

PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN PROMOSI DAN COPYWRITING UNTUK PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM KERUPUK IKAN “DUA BERLIAN” DI DESA JIYU

Maulud Dyah Meyzhalavani Setyo Budi

Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : mauludyahmsb2552@gmail.com

Silviana Berly Febriani

Sastranegeri, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : silvianberly04@gmail.com

Susilia Dwi Anggraini

Administrasi Niaga, Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya Email : susiliadwianggraini@gmail.com

Doan Widhiandono, S. Sos., M. I.Kom

Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : doanwidhi@untag-sby.ac.id

Abstrak. Kurangnya pemasaran terhadap produk dari UMKM yang dibuat oleh warga sehingga dari kurangnya pemasaran tersebut produk ke masyarakat luas menjadi kurang maksimal yang mengakibatkan produk kurang laku di pasaran. Temuan masalah yang lain dari copywriting adalah kurangnya pemahaman masyarakat sekitar mengenai digital marketing. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang konsep dasar konten promosi, termasuk strategi pemasaran, elemen kunci dalam konten promosi, dan tujuan-tujuan yang ingin dicapai melalui konten tersebut. Kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM sendiri bertujuan untuk dapat memasarkan produknya dengan membuat narasi iklan atau copywriting yang sederhana tetapi dapat memikat konsumen untuk membeli Pertama-tama, hasil dari pembuatan konten video haruslah menarik dan memikat audiens. Dalam membuat video pemasaran yang sukses, penting untuk memahami target pasar dan apa yang mereka cari. Proses pembuatan copywriting dimulai dengan pemahaman mendalam tentang produk atau layanan yang akan dipasarkan. Penulis copywriting perlu mengerti nilai-nilai inti, manfaat, dan keunikan penawaran tersebut untuk dapat menyusun pesan yang menarik dan persuasif. Dalam kegiatan pelatihan pembuatan konten dan copywriting untuk pemasaran digital, peserta mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya konten yang menarik dan persuasif dalam upaya pemasaran online. Pelatihan ini memberikan wawasan tentang strategi-strategi kreatif dalam menyusun konten yang mampu menarik perhatian audiens target, membangun keterlibatan, dan menghasilkan konversi yang tinggi.

Kata Kunci: [Konten, Copywriting, Digitalisasi, Pemasaran]

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian merupakan pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dan sebagai proyek perintis. Pengabdian Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya adalah suatu bentuk pengabdian masyarakat yang merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kegiatan pengabdian diharapkan dapat memberikan pengalaman belajar yang berbeda bagi mahasiswa serta meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan kesadaran hidup bermasyarakat. Kegiatan pengabdian merupakan bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bersifat khusus. Dalam era digital yang semakin maju, pelatihan dan pembuatan konten promosi menjadi penting bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan

kesadaran merek. Pelatihan ini membantu individu dan tim dalam memahami prinsip-prinsip dasar serta strategi yang efektif dalam menciptakan konten promosi yang menarik dan relevan. Dalam konteks bisnis, konten promosi berperan penting dalam memperkenalkan produk, layanan, atau merek kepada audiens yang dituju. Konten promosi yang kuat dan menarik dapat menginspirasi, mengedukasi, dan membujuk konsumen untuk melakukan tindakan tertentu, seperti melakukan pembelian atau berlangganan. Namun, menciptakan konten promosi yang efektif bukanlah tugas yang mudah. Diperlukan pemahaman yang mendalam tentang audiens target, tren pasar, dan platform media yang digunakan. Pelatihan dan pembuatan konten promosi membantu individu atau tim dalam menguasai keterampilan dan strategi yang diperlukan untuk menghasilkan konten promosi yang berkualitas. Selain itu, pelatihan ini juga memberikan wawasan tentang teknik penulisan yang persuasif, penggunaan gambar dan multimedia yang menarik perhatian, serta pengukuran dan analisis kinerja konten promosi. Semua aspek ini berperan penting dalam memastikan bahwa konten promosi yang dibuat mencapai tujuan bisnis yang diinginkan. Pelatihan dan pembuatan konten promosi ini merupakan investasi yang berharga bagi UMKM Tenggiri yang ingin meningkatkan kehadiran mereka di pasar yang kompetitif. Dengan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan, individu atau tim dapat menciptakan konten promosi yang mengesankan dan efektif, yang pada gilirannya dapat membantu meningkatkan penjualan, pertumbuhan merek, dan kepuasan pelanggan.

