

## PELATIHAN COPYWRITING BAGI GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN CIKOLE KOTA SUKABUMI

**Lusi Susilawati, Siska Hestiana, Kokom Komariah, Aris Juliansyah**

Universitas Muhammadiyah Sukabumi  
*Lusi@ummi.ac.id, siskahestiana@ummi.ac.id, ko2mpuspa@ummi.ac.id,  
arisjuliansyah@ummi.ac.id*

### Abstract

The activity of copywriting training was aimed at empowering the millennial generation in the Cikole sub-district, Sukabumi City, who are unemployed but have expertise in operating several applications both on the internet and cell phones. The methods are in the form of Forum Group Discussions, initial workshops, community counseling, and final workshops. The result of this training is the participants' comprehending on the material and skills of copywriting which were proven by the use of copywriting techniques on UMKM products. Therefore, this activity greatly contributes to several UMKM products spread across the region particularly for the traditional foods. The activity is expected to be developed into digital marketing techniques that involves the outstanding marketplace.

*Keywords: Copywriting, Millennial Generation, Digital Marketing.*

### Abstrak

Kegiatan pelatihan copywriting ini bertujuan untuk memberdayakan generasi milenial di wilayah Kecamatan Cikole Kota Sukabumi yang tidak memiliki pekerjaan namun memiliki keahlian dalam mengoperasikan beberapa aplikasi baik dalam internet maupun telepon seluler. Adapun metode yang berupa Forum Group Discussion dengan mitra yang merupakan pengurus Ranting Selabatu Cabang Cikole yang merupakan penggerak para generasi milenial di wilayah Kecamatan Cikole Kota Sukabumi, lokakarya awal yang dihadiri oleh generasi milenial dan aparat setempat, penyuluhan kemasyarakatan, dan lokakarya akhir. Sementara itu dalam pemberian materi pelatihan, digunakan 3 jenis metode pengajaran berupa ceramah, diskusi serta demo program. Hasil dari pelatihan ini adalah pemahaman dan keterampilan para peserta terhadap materi copywriting yang dapat dibuktikan dengan digunakannya teknik copywriting terhadap produk UMKM. Sehingga kegiatan ini sangat memberikan kontribusi terhadap beberapa produk UMKM yang tersebar di Wilayah tersebut, khususnya produk-produk makanan tradisional. Kegiatan ini diharapkan dapat dikembangkan dengan diberikannya teknik pemasaran secara digital yang melibatkan market place yang terkemuka.

*Kata kunci: Copywriting, Generasi Milenial, Pemasaran Digital.*

### PENDAHULUAN

Generasi milenial merupakan generasi harapan bangsa karena pada pundak merekalah keberlangsungan bangsa diberikan. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Childs et al., 2015) bahwa generasi Y atau generasi milenial merupakan sekelompok anak-generasi milenial yang lahir pada awal tahun

1980 hingga awal tahun 2000an. Generasi ini juga nyaman dengan keberagaman, teknologi, dan komunikasi online untuk tetap terkoneksi dengan teman-temannya. Oleh karenanya, generasi ini harus diberdayakan sesuai dengan keahliannya masing-masing sehingga memiliki kemampuan untuk memajukan masyarakat di sekitarnya. Sayangnya,

tidak semuanya generasi milenial memiliki kesempatan untuk memajukan masyarakat sekitar dikarenakan terdapat berbagai keterbatasan.

Gambaran di atas terdapat di Wilayah Kecamatan Cikole Kota Sukaabumi khususnya di wilayah RW 05, dimana generasi milenial memiliki berbagai keterbatasan dalam hal keahlian. Umumnya generasi milenial di sana hanya lulusan dari pendidikan menengah yaitu SMP dan SMA dan tidak memiliki pekerjaan tetap. Mereka mayoritas pengangguran dan hanya beraktivitas menggunakan telepon selular sebagai pengisi waktu luang. Kondisi tersebut sebetulnya dapat diberdayakan dengan berbagai kegiatan yang bermanfaat asalkan mendapatkan berbagai bimbingan dan arahan dari pihak-pihak yang terkait. Ironisnya, di wilayah tersebut merupakan basis wirausaha yang terkenal di kota Sukabumi dimana terdapat banyak UMKM yang potensial seperti Mochi kaswari, kue ali agrem, bakso, kue papinder, dan lain-lain.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka generasi milenial tersebut perlu untuk diberdayakan, yaitu dengan diberikannya pelatihan *digital marketing* yang dapat digunakan untuk memanfaatkan memasarkan produk-produk UMKM yang ada di sekitar tempat tinggal mereka secara digital. Wirausaha digital dianggap sebagai media yang tepat yang dapat menarik pangsa pasar, khususnya untuk generasi milenial (Magdalena et al., 2022). Sedangkan pemanfaatan digital marketing yang tepat dapat mendukung penjualan menjadi lebih efektif untuk mencapai tingkat keuntungan yang diharapkan (Puspitasari et al., 2023). Pada pelatihan tersebut diberikan beberapa materi yang berhubungan dengan digital marketing salah satunya adalah pelatihan *copywriting*.

