https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI KETERAMPILAN *COPYWRITING* SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN EDUKASI

Yudi Febriansyah[1*], Dendi Purnama[2], Arief Nurhandika[3]
[1*23]Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia
Email : yudi.febriansyah@uniku.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan keterampilan copywriting sebagai sarana promosi dan edukasi di era digital. Permasalahan utama yang dihadapi masyarakat adalah keterbatasan dalam mengelola media sosial dan merancang konten promosi yang persuasif, sehingga potensi produk lokal dan pesan edukatif kurang tersampaikan secara efektif. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan praktis-aplikatif. Hal ini bertujuan agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalm menyusun pesan promosi dan edukasi berbasis copywriting. Produk lokal yang dihasilkan mampu dipasarkan dengan lebih profesional, sementara pesan edukatif dapat disampaikan dengan bahasa yang sederhana namun persuasif. Program ini berkontribusi pada peningkatan literasi digital, penguatan branding lokal, serta membuka peluang peningkatan ekonomi masyarakat.

Dengan demikian, keterampilan copywriting dapat menjadi solusi strategis untuk pemberdayaan masyarakat, tidak hanya sebagai sarana promosi produk, tetapi juga sebagai media edukasi yang berkelanjutan.

***Kata Kunci**: Copywriting, Promosi, Edukasi, Pemberdayaan Masyarakat*

LATAR BELAKANG

Cibinuang merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Kuningan, Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan data yang diperoleh dari kantor desa potensi yang dimiliki terkait lahan perkebunan seluas 307,186 Ha/m^2, sebanyak 30 Ha dimanfaatkan sebagai budidaya cengkih. Namun permasalahan yang dihadapi adalah lingkup pemasaran terbatas dan kurangnya penguasaan teknologi informasi atas hasil produk yang dibuat oleh Masyarakat khususnya Produk yang dibuat oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Desa Cibinuang yang berada pada dusun Cikopo. Maka dari itu perlu adanya pemberdayaan kepada masyarakat sebagai solusi dalam berwirausaha yang dapat memajukan sektor perekonomian desa melalui lingkup pemasaran yang lebih luas.

Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu upaya strategis dalam meningkatkan kualitas hidup, kemandirian, serta daya saing di berbagai bidang. Di era digital saat ini, pemberdayaan tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi semata, tetapi juga pada kemampuan literasi digital dan komunikasi, salah peluangnya Adalah melalui inovasi digital dalam pemasaran guna menciptkan peluang yang baru (Sari, 2025).

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Beberapa ahli mengemukakan definisi literasi sebagai berikut: Menurut UNESCO "*The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*", pengertian literasi ialah seperangkat keterampilan nyata, terutama keterampilan dalam membaca dan menulis yang terlepas dari konteks yang mana ketrampilan itu diperoleh serta siapa yang memperolehnya. Menurut kamus online Merriam–Webster, Literasi ialah suatu kemampuan atau kualitas melek aksara di dalam diri seseorang dimana di dalamnya terdapat kemampuan membaca, menulis dan juga mengenali serta memahami ide-ide secara visual. *Education Development Center* (EDC) menyatakan bahwa Literasi lebih dari sekedar kemampuan baca tulis. Namun lebih dari itu, Literasi adalah kemampuan individu untuk menggunakan segenap potensi dan skill yang dimiliki dalam hidupnya. Salah satu keterampilan yang relevan untuk dikembangkan adalah *copywriting*, yaitu seni merangkai kata secara persuasif dengan tujuan memengaruhi, menginspirasi, dan memberikan informasi kepada audiens.

Keterampilan *copywriting* memiliki peran penting sebagai sarana promosi dan edukasi. Dari sisi promosi, *copywriting* dapat membantu masyarakat dalam memperkenalkan produk lokal, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), maupun potensi desa secara lebih efektif. Sedangkan dari sisi edukasi, *copywriting* dapat menjadi media penyampaian pesan yang informatif dan inspiratif, baik untuk peningkatan kesadaran lingkungan, kesehatan, maupun pendidikan Masyarakat (Zuhri, 2024).