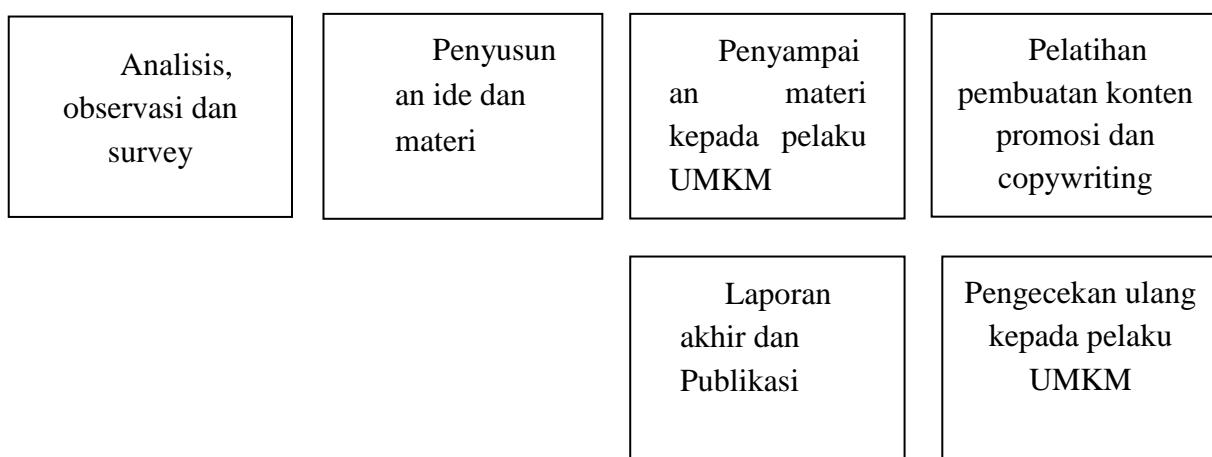
Kurangnya pemasaran terhadap produk dari UMKM yang dibuat oleh warga sehingga dari kurangnya pemasaran tersebut produk ke masyarakat luas menjadi kurang maksimal yang mengakibatkan produk kurang laku di pasaran. Pengabdian masyarakat dalam kegiatan ini diikuti oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dusun Jiyu, Desa Jiyu, Kecamatan Kutorejo, Kabupaten Mojokerto. Permasalahan yang dihadapi adalah kesulitan pemasaran produk karena kurangnya pemahaman digital marketing di social media dan juga belum mengerti akan pentingnya pembuatan narasi iklan atau copy writing yang menarik untuk memikat konsumen. Dibuatnya kegiatan ini diharapkan pelaku UMKM Desa Jiyu mampu membuat narasi iklan atau *copywriting* guna menunjang pemasaran produknya. Temuan masalah yang lain dari *copywriting* adalah kurangnya pemahaman masyarakat sekitar mengenai digital marketing, belum seberapa paham akan pentingnya narasi iklan produk atau copy writing dan pemasaran sebagian dilakukan dengan cara mouth to mouth

Tujuan dari pelatihan dan pembuatan konten promosi adalah sebagai berikut: Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang konsep dasar konten promosi, termasuk strategi pemasaran, elemen kunci dalam konten promosi, dan tujuan-tujuan yang ingin dicapai melalui konten tersebut. Kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM sendiri bertujuan untuk dapat memasarkan produknya dengan membuat narasi iklan atau *copywriting* yang sederhana tetapi dapat memikat konsumen untuk membeli, selain itu

pelatihan yang dilakukan ini menjelaskan bagaimana cara membuat narasi iklan atau *copywriting* produk pada UMKM sebagai media promosinya karena tidak menutup kemungkinan dengan membuat narasi iklan atau *copywriting* secara sederhana dengan sedikit pengetahuan membuat promosi produk menjadi bagus dan menarik perhatian konsumen. Mengembangkan strategi konten yang efektif untuk kedepanya: Pelatihan ini akan membantu peserta dalam merencanakan strategi konten yang efektif, berdasarkan pengetahuan tentang audiens target, pesan yang ingin disampaikan, dan platform media yang digunakan. Mereka akan mempelajari teknik penulisan persuasif dan cara memilih format konten yang paling sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan



