

PELATIHAN CREATIVE COPYWRITING BAGI SISWA SMA NEGERI 11 PEKANBARU UNTUK MENINGKATKAN KOMPETENSI PEMASARAN DI ERA DIGITAL

Ahmad Ade Irwanda¹, Wentisasrapita Abiyus², Richa Afriana Munthe³

^{1,2,3}Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru, Indonesia

email: ahmadade@unilak.ac.id¹, wenti@unilak.ac.id², richa@unilak.ac.id³)

Abstrak: Program Pengabdian kepada Masyarakat "Pelatihan Creative Copywriting bagi Siswa SMA Negeri 11 Pekanbaru" oleh Fakultas Ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning bertujuan meningkatkan keterampilan pemasaran digital siswa di era teknologi. Kegiatan ini mencakup survei kebutuhan, penyampaian materi teori dan praktik, serta evaluasi pre-test dan post-test. Siswa dilatih menulis pesan persuasif dan membuat konten pemasaran digital. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan, dari skor rata-rata pre-test 50,28 menjadi 90,15 pada post-test. Umpaman balik positif peserta membuktikan bahwa program ini efektif sebagai model pengembangan kompetensi pemasaran di lingkungan sekolah.

Kata Kunci: Digital marketing, Creative Copywriting, Pelatihan, Siswa SMA, Pemasaran Digital

Abstract: The Community Service Program titled "*Creative Copywriting Training for Students of SMA Negeri 11 Pekanbaru to Enhance Marketing Competence in the Digital Era*", organized by the Faculty of Computer Science at Universitas Lancang Kuning, aims to improve students' digital marketing skills. The program includes a needs assessment, theoretical and practical sessions, and evaluation through pre- and post-tests. Students were trained to craft persuasive messages and create digital marketing content. Results showed a significant improvement, with average scores increasing from 50.28 (pre-test) to 90.15 (post-test). Positive feedback from participants confirms the program's effectiveness as a model for enhancing marketing competencies in the educational setting.

Keywords: *Digital marketing, Creative Copywriting, training, High students, digital marketing*

1. Pendahuluan

Digitalisasi telah mengubah pola komunikasi dan pemasaran secara signifikan. Philip Kotler dalam bukunya, *Marketing 5.0: Technology for Humanity* (2021), menjelaskan bahwa pemasaran saat ini memanfaatkan teknologi untuk menjembatani kesenjangan antara perusahaan dan konsumen, memungkinkan hubungan yang lebih personal dan interaktif. Generasi muda, termasuk siswa sekolah menengah, adalah salah satu segmen yang paling responsif terhadap perubahan ini. Mereka menjadi bagian dari digital natives yang memiliki pemahaman lebih baik terhadap media digital dibandingkan generasi sebelumnya.

Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023, penetrasi internet di kalangan remaja Indonesia mencapai tingkat yang cukup tinggi, terutama melalui media sosial. Sekitar 70% dari total pengguna internet di Indonesia adalah generasi muda, termasuk pelajar sekolah menengah, yang aktif di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Platform ini menjadi ruang potensial bagi siswa untuk memahami konsep pemasaran digital dan creative copywriting, di mana mereka dapat mempelajari bagaimana sebuah pesan dikemas secara efektif untuk menarik perhatian dan menciptakan dampak.

Meskipun para siswa sudah familiar dengan media digital, pendidikan formal masih tertinggal dalam menyediakan pelatihan yang fokus pada pemasaran digital. Kurikulum sekolah cenderung berfokus pada mata pelajaran umum dan belum sepenuhnya mengintegrasikan keterampilan abad ke-21 seperti creative copywriting atau pemasaran digital, yang kini banyak dibutuhkan di pasar kerja. Hal ini mengindikasikan adanya skills gap antara kemampuan yang dimiliki siswa dengan yang dibutuhkan di dunia kerja saat ini.

Kotler (2021) menggarisbawahi pentingnya adaptasi keterampilan dalam menghadapi era teknologi, terutama bagi generasi muda yang kelak akan menjadi tenaga kerja utama. Pelatihan seperti creative copywriting tidak hanya meningkatkan keterampilan komunikasi, tetapi juga mengajarkan siswa untuk berpikir kreatif dalam menyampaikan pesan, menyesuaikan nada dan gaya bahasa dengan target audiens, serta memanfaatkan platform digital sebagai sarana untuk berinteraksi dengan publik.