*Copywriting* merupakan penggunaan bahasa dalam sebuah iklan yang berfungsi sebagai persuasi (Albrighton, 2010), sehingga *copywriting* bermanfaat sebagai suatu alat komunikasi antara penjual dan pembeli dalam bentuk iklan.

## METODE PELAKSANAAN

Pada pelaksanaan pengabdian ini, kegiatan pelatihan *copywriting* diawali dengan *Forum Group Discussion (FGD)* yang dilakukan melalui beberapa metode, diantaranya adalah FGD, karya awal, penyuluhan kemasyarakatan, dan lokakarya akhir. FGD dilakukan dengan mengundang mitra, yaitu pengurus Ranting Selabatu Cabang Cikole yang merupakan penggerak para generasi milenial di wilayah Kecamatan Cikole Kota Sukabumi. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk membahas maksud dan tujuan untuk Kerjasama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dan hal ini disambut baik oleh yang bersangkutan. Setelah mitra menyetujui dan memahami mengenai program yang disodorkan oleh tim, selanjutnya disepakati mengenai waktu dan tempat pelaksanaan.



Gambar 1 dan 2 . Kegiatan FGD dan Lokakarya Awal

Selang beberapa minggu dilakukan lokakarya awal. Pada kegiatan ini dilakukan dengan mengundang aparat setempat, seperti RT dan RW serta para peserta yang merupakan generasi milenial yang ada di wilayah tersebut. Selanjutnya dilakukan dengan kegiatan lokakarya awal. Pada tahapan ini akan dilakukan persiapan mengenai program kegiatan yang dilaksanakan dengan pengurus ranting, Ketua RT setempat, serta anggota Muhammadiyah Ranting Selabatu Cabang Cikole dan warga RW 05 Desa Selabatu khususnya generasi milenial. Pada kegiatan ini dilakukan sosialisasi tentang rencana kegiatan, maksud dan tujuan serta manfaat yang akan mereka peroleh selama mengikuti pelatihan yang akan dilakukan di wilayah tersebut berupa penjelasan program, tahapan program, serta metode kegiatan yang akan dilakukan di wilayah tersebut. Kegiatan pelatihan dilakukan pada program penyuluhan, terakhir dilakukan lokakarya akhir dengan menampilkan beberapa hasil kegiatan serta ketercapaian program.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Pelaksanaan Pelatihan Copywriting

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pelatihan *copywriting* adalah pemahaman dan keterampilan para peserta dalam pemilihan kata ataupun frasa, dan kalimat sederhana yang efektif dan kreatif pada produk UMKM setempat, sehingga dapat memudahkan konsumen untuk mengingat produk yang kita miliki dan berdampak terhadap minat konsumen untuk membeli produk tersebut.



Gambar 3. Hasil Pelatihan *copywriting*

Kegiatan pelatihan *copywriting* diawali dengan diskusi singkat mengenai kesulitan apa yang mereka hadapi sehingga sulit untuk menemukan pekerjaan. Setelah diketahui kesulitan yang mereka hadapi kemudian tim memberikan pemberian penjelasan mengenai pentingnya memanfaatkan teknologi dan informasi yang selanjutnya ditawarkan solusi berupa penyuluhan untuk menjadi wirausaha. Hal ini dilakukan berdasarkan pernyataan dari Kusuma et al., (2021) bahwa menjadi wirausaha merupakan solusi terbaik bagi generasi milenia, dengan memanfaatkan potensi wilayah tersebut yang banyak tersebar UMKM. Pelatihan ini dilakukan dengan tujuan untuk memberi arahan sekaligus memberi edukasi mengenai wirausaha digital, proses penyuluhan dilakukan secara bertahap dengan menggunakan beberapa cara, yaitu ceramah, diskusi, serta demo program.

Metode ceramah dilakukan dengan cara memberikan materi mengenai *copywriting* dalam menjual produk agar dapat menarik bagi para konsumen. Metode ini dianggap efektif untuk memperoleh pemahaman peserta didik dalam proses belajar mengajar serta sangat sederhana dan mudah dilakukan (Hasibuan, 2013). Materi yang diberikan berupa materi tentang pemilihan kata yang menarik yang sesuai dengan unsur-unsur yang terdapat di dalam iklan, meliputi perhatian, minat, kredibilitas, keinginan dan tindakan (Bisoyi, 2013).