Dalam konteks pembangunan desa, pemahaman dan penguasaan keterampilan *copywriting* dapat membuka peluang baru bagi masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi (Kristanto et al., 2024). Dengan memanfaatkan media sosial, website, maupun platform digital lainnya, masyarakat dapat mengoptimalkan potensi daerah, memperluas jangkauan pasar, sekaligus menyebarkan nilai-nilai edukatif yang bermanfaat. Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat melalui keterampilan *copywriting* bukan hanya sekadar penguasaan teknik menulis, tetapi juga merupakan langkah strategis untuk menciptakan masyarakat yang lebih kreatif, produktif, dan berdaya saing di era digital.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui keterampilan *copywriting* dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan praktis-aplikatif. Hal ini bertujuan agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

Pada tahapan yang pertama yaitu melakukan identifikasi kebutuhan Masyarakat. Pada tahapan ini dilaksanakan dengan survei awal untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat terhadap promosi digital dan literasi komunikasi, komunikasi yang terarah dan inklusif mampu memberdayakan pemuda sebagai penggerak perubahan di masyarakat digital (Rullah et al., 2025). Setelah survey, menggali potensi lokal (produk, jasa, atau isu sosial) yang dapat dijadikan bahan praktik *copywriting*.

Tahapan selanjutnya yaitu memberikan Solusi dan motivasi. Pada tahapan ini dilakukan dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya *copywriting* dalam mendukung promosi dari produk unggulan serta penyebaran pesan edukatif dengan menyampaikan manfaat jangka panjang dari penguasaan keterampilan ini, baik untuk aspek ekonomi maupun social.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Copywriting membantu untuk menarik perhatian audiens, membangkitkan minat, membentuk keinginan, dan mendorong tindakan dari audiens untuk terlibat lebih lanjut dengan pesan yang disampaikan melalui media sosial Instagram (Zuhri, 2024)

Tahapan ketiga melakukan pelatihan keterampilan *Copywriting*. Pada tahapan ini dibuat dengan 3 kategori yaitu materi dasar, praktik menulis dan pemanfaatan media digital. Materi dasar dilakukan untuk memberikan pengenalan konsep *copywriting*, teknik menulis persuasif, struktur tulisan promosi, dan gaya bahasa efektif. Praktik menulis dilakukan untuk melatih peserta dalam membuat konten sederhana untuk promosi produk, kampanye edukasi, maupun pesan sosial. Sedangkan pemanfaatn media digital dijalankan dalam melakukan pendampingan penggunaan platform digital (media sosial, blog, marketplace) sebagai media publikasi *copywriting*. Copywriting dan pelatihan menulis naskah iklan mampu mengembangkan bisnis dan usaha peserta pelatihan (Adinugroho et al., 2023).

Tahap keempat melakukan Pendampingan dan simulasi. Pada tahapan ini peserta dibimbing secara langsung dalam membuat konten promosi maupun edukasi yang sesuai dengan kebutuhan local dan mengadakan simulasi kampanye promosi digital menggunakan hasil karya *copywriting* peserta melalui akun KWT Anisa.

Tahap kelima melakukan evaluasi dan umpan balik. Melakukan evaluasi terhadap hasil karya peserta untuk mengukur peningkatan keterampilan dan memberikan umpan balik serta strategi pengembangan agar masyarakat dapat terus meningkatkan kualitas *copywriting* secara mandiri.

Tahap keenam melakukan keberlanjutan program. Mendorong KWT Anisa agar menjadi kelompok kreatif Desa Cibinuang yang berfokus pada *copywriting* dan konten digital serta menyediakan akses konsultasi atau pendampingan berkelanjutan agar keterampilan *copywriting* dapat terus diaplikasikan dan ditingkatkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian diawali dengan survey yang dilakukan di dusun cikopo dalam bentuk diskusi melalui perwakilan Kelompok wanita Tani (KWT) Anisa dengan tujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan masyarakat khususnya pada KWT Anisa. Kegiatan diskusi berlangsung seharian melalui sharing session di rumah ketua KWT Anisa.