Banyak siswa yang memahami bagaimana menggunakan media sosial untuk bersosialisasi, namun mereka belum terampil dalam memanfaatkannya untuk keperluan pemasaran. Menurut Marketing 5.0, pemahaman tentang teknologi saja tidak cukup. Siswa perlu memiliki kemampuan untuk mengembangkan pesan-pesan kreatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Pelatihan creative copywriting memberikan kontribusi nyata dalam mengasah keterampilan ini dengan menyediakan wawasan tentang bagaimana konten harus diatur, disusun, dan disesuaikan agar mampu menarik perhatian dan mencapai tujuan komunikasi.

SMA Negeri 11 Pekanbaru memiliki potensi besar dalam mengembangkan keterampilan siswa di bidang pemasaran digital, namun belum ada program atau pelatihan khusus untuk memperkenalkan keterampilan ini secara terstruktur. Keterampilan creative copywriting sangat penting dalam berbagai platform pemasaran digital karena mampu menarik perhatian audiens, menyampaikan pesan yang relevan, serta menciptakan pengalaman yang berarti bagi konsumen. Seperti dijelaskan oleh Kotler et al. (2021) dalam Marketing 5.0, pemasaran yang efektif di era digital memerlukan pendekatan yang personal dan interaktif untuk dapat terhubung dengan audiens, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu mendorong respons yang diinginkan.



Gambar 1. Situasi Lokasi SMA Negeri 11 Pekanbaru

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi SMA Negeri 11 Pekanbaru, tim pengabdian menawarkan program Pelatihan Creative Copywriting untuk membantu siswa mengembangkan keterampilan dasar pemasaran digital. Melalui program ini, siswa akan mendapatkan pelatihan mengenai teknik copywriting untuk media digital, yang meliputi pemahaman tentang pemilihan kata yang efektif, penyusunan pesan persuasif, serta pengembangan konten singkat yang menarik. Selain itu, pelatihan ini juga mencakup simulasi pembuatan konten pemasaran, dimana siswa dapat langsung berlatih menyusun pesan dan memahami preferensi audiens. Diharapkan, program ini dapat meningkatkan kompetensi siswa dalam memasarkan ide atau produk secara digital dan membekali mereka dengan keterampilan komunikasi yang relevan di era informasi.

2. Metode

Pelaksanaan program *Pelatihan Creative Copywriting* bagi siswa SMA Negeri 11 Pekanbaru dilakukan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Metode yang diterapkan mencakup pendekatan partisipatif dan berbasis praktik agar siswa dapat memahami konsep dan keterampilan copywriting secara efektif. Tahap awal melibatkan survei lapangan dan diskusi dengan pihak sekolah untuk memahami tingkat keterampilan siswa dalam menggunakan media digital serta kebutuhan mereka dalam bidang pemasaran digital. Tim pengusul akan menyusun materi pelatihan yang sesuai dengan kemampuan dan minat siswa, menyiapkan alat bantu (seperti materi presentasi dan perangkat multimedia), serta menentukan jadwal pelaksanaan kegiatan.

Pelatihan *Creative Copywriting* akan dilaksanakan dalam satu hari penuh dan dirancang secara intensif untuk memberikan pengalaman belajar yang maksimal bagi siswa. Kegiatan ini dibagi ke dalam dua sesi utama, yaitu sesi teori dan sesi praktik. Pada sesi teori, peserta akan mendapatkan pemahaman dasar mengenai konsep dan prinsip copywriting yang efektif, termasuk bagaimana memilih kata-kata yang tepat, menyusun pesan yang persuasif, serta menyesuaikan gaya bahasa dengan karakteristik dan kebutuhan audiens target dalam konteks pemasaran digital.

Materi teori akan disampaikan secara interaktif, dengan mengedepankan studi kasus dan contoh-contoh nyata dari berbagai platform digital, agar siswa dapat memahami penerapan copywriting dalam dunia nyata. Selain itu, sesi ini juga membekali peserta dengan teknik storytelling, penulisan judul yang menarik, dan pemanfaatan elemen visual pendukung dalam menyampaikan pesan pemasaran. Diharapkan, siswa tidak hanya memahami teori secara konseptual, tetapi juga memiliki kerangka berpikir yang aplikatif dalam menciptakan konten yang mampu menarik perhatian konsumen digital.