Metode pelaksanaan pada pelatihan dan pembuatan konten promosi untuk UMKM Kerupuk Ikan “Dua Berlian” yaitu:

1. Pertama, melakukan observasi, analisis dan survei pada UMKM Kerupuk Ikan

Analisis, observasi, dan survei adalah alat penting dalam memahami dan menggali informasi mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan melakukan analisis, observasi, dan survei yang efektif, kita dapat memperoleh wawasan yang berharga tentang operasi, kebutuhan, dan peluang pengembangan UMKM. Analisis UMKM melibatkan pemecahan informasi yang ada untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai bisnis. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas dan proses yang terjadi di UMKM. Survei dilakukan dengan mengumpulkan data dari responden yang terkait dengan UMKM, seperti pemilik usaha, karyawan, atau pelanggan.

2. Selanjutnya yaitu penyusunan ide dan materi

Penyusunan ide dan materi untuk sosialisasi UMKM adalah tahap penting dalam mempersiapkan program yang efektif dan informatif. Pertama-tama, langkah awal yang

perlu dilakukan adalah melakukan riset menyeluruh tentang UMKM, termasuk perkembangan terkini, tantangan yang dihadapi, dan potensi yang dimiliki. Dengan pemahaman yang mendalam tentang topik ini, akan lebih mudah mengidentifikasi pesan inti yang perlu disampaikan kepada audiens.

3. Yang ketiga adalah Penyampaian materi kepada pelaku UMKM

Penyampaian materi kepada pelaku UMKM haruslah berfokus pada pemberdayaan mereka untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan bisnis. Dengan memastikan bahwa materi yang disampaikan praktis, mudah diakses, dan relevan, kita dapat memberikan dukungan yang kuat kepada pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan dan mencapai kesuksesan dalam bisnis mereka.

4. Berikutnya yaitu melakukan pelatihan pembuatan konten promosi dan copywriting

Selama pelatihan, peserta akan diperkenalkan dengan prinsip-prinsip dasar copywriting, termasuk pemahaman tentang audiens target, mengidentifikasi manfaat produk, dan membangun argumen penjualan yang kuat. Mereka akan belajar teknik penulisan yang menggugah minat, seperti penggunaan headline yang menarik, deskripsi produk yang menggugah emosi, dan panggilan tindakan yang kuat.

Selain itu, peserta juga akan dipandu dalam memahami berbagai platform media sosial dan bagaimana mengoptimalkan konten promosi untuk setiap platform tersebut. Mereka akan belajar tentang strategi konten yang efektif, termasuk penggunaan gambar, video, dan teks pendek yang dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dan menghasilkan hasil yang diinginkan.

5. Yang kelima adalah pengecekan ulang kepada pelaku UMKM

Dalam rangka meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan program kerja yang telah dilaksanakan, mahasiswa peserta pengabdian melaksanakan pengecekan ulang kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pengecekan ini bertujuan untuk memastikan bahwa program kerja yang telah diberikan kepada pelaku UMKM telah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan dan tujuan yang telah ditetapkan.

6. Yang terakhir adalah laporan akhir dan publikasi

Melalui laporan akhir dan publikasi yang terstruktur dengan baik, kegiatan pengabdian dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kualitas hasil kerja yang telah dilakukan oleh mahasiswa. Selain itu, laporan akhir dan publikasi juga berperan dalam membangun jaringan kerjasama dengan pihak-pihak terkait dan memperluas dampak kegiatan pengabdian untuk masa depan. Dengan demikian, laporan akhir dan publikasi menjadi instrumen yang sangat

penting dalam menyebarluaskan nilai-nilai keberlanjutan, inovasi, dan pemberdayaan masyarakat yang dihasilkan melalui kegiatan pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertama-tama, hasil dari pembuatan konten video haruslah menarik dan memikat audiens. Dalam membuat video pemasaran yang sukses, penting untuk memahami target pasar dan apa yang mereka cari. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan mereka, kita dapat menciptakan konten yang relevan dan menarik. Dengan menggunakan visual yang menarik, narasi yang kuat, dan elemen desain yang kreatif, video pemasaran dapat memikat dan mempertahankan perhatian audiens.