Gambar 1. Hasil Diskusi dengan KWT Anisa

Citakarya, Volume 3 Issue 03, 2025
Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA
E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Setelah memperoleh data informasi, kami melakukan kegiatan seminar kewirausahaan dalam rangka memberikan Solusi dan motivasi bagi masyarakatan Desa Cibinuang yang berada di Dusun Cikopo khususnya dalam mengasah keterampilan Copywrting yang nantinya dapat digunakan dalam pembuatan promosi produk dan edukasi pada media sosial.



Gambar 2. Pembukaan Seminar Wirausaha

Kegiatan pengabdian ini dihadiri oleh 17 peserta yang tersebar dari berbagai RT yang ada di dusun Cikopo Desa Cibinuang dan dibuka secara resmi oleh Kepala Desa Cibinuang serta perwakilan dari BPD Desa Cibinuang. Kegiatan ini juga melibatkan tim dari Himpunan Mahasiswa Akuntansi Universitas Kuningan sebagi bentuk kolaborasi antara Dosen dengan Mahasiswa dalam menjalankan salah satu Tri Darma Perguruan Tinggi yaitu Pengabdian Kepada Masyarakat.

Table 1 Daftar Hadir Peserta

No	Nama Peserta	Alamat
1	Tati Deswita	Dusun Cikopo
2	Naspi	Dusun Cikopo
3	Yani Yuniarti	Dusun Cikopo
4	Supinah	Dusun Cikopo
5	Ruswiti	Dusun Cikopo
6	Yunarti	Dusun Puhun
7	Mimin S	Dusun Bingbin
8	Tantri	Dusun Cikopo
9	Omah Saomah	Dusun Cikopo
10	Wida	Dusun Cikopo
11	Emah	Dusun Cikopo
12	Risma	Dusun Cikopo
13	Elah	Dusun Cikopo
14	Eti S	Dusun Cikopo
15	Yayah	Dusun Cikopo
16	Anah	Dusun Cikopo

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

17	Mimin R	Dusun Cikopo

Setelah kegiatan seminar dilanjutkan dengan praktik langsung dalam pembuatan *copywriting*. Kegiatan ini dilakukan dengan memanfaatkann media digital yang dijalankan dalam pendampingan penggunaan platform digital (media social dan marketplace) sebagai media publikasi *copywriting*. Kegiatan ini menghasilkan 2 media social baru yaitu Instagram dan Tiktok sebagai sarana promosi serta marketplace Shopee sebagai alat penjualan online dari produk-produk yang dihasilkan oleh KWT Anisa.



Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Platform Digital

Pendampingan dilakukan selama 1 bulan dengan frekuensi kehadiran 1 kali dalam seminggu. Guna memperdalam kemampuan *copywriting*, kolaborasi juga dilakukan dengan PLUT UMKM Kabupaten Kuningan melalui workshop packaging dan pemasaran digital. Kegiatan ini diharapkan akan menghasilkan Produk dengan Kemasan Baru atau Lebih Menarik pada kemasan produk, meningkatkan branding dari produk KWT Anisa, akun platfom digital yang sudah dibuat sebelumnya dapat dijalankan dengan baik, memiliki rencana pemasaran dengan bantuan *copywriting* agar promosi lebih menarik, meningkatkan keterampilan anggota KWT Anisa.Terbuka kemungkinan produk dipasarkan tidak hanya di lingkungan sekitar, tetapi juga ke pasar digital yang lebih besar dan tercipta jejaring dengan UMKM lain atau komunitas digital marketing.



Gambar 4. Workshop Packaging dan Pemasaran Digital

Citakarya, Volume 3 Issue 03, 2025

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

https://e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/CITAKARYA
E ISSN : 2986-5603
Jurnal Pengabdian Masyarakat

Salah satu hasil rangkaian kegiatan Pengabdian Masyarakat di Dusun Cikopo desa Cibinuang yaitu mulai menggunakan *copywriting* sebagai sarana promosi dan edukasi pada konten yang dibuat media social. Sebelumnya, KWT Anisa hanya upload foto saja namun saat ini sudah mulai menggunakan *copywriting*, salah satunya pada media social Instagram.