Setelah sesi teori, kegiatan dilanjutkan dengan sesi praktik dan simulasi. Pada bagian ini, siswa akan ditantang untuk langsung menerapkan pengetahuan yang telah didapat dengan membuat konten pemasaran digital sederhana sesuai dengan produk atau layanan yang ditentukan. Mereka akan berlatih menyusun pesan-pesan yang menarik, sesuai dengan karakter audiens yang telah ditentukan, dan menyajikannya dalam format yang relevan seperti caption media sosial atau teks iklan. Tim pelatihan akan memberikan evaluasi dan umpan balik konstruktif terhadap hasil kerja siswa, sehingga mereka mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan pengalaman langsung dalam proses kreatif copywriting.

**Gambar 2.** Tahapan Pelaksanaan

Untuk memastikan pelaksanaan pelatihan berjalan dengan baik, diperlukan alat evaluasi baik selama pelatihan berlangsung maupun di akhir pelatihan. Alat evaluasi tersebut meliputi:

a. Penilaian Pre-test dan Post-test

Penilaian Pre-test dan Post-test Pre-test dilakukan oleh semua peserta di awal pelatihan, sedangkan post-test dilakukan setelah pelatihan selesai. Data dari hasil pre-test dan post-test kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SPSS. Hasil analisis ini dapat menunjukkan perkembangan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan dan dapat dijadikan acuan untuk penguatan kapasitas setelah pelatihan.

b. Evaluasi Akhir Pelatihan

Adapun agenda evaluasi akhir yaitu memberikan kuesioner pelayanan terhadap keseluruhan pelaksanaan kegiatan Creative Copywriting.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada hari Kamis 9 Januari 2025. Program ini diadakan di Aula SMA Negeri 11 Pekanbaru dan diikuti oleh 40 siswa dari berbagai kelas. Dari pelatihan yang dilaksanakan dengan materi "Pelatihan Creative Copywriting Bagi Siswa SMA Negeri 11 Pekanbaru" telah berhasil dilaksanakan. Pelatihan Creative Copywriting bagi siswa SMA Negeri 11 Pekanbaru bertujuan untuk membekali peserta dengan pemahaman dan keterampilan dasar dalam menulis teks pemasaran yang efektif di era digital. Materi yang disampaikan mencakup teknik penulisan, pengembangan konten, pemahaman target audiens, serta penerapan copywriting di berbagai kanal digital.

Melalui pelatihan ini, siswa diajarkan pentingnya menyampaikan pesan secara jelas, menarik, dan persuasif untuk membangun brand awareness serta meningkatkan penjualan. Selain itu, mereka juga dikenalkan pada aspek etika dan hukum terkait penulisan konten serta tren terbaru dalam dunia copywriting, seperti personalisasi konten dan pemanfaatan teknologi AI.

Dengan latihan praktis dan tips pengembangan keterampilan yang diberikan, peserta diharapkan mampu menerapkan ilmu yang diperoleh dalam konteks pemasaran digital secara kreatif, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan pasar saat ini.

Tahapan-tahapan yang disampaikan oleh pemateri dalam materi tersebut adalah sebagai berikut:

a) Pengenalan Creative Copywriting

Copywriting menjadi esensial dalam komunikasi bisnis modern karena membantu dalam menyampaikan pesan yang efektif kepada audiens. Copywriting yang baik dapat meningkatkan brand awareness dan membangun hubungan emosional dengan pelanggan.

b) Tujuan Pelatihan

Memperdalam pengetahuan peserta tentang dasar-dasar copywriting dan bagaimana mengaplikasikannya. Mengasah keterampilan menulis agar dapat menghasilkan konten yang menarik dan persuasive. Membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk berkarir di dunia pemasaran digital.

c) Materi Pelatihan

Membahas berbagai teknik penulisan seperti storytelling, penulisan deskripsi produk, dan penulisan headline. Mengembangkan strategi konten yang efektif untuk berbagai platform. Menggunakan data dan riset untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Memahami cara kerja dan potensi dari berbagai kanal digital seperti media sosial, website, dan email.

d) Teknik Penulisan Judul dan Hook

Teknik untuk menciptakan judul yang memikat, memasukkan kata kunci yang relevan untuk SEO dan menarik target audiens dan menulis hook yang membuat pembaca ingin tahu lebih lanjut.

e) Strategi Pengembangan Konten

Teknik-teknik untuk menyusun cerita yang dapat melibatkan audiens, Menyampaikan informasi yang bermanfaat dan relevan bagi audiens serta pentingnya visual dalam meningkatkan daya tarik konten.

