



## Sosialisasi Peran Copywriting di Instagram Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Pada Peserta Didik SMK El-Amin

### *Socialization of the Role of Copywriting on Instagram to Enhance Business Sales Among SMK El-Amin Students*

<sup>1</sup>Sri Winda Hardiyanti Damanik, <sup>2</sup>Ririn Uke Saraswati, <sup>3</sup>Sarmin, <sup>4</sup>Euis Ratnasari, <sup>5</sup>Ananda Putri Rahmadhani, <sup>6</sup>Nanda Nurkholillah, <sup>7</sup>Nur Indah Sari  
<sup>1234567</sup>STIE Ekadharma Indonesia

Alamat: Sukaraya, Kec. Karangbahagia, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530

Provinsi: Jawa Barat;Telepon: (021) 29568840

Korespondensi penulis: [damanik02winda@gmail.com](mailto:damanik02winda@gmail.com)

#### Article History:

Received : 04 Desember 2023

Accepted : 11 Desember 2023

Published : 30 Januari 2024

**Keywords:** Copywriting, Instagram, sales

**Abstract:** Students at SMK EL-AMIN belong to the Generation Z, where many of them have already started their own businesses. However, some students running these businesses have not fully utilized social media, particularly Instagram, as a promotional tool. Therefore, a community service activity in the form of socialization was conducted for SMK EL-AMIN students in Cabangbungin sub-district, Bekasi regency, West Java. The aim of this socialization activity is to enhance the understanding and knowledge of SMK EL-AMIN students regarding the benefits of copywriting on Instagram in boosting business sales. The socialization activity was attended by 36 participants. The stages of the community service activity include preparation, implementation, and evaluation. After participating in the community service activity, the participants' awareness and knowledge of the benefits of copywriting in increasing business sales improved. Participants also gained insights into creative copywriting tips for business promotion. The socialization activity had a significant impact on increasing the awareness and knowledge of participants..

#### Abstrak.

Peserta didik di SMK EL-AMIN merupakan generasi Z, dimana banyak diantara mereka telah memulai bisnisnya sendiri. Namun, beberapa peserta didik yang menjalankan bisnis ini belum memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai media promosi, khususnya Instagram. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian dalam bentuk sosialisasi diadakan kepada peserta didik SMK EL-AMIN, kecamatan Cabangbungin, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan peserta didik SMK EL-AMIN mengenai manfaat copywriting di Instagram dalam meningkatkan penjualan bisnis. Kegiatan sosialisasi diikuti oleh 36 orang peserta. Tahapan kegiatan pengabdian meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Setelah mengikuti kegiatan pengabdian, wawasan dan pengetahuan peserta mengenai manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan bisnis meningkat. Peserta juga telah mengetahui tips-tips membuat copywriting kreatif untuk promosi bisnis. Kegiatan ini berdampak signifikan dalam menambah wawasan dan pengetahuan peserta.

**Kata kunci:** Copywriting, Instagram, penjualan.

\* Sri Winda Hardiyanti Damanik: [damanik02winda@gmail.com](mailto:damanik02winda@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Di era digital ini, Instagram telah menjadi salah satu platform paling berpengaruh dalam dunia pemasaran. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, Instagram tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi momen-momen hidup, tetapi juga menjadi lahan subur bagi bisnis untuk mempromosikan produk (Ramadhan & Firdaus, 2017) dan meningkatkan penjualan mereka.

Salah satu elemen kunci dalam strategi pemasaran di Instagram adalah seni copywriting. Copywriting tidak hanya sekedar menyusun kata-kata, tetapi juga seni untuk menginspirasi, meyakinkan, dan merangkul audiens target. Di tengah persaingan sengit, peran copywriting menjadi semakin vital dalam membedakan merek dan mengkomunikasikan nilai unik yang dimiliki oleh produk atau layanan.

Copywriting di Instagram bukan hanya sekedar menyertakan deskripsi produk, tetapi juga tentang menciptakan narasi yang menarik dan terhubung dengan emosi audiens. Melalui kata-kata yang tepat, copywriting dapat membangun kesan positif terhadap merek, memicu ketertarikan, dan mendorong tindakan pembelian.