Gambar 5. Hasil *Copywriting*

Semua rangkaian program pengabdian Masyarakat ini diharapkan dapat terus berlanjut ke depannya. Keterampilan *copywriting* diharapkan menjadi modal jangka panjang untuk mengembangkan usaha local dalam meningkatan ekonomi local, terbangunnya branding Desa Cibinuang yang dipelopori oleh KWT Anisa sehingga ke depannya bukan hanya di dusun Cikopo saja tapi juga di semua dusun yang ada di Desa Cikopo, anggota masyarakat memiliki kesadaran dan keterampilan baru dalam memanfaatkan media sosial secara produktif, adanya kader atau perwakilan masyarakat yang mampu menjadi fasilitator lokal untuk melatih anggota lain, sehingga *copywriting* tidak hanya dipakai untuk promosi produk, tetapi juga sebagai media edukasi karena masyarakat terbiasa membuat pesan edukatif yang persuasif dan mudah dipahami.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa keterampilan *copywriting* memiliki peran strategis dalam meningkatkan kemampuan promosi dan edukasi di era digital. Melalui pendampingan yang terstruktur, masyarakat tidak hanya mampu memasarkan produk secara lebih menarik dan persuasif, tetapi juga dapat menyampaikan pesan-pesan edukatif yang bermanfaat. Keberhasilan program ini tercermin dari meningkatnya literasi digital, terbentuknya konten promosi yang lebih kreatif, serta tumbuhnya rasa percaya diri masyarakat dalam mengelola media sosial. Dengan adanya keterampilan *copywriting*, masyarakat berpeluang memperluas pasar, memperkuat branding lokal, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Ke depan, diharapkan keterampilan ini dapat terus dikembangkan secara mandiri maupun melalui kolaborasi dengan berbagai pihak, sehingga keberlanjutan program benar-benar mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat.

Adapun saran dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini agar masyarakat di Dusun Cikopo Desa Cibinuang yang telah mengikuti pelatihan dan belum mengikuti pelatihan ini dapat menjalin kerja sama dengan UMKM, marketplace, komunitas kreatif, atau pemerintah daerah untuk memperluas jangkauan promosi, kolaborasi juga dapat dilakukan dengan lembaga pendidikan untuk menghadirkan mahasiswa/relawan sebagai mentor digital serta mendorong masyarakat agar memiliki identitas bersama (logo, tagline, ciri khas) yang memperkuat citra produk maupun potensi desa Cibinuang secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

Adinugroho, M., Sari, R., & Rasyid, R. A. (2023). Pelatihan copywriting sebagai sarana komunikasi sebuah brand dan strategi meningkatkan penjualan di sosial media instagram. Indonesia Berdaya, 4(3), 895–902. https://doi.org/10.47679/ib.2023493

Kristanto, B., Ariyanto, A. S. S., Putri, D. P., Kafah, A. Z., Arkananta, E. R., Arifin, N., Yulistiyani, S. S., & Kurniawan, E. A. (2024). Transformasi Digital Bagi Siswa Tunarungu: Pelatihan SEO Copywriting Sebagai Peluang Karir. Jurnal Arba - Multidisiplin Pengabdian Masyarakat, 1(2), 51–57.

Rullah, A. D., Silva, F. R., Pratama, E. T. H., & Purwanto, E. (2025). Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Literasi Digital di Kalangan Pemuda. Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Dan Masyarakat, 2(1), 16. https://doi.org/10.47134/jpem.v2i1.568

Sari, A. A. (2025). Optimalisasi Copywriting Berbasis Kecerdasan Buatan untuk Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata Desa Ponggok , Klaten , Jawa Tengah. 3(1), 65–70.

Widayani, A., Normawati, R. A., & Waspada, H. P. (2023). Scale Up Komersialisai Produk Kampung Opak Gambir Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Melalui Pesan Visual, Copywriting Dan Seo. SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 7(3), 1916. https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i3.16948

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

E ISSN : 2986-5603

Jurnal Pengabdian Masyarakat

Zuhri, R. R. (2024). Strategi Copywriting Melalui Media Sosial Instagram Dalam Komunikasi Dakwah @Muslimahorid. 4(02), 7823–7830.

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under aCreative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.