f) Memahami Target Konsumen

Memahami karakteristik umum audiens seperti usia, jenis kelamin, dan lokasi, Memahami kepribadian, nilai, minat, dan gaya hidup audiens. Menganalisis bagaimana audiens berinteraksi dengan produk atau layanan.

g) Membangun Kepribadian Merek

Mendefinisikan siapa dan apa yang diwakili oleh merek. Menyusun karakter merek dan gaya bahasa yang konsisten untuk digunakan dalam komunikasi.

h) Gaya Bahasa dan Retorika Persuasif

Penulisan yang mudah dipahami dan langsung pada inti. Membuat konten yang menarik perhatian. Menggunakan teknik seperti ethos, pathos, dan logos untuk meyakinkan audiens.

i) Copywriting untuk Kanal Digital

Penulisan yang efektif untuk halaman web. Membuat konten yang menarik dan shareable di platform media sosial. Menulis email yang dapat meningkatkan tingkat konversi.

j) Latihan Praktik

Latihan menulis iklan yang efektif untuk berbagai produk. Merancang dan mengeksekusi kampanye pemasaran menggunakan berbagai kanal digital.

k) Aspek Hukum dan Etika

Mengetahui bagaimana melindungi karya dan menghormati hak cipta orang lain. Mematuhi standar etika dalam penulisan dan pemasaran. Memahami dan mematuhi kebijakan privasi yang berlaku.

l) Tren dan Inovasi Copywriting

Tren dalam pemasaran konten dan bagaimana mengimplementasikannya. Membuat konten yang disesuaikan dengan preferensi individu. Menggunakan teknologi AI untuk meningkatkan copywriting.

m) Peran Copywriting dalam Penjualan

Menarik perhatian dan menciptakan brand awareness. Teknik untuk membuat audiens melakukan tindakan tertentu. Membuat konten yang mendorong hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

n) Tips Pengembangan Keterampilan

Membaca berbagai jenis teks untuk memperkaya wawasan, Praktik menulis setiap hari untuk meningkatkan keterampilan dan Bergabung dengan Komunitas Copywriter



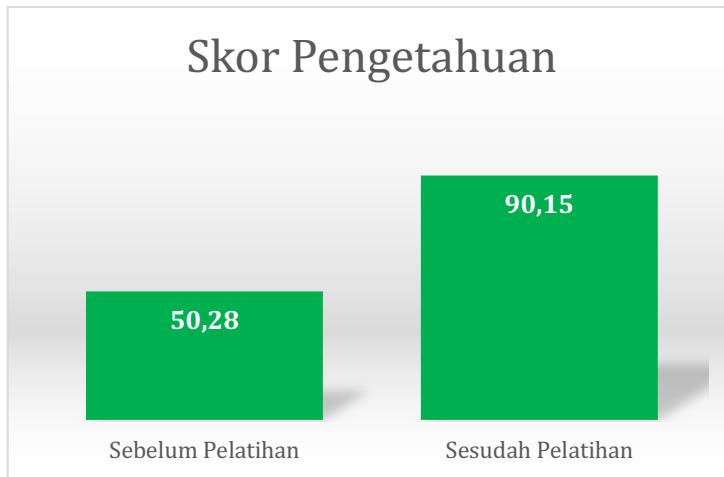
Gambar 2. Pemaparan Materi



Gambar 3. Penyerahan Sovenir untuk 3 Peserta Terbaik

Tabel 1. Hasil uji t dua sampel berpasangan terhadapskor pre-test dan post-test Peserta Peserta Pelatihan *Creative Copywriting*

Jumlah Responden	Skor Pengetahuan	Rerata	Perbedaan rerata	Nilai p
40	Sebelum Pelatihan	50,28	39,87	0,00
	Sesudah Pelatihan	90,15		