Pada kegiatan ini diberikan pula tampilan-tampilan produk dengan *copywriting* yang menarik. Produk yang ditampilkan rata-rata adalah produk makanan dengan penamaan produk yang dapat menarik perhatian Konsumen. Selanjutnya proses pelatihan dilakukan dengan metode diskusi. Metode diskusi digunakan karena berdampak positif terhadap peserta, yaitu terjadinya interaksi khususnya dalam tanya jawab, menimbulkan rasa senang, percaya diri serta saling menghargai baik sehingga materi dapat lebih difahami (Burhanuddin, 2022).

Setelah selesai berdiskusi, kemudian para peserta diminta untuk mengiklankan produk-produk UMKM yang ada di sekitar tempat tinggal para generasi milenial tersebut dengan teknik *copywriting* yang telah mereka pelajari. Peserta sebelumnya telah diminta untuk mengambil gambar beberapa produk UMKM yang tersebar di sekitar mereka untuk dijadikan bahan praktek. Agar tampilan hasil *copywriting* para peserta terlihat baik, maka para peserta diminta untuk menampilkannya melalui aplikasi Canva yang dapat dengan mudah mereka unduh dari masing-masing telepon genggam mereka. Canva merupakan sebuah *platform* desain

grafis yang dapat digunakan untuk merancang konten iklan ataupun publikasi lainnya secara *online*, khususnya bagi mereka yang masih awam dalam dunia periklanan (Widayanti et al., 2021). Penggunaan aplikasi Canva dilakukan karena memiliki beberapa keunggulan, diantaranya adalah tidak berbayar, mudah difahami sehingga dapat dilakukan oleh siapapun, memiliki *template* dan desain yang bervariasi (Linda Wijayanti et al., 2022). Peserta diminta untuk mengunduh aplikasi Canva. Berikutnya peserta dibimbing untuk membuat akun. Pada kegiatan pembuatan akun ini dibantu oleh beberapa mahasiswa yang dilibatkan dalam kegiatan ini. Masing-masing mahasiswa bertanggung jawab untuk membimbing 3-4 peserta. Setelah peserta memiliki akun Canva, berikutnya peserta diminta kembali *login* ke akunnya masing-masing. Selanjutnya peserta diminta untuk memilih desain yang berhubungan dengan makanan, selanjutnya peserta diminta untuk mengunggah foto makanan yang mereka miliki di galeri foto. Proses berikutnya adalah membuat *brand* untuk produk mereka, diikuti dengan pembuatan kata, frasa ataupun kalimat sederhana yang berhubungan dengan produk tersebut dengan teknik *copywriting* yang telah mereka peroleh. Peserta kemudian diminta untuk melakukan sentuhan lainnya pada desain tersebut, seperti memasukkan harga, tempat, no hp, dan lain-lain. Setelah itu, peserta diminta untuk mengkreasikan desainnya dengan mengatur layout, seperti memilih skema warna atau latar belakang, menentukan font, membingkai, memberi efek, dan lain lain. Terakhir, peserta diminta untuk mengunduh hasil desain mereka dan mempresentasikan hasilnya di depan peserta lain. Gambar 3. Di atas

menunjukkan beberapa hasil *copywriting* dari para peserta. Masing-masing *copywriting* tersebut memiliki makna tersendiri, seperti pada kalimat “Snack box murceu” menunjukkan bahwa kata “murce” berasal dari kata murah, kata tersebut digunakan agar lebih berterima di kalangan konsumen milenial. Pada produk berikutnya menggunakan frasa “Sushi mini Puri”. Frasa tersebut digunakan karena makanan Sushi yang berasal dari Jepang tersebut berbentuk kecil atau mini dan penggunaan kata Puri dikarenakan asal muasal pembuat sushi tersebut berlokasi di perumahan Puri Cibeureum Permai. Selanjutnya pada produk bugis mandi, digunakan kalimat “ yang jarang mandi, yuk cobain bugis mandinya, dijamin bakalan sueger seperti abis mandi”. Kalimat tersebut mengandung ajakan secara terselubung untuk membeli bugis mandi yang memiliki kesamaan istilah yaitu “mandi”. Konsumen diharapkan dapat membeli produk tersebut dengan iming-iming terasa seger setelah membeli produk tersebut yang artinya produk tersebut sangat enak rasanya. Produk selanjutnya adalah seblak. Pada makanan tersebut digunakan frasa ‘seblak ricuh, jamin *beunta*’. *Beunta* merupakan bahasa Sunda yang berarti “melek”. Kata tersebut digunakan untuk menunjukkan bahwa makanan tersebut dapat membuat suasana ringan dari berbagai masalah ataupun dari problematika hidup. Dengan memakan seblak tersebut, makan konsumen akan merasa bahagia.