Terdapat beberapa aspek penting dalam peran copywriting di Instagram untuk meningkatkan penjualan. Pertama, pemahaman yang mendalam tentang audiens target menjadi kunci. Sebuah copy yang efektif harus bisa berbicara langsung kepada kebutuhan, keinginan, dan nilai yang dianut oleh audiens. Dengan memahami audiens secara mendalam, copywriting dapat menciptakan pesan yang relevan dan berdaya tarik.

Kedua, kreativitas dalam penyampaian pesan menjadi faktor penentu keberhasilan. Instagram adalah platform visual, dan copywriting harus mampu menyatu secara harmonis dengan gambar dan video yang digunakan. Kata-kata yang unik dan menarik dapat memberikan daya tarik tambahan dan membuat konten lebih berkesan di tengah aliran informasi yang terus mengalir di feed pengguna.

Selain itu, konsistensi dalam gaya dan suara merek melalui *copywriting* sangat penting. Dengan menciptakan identitas yang konsisten, audiens dapat lebih mudah mengenali merek dan merasakan konsistensi nilai yang disampaikan. Ini membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, dua faktor kunci dalam meningkatkan penjualan jangka panjang.

*Copywriting* dapat memberikan dampak besar terhadap penjualan suatu perusahaan. Beberapa studi terdahulu menemukan bahwa *copywriting* mampu menarik minat konsumen terhadap suatu brand (Yogantari & Ariesta, 2021) serta meningkatkan *brand awareness* (Khalil

et al., 2023), sehingga mendorong minat dan keputusan pembelian. Dalam hal ini, copywriting memiliki peran besar mendukung kegiatan promosi bisnis di media digital (Nurbaiti & Rahmanullah, 2023).

Saat ini, Indonesia sedang menghadapi bonus demografi. Generasi Z mendominasi setiap lini, termasuk bisnis. Kedepan, Generasi Z akan menjadi pelaku penggerak perekonomian sebagai pebisnis. Oleh karena itu, mereka penting diperkenalkan berbagai media promosi yang efektif untuk bisnis. Tujuannya, selain untuk mempersiapkan generasi Z menjalankan bisnis sendiri, juga memberikan edukasi tentang manfaat teknologi dalam mendukung perkembangan bisnis. Berangkat dari pemikiran tersebut, Tim pengabdian tertarik melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK EL-AMIN dalam bentuk sosialisasi. Kegiatan pengabdian dapat memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan peserta pengabdian (Collyn et al., 2023; Jayanti et al., 2023; Zalukhu et al., 2022).

Peserta didik di SMK EL-AMIN merupakan generasi Z. Menariknya, banyak diantara mereka memiliki bisnis online, menjual berbagai produk seperti tas, pakaian, produk kecantikan, kuliner dan berbagai macam produk lainnya. Melihat fakta tersebut, maka tim pengabdian menilai cukup tepat jika topik pengabdian yang dilakukan berkaitan dengan media promosi bisnis yang sedang digandrungi saat ini, yaitu copywriting. Pengabdian yang dilakukan dikemas dalam bentuk sosialisasi, dengan fokus pembahasan berkaitan dengan peran copywriting di Instagram untuk meningkatkan penjualan bisnis. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan peserta didik SMK EL-AMIN terhadap manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan mereka. Mereka juga diharapkan dapat memanfaatkan copywriting sebagai media promosi, sehingga bisnis yang mereka kelola semakin berkembang.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian ini merupakan kolaborasi antara dosen dan mahasiswa STIE Budidarma Indonesia. Kegiatan ini dilakukan kepada peserta didik SMK EL-AMIN di kecamatan Cabangbungin, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Dalam prasurvey yang dilakukan kepada beberapa siswa, diketahui bahwa banyak peserta didik yang memiliki bisnis online, namun belum memaksimalkan media sosial secara optimal sebagai media promosi, khususnya Instagram. Berdasarkan temuan tersebut, maka solusi yang ditawarkan adalah melaksanakan kegiatan pengabdian dalam bentuk sosialisasi dengan tema peran copywriting di Instagram untuk meningkatkan penjualan bisnis. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 2 Desember 2023 di SMK EL-AMIN, kecamatan Cabangbungin. Metode yang digunakan dalam kegiatan

pengabdian ini, yaitu ceramah dan diskusi interaktif. Kegiatan pengabdian ini melalui beberapa tahapan yang meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

### **1. Tahap