Selain menarik, hasil dari pembuatan konten video juga harus mampu menyampaikan pesan yang jelas dan efektif. Sebuah video pemasaran yang baik harus dapat mengomunikasikan nilai-nilai merek, manfaat produk, atau informasi yang ingin disampaikan kepada konsumen dengan cara yang mudah dipahami dan meyakinkan. Pemilihan kata-kata, penggunaan grafis yang relevan, dan pengaturan aliran cerita yang baik dapat membantu dalam menyampaikan pesan yang efektif.





Proses pembuatan copywriting dimulai dengan pemahaman mendalam tentang produk atau layanan yang akan dipasarkan. Penulis copywriting perlu mengerti nilai-nilai inti, manfaat, dan keunikan penawaran tersebut untuk dapat menyusun pesan yang menarik dan persuasif. Selain itu, memahami profil audiens target juga penting dalam menentukan gaya penulisan yang tepat.

Dalam pembahasan pembuatan copywriting, aspek strategis dan kreatif harus dipertimbangkan secara seimbang. Penulis copywriting harus memilih kata-kata yang tepat untuk menarik perhatian, membangun ketertarikan, dan memicu tindakan dari audiens. Penggunaan strategi penulisan seperti penggunaan judul yang menarik, narasi yang menggugah emosi, dan penekanan pada manfaat yang diberikan kepada konsumen dapat meningkatkan efektivitas copywriting.



SIMPULAN

Dalam kegiatan pelatihan pembuatan konten dan copywriting untuk pemasaran digital, peserta mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya konten yang menarik dan persuasif dalam upaya pemasaran online. Pelatihan ini memberikan wawasan tentang strategi-strategi kreatif dalam menyusun konten yang mampu menarik perhatian audiens target, membangun keterlibatan, dan menghasilkan konversi yang tinggi. Selain itu, peserta juga belajar tentang teknik-teknik penulisan copywriting yang efektif untuk mempengaruhi perilaku konsumen dan meningkatkan tingkat penjualan. Selama pelatihan, peserta diajak untuk memahami psikologi konsumen, menganalisis tren pasar, dan mengaplikasikan pengetahuan ini dalam menyusun konten yang relevan dan menggugah minat. Melalui latihan praktis dan umpan

balik yang konstruktif, peserta meningkatkan keterampilan mereka dalam merancang konten dan copywriting yang berdaya saing di dunia pemasaran digital yang semakin kompetitif. Kesimpulannya, pelatihan ini membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menciptakan konten yang menarik dan copywriting yang efektif guna meraih keberhasilan dalam pemasaran digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kontribusi dan dedikasi yang telah diberikan oleh Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam dunia pendidikan dan pengabdian kepada masyarakat.

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya telah memberikan sumbangan yang luar biasa dalam membentuk para generasi muda yang berpotensi dan berkualitas. Dalam lingkungan yang kondusif, mahasiswa Universitas ini mendapatkan pendidikan berkualitas tinggi yang melibatkan pendekatan akademik yang holistik. Kurikulum yang disusun dengan baik, fasilitas modern, dan tenaga pengajar yang berkompeten telah membantu para mahasiswa untuk berkembang dalam bidang studi mereka.

penulis juga ingin mengapresiasi Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah mengemban tanggung jawabnya dalam menjalankan program pengabdian kepada masyarakat. Upaya yang dilakukan oleh lembaga ini dalam melakukan penelitian yang bermanfaat dan memberikan solusi nyata untuk masalah sosial, ekonomi, dan lingkungan merupakan kontribusi berharga bagi masyarakat Surabaya dan sekitarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Pinathi, M. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Instagram untuk Meningkatkan Citra Jack Kopi di Industri Kuliner Kopi Kekinian.
- Indartuti, E., & Maduwinarti, A. (2021). PKM Pemanfaatan Limbah Kurma Dan Buahnya Menjadi Minuman Kopi, Susu Kurma Pada UMK OEMAH KURMA “NAF” Di Kelurahan MedokanAyu, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Saifuddin, A. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran "Beli Kopi" dalam Membangun Brand Image.