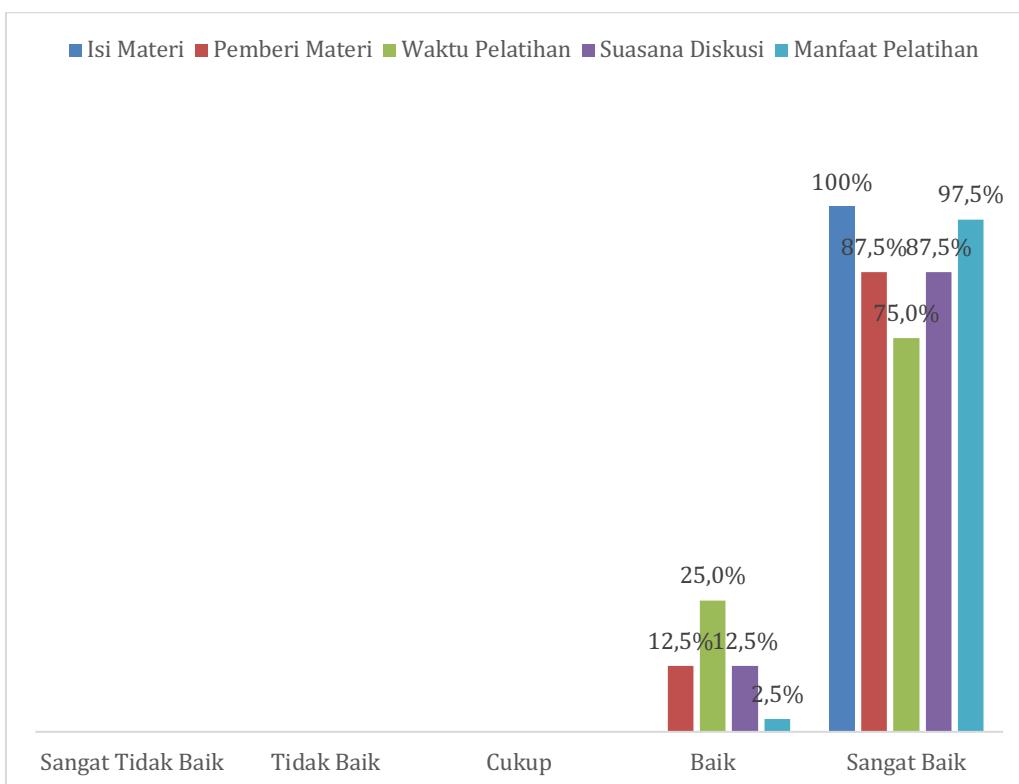
Gambar 3. Grafik Skor Pengetahuan

Dari hasil perbandingan penilaian Pre-test dan Post-test yang diberikan kepada 79 orang peserta digitalisasi pemasaran melalui tiktok, skor pengetahuan sebelum pelatihan dengan nilai rata-rata 50,64 sedangkan setelah pelatihan bernilai rata-rata 95,66. Nilai signifikansi sebesar 0,00 (<0,05), artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara sebelum pelatihan dengan sesudah pelatihan. Terdapat peningkatan nilai rata-rata sebesar 45,05.

Dari evaluasi akhir pelatihan berupa kuesioner pelayanan terhadap keseluruhan pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Kuesioner Pelayanan Pelatihan

Pertanyaan	Sangat Tidak Baik	Tidak Baik	Cukup	Baik	Sangat Baik
Isi Materi				40	
Pemberi Materi		5		35	
Waktu Pelatihan			10	30	
Suasana Diskusi			5	35	
Manfaat Pelatihan			1	39	



Gambar 4. Hasil Kuesioner Layanan Pelatihan

Dari hasil kuesioner layanan Pelatihan *Creative Copywriting* Bagi Siswa SMA Negeri 11 Pekanbaru untuk Meningkatkan Kompetensi Pemasaran di Era Digital untuk isi materi 100% menjawab sangat baik. Sementara untuk pemberi materi 87,5% menjawab sangat baik dan 12,5% menjawab baik. Waktu pelatihan 75% menjawab sangat baik dan 25% menjawab baik. Suasana diskusi 87,5% menjawab sangat baik dan 12,5% menjawab baik. Manfaat pelatihan 97,5% menjawab sangat baik dan 2,5% menjawab baik.

4. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa Pelatihan Creative Copywriting Bagi Siswa SMA Negeri 11 Pekanbaru untuk Meningkatkan Kompetensi Pemasaran di Era Digital telah berjalan sesuai Rencana. Pelatihan dihadiri oleh 40 Orang Siswa dan seluruh peserta mengikuti pelatihan secara penuh serta mengisi kuesioner pre-test dan post-test. Terdapat peningkatan pengetahuan peserta sebesar 39,87 ($p < 0,005$) setelah pelatihan dilakukan. Pelatihan ini membekali siswa dengan kompetensi yang relevan untuk berkontribusi dalam dunia pemasaran digital secara profesional dan kreatif.

