maret 2022, hal: 1-10