### 3.2 Lokakarya Akhir

Pelaksanaan lokakarya akhir dilaksanakan dengan melibatkan pengurus dan anggota Muhammadiyah Ranting Selabatu Cabang Cikole dan warga RW 05 Desa Selabatu khususnya generasi milenial. Pada kegiatan ini dilakukan evaluasi hasil

kegiatan yang sudah dilakukan. Evaluasi tersebut berupa penyebaran kuesioer melalui *google form* kepada para peserta untuk mengetahui pemahaman tentang materi yang telah disampaikan serta keterampilan dalam mengoperasikan perangkat wirausaha digital. Setelah kegiatan ini terlaksana, para peserta diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam membantu meningkatkan penjualan UMKM yang ada di sekitar mereka.

### SIMPULAN

Kegiatan Pelatihan *copywriting* bagi generasi milenial di Kecamatan Cikole Kota Sukabumi telah dilaksanakan dengan baik dan menghasilkan luaran berupa pemahaman dan keterampilan teknik pemasaran melalui *copywriting*. Hasil *copywriting* menggunakan beberapa kata yang berasal dari tiga bahasa, yakni bahasa Indonesia, bahasa Sunda, serta bahasa Inggris baik dalam penamaan produk, pemesanan ataupun informasi lainnya yang dimunculkan pada kemasan yang dibuat melalui aplikasi Canva. Selama pelaksanaan, para peserta sangat antusias mengikuti kegiatan tersebut. Kegiatan ini sangat baik dilakukan khususnya bagi para pelaku usaha yang tidak memiliki keterampilan yang berhubungan dengan pemasaran melalui *copywriting*. Tim menyarankan agar kegiatan seperti dapat dilaksanakan tidak hanya bagi pelaku usaha di bidang kuliner seperti yang dilakukan di wilayah tersebut namun juga di bidang lain seperti iklan pariwisata. Kegiatan ini diharapkan dapat dikembangkan ke arah yang lebih modern dengan berbagai teknik pemasaran digital lainnya yang juga dapat menggandeng *market place*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albrighton, T., 2010. The ABC of Copywriting, ABC Business Communications Ltd.
- Bisoyi, D., 2013. Effective Communication of Product Information: A Copy Writing Methodology. *IOSR J. Humanit. Soc. Sci.* 6, 1–3. <https://doi.org/10.9790/0837-0640103>
- Burhanuddin, N., 2022. Dampak Penerapan Metode Diskusi dalam Proses Pembelajaran Pendidikan Agama Islam dalam Meningkatkan Motivasi belajar Peserta Didik di SDN 168 Sumbang. *Istiqra* 9.
- Childs, R.D., Robinson, P., MCGovern, T.M., GINGRCH, G., 2015. The Millennial Generation, in: *Transforming American Government*. Routledge, New York, p. 307.
- Hasibuan, N., 2013. Kriteriaan Pemilihan Metode Mengajar dalam Kegiatan Pembelajaran. *Ta'allum* 1.
- Kusuma, I.L., Fitria, T.N., Dewi, M.W., 2021. Pelatihan Kewirausahaan Sebagai Peluang Bisnis Untuk Generasi Milenial Di Soloraya Selama Masa Pandemi Covid-19. *Budimas J. Pengabd. Masy.* 3, 315. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2450>
- Linda Wijayanti, Sukwadi, R., Prasetya, W., Azels, W.A., 2022. Pelatihan Membuat Desain Iklan Digital Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Umkm Binaan Asppuk. *J. Bakti Masy. Indones.* 5, 117–125. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i2.18245>
- Magdalena, N., Aprillia, A., Setiawan, R., 2022. Evaluasi Kinerja Marketing Digital. *J. Integr. Syst.* 5, 99–106. <https://doi.org/10.28932/jis.v5i1.4133>
- Widayanti, L., Kala'lembang, A., Adharyanty Rahayu, W., Yulia Riska, S., Arya Sapetra, Y., 2021. Edukasi Pembuatan Desain Grafis Menarik Menggunakan Aplikasi Canva. *J. Pengabd. Masy.* 2, 91–102. <https://doi.org/10.32815/jpm.v2i2.813>