Untuk meningkatkan efektivitas pelatihan ini, disarankan untuk menambahkan lebih banyak sesi praktik menulis copywriting pada berbagai platform digital, serta menggunakan studi kasus nyata dari brand terkenal agar siswa dapat memahami penerapan strategi secara langsung. Selain itu, mengundang praktisi profesional untuk berbagi pengalaman, memberikan evaluasi dan feedback secara berkala, serta mengadakan simulasi kampanye pemasaran digital akan membantu siswa mengasah keterampilan dan memahami tantangan di dunia kerja secara lebih mendalam.

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.
- APJII. (2023). Laporan Survey Internet Indonesia 2022. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Apriyani, T., & Wibowo, A. A. (2023). PELATIHAN COPYWRITING UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI HASIL UNIT PRODUKSI SISWA SMK. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 1(1), 201-211.
- Bahtera, N. T., Salam, M. D., & Prassetyo, S. (2024). Pemberdayaan UMKM di Waru Sidoarjo melalui Pelatihan Konten Kreatif, Copywriting, dan Strategi Bisnis Digital. *Literasi Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Inovasi*, 4(2), 196-204.
- Hartini, S., Murtina, H., Muryani, S., & Serli, R. K. (2022). Pelatihan Copywriting Media Sosial Pada Yayasan Dharma Kasih Jakarta Utara. *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 69-76.
- Irwanda, A. A., Abiyus, W., Wiza, F., Suprianto, J., & Sianturi, W. (2024). PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA SISWA SMKS MULTI MEKANIK MASMUR PEKANBARU. *J-COSCIS: Journal of Computer Science Community Service*, 4(1), 34-40.
- Irwanda, A. A., Abiyus, W., Munthe, R. A., Juliani, F., & Ohara, M. R. (2025). DIGITALISASI PEMASARAN MELALUI TIKTOK MARKETING PADA SISWA SMK NEGERI 1 KELAYANG. *J-COSCIS: Journal of Computer Science Community Service*, 5(1), 76-86.
- Iswati, I., Cahyono, H., Sujino, S., Prabowo, P., Rosail, M., Amelia, D., ... & Alawi, I. (2023). Pelatihan Teknik Menulis Copywriting Melalui di Media Sosial Untuk Meningkatkan Daya

- Tarik Calon Pelanggan Produk UMKM Di Rt 03 Rw 06 Kelurahan Yosodadi. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(4), 384-390.
- Jayantini, I. G. A. S. R., Hikmaharyanti, P. D. A., Utami, N. M. V., Ariyaningsih, N. N. D., & Ninda, I. D. A. S. B. (2023). Pelatihan Copywriting untuk Generasi Hustling. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 434-441.
- Kharisma, R. S., Yudaninggar, K. S., Wardhana, R., Andiyansari, P., Pratama, K. A., Salsabila, R. N., ... & Lazuardi, A. S. S. (2023). PELATIHAN COPYWRITING DAN PENGELOLAAN SOSIAL MEDIA PADA HOME INDUSTRI KERAJINAN PERAK KOTAGEDE. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1930-1938.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Prabowo, A., Yansyah, D., Abdallah, B. N., & Rahmah, K. (2024). Pelatihan Literasi Pemasaran Digital: Pembuatan Konten Visual Dan Penyusunan Copywriting. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 4(3), 1119-1126.
- Rachmawati, S., Pramularso, E. Y., Sari, I., & Shahyuni, D. (2023). Pelatihan Copywriting For Marketing. *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 27-36.
- Sakti, I. M., & Pratiwi, D. C. (2023). Pelatihan Implementasi Pemasaran Digital: Foto Produk, Desain Konten, dan Copywriting. *Duta Abdimas*, 2(2), 7-15.
- Wazdi, A. I., & Aprilia, G. A. (2022). Pelatihan Copywriting untuk Optimalisasi Pemasaran Digital Kepada SMK Bakti Nusantara 666 Kabupaten Bandung. *Jurnal AbdiMU (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 2(2), 62-69.
- Wijaya, L., Sari, R. K., Udin, N., Annas, T., & Hartono, H. (2023). Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Copywriting Bagi UMKM di Kota Semarang. *Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4), 36-41.
- Yusuf, Y. M., Rahiem, V. A., & Fitrananda, C. A. (2022). Pelatihan Copywriting Dan Digital Marketing Pada Pelaku UMKM Sentra Usaha Di Kelurahan Buah Batu Kota Bandung. *ABDI KAMI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 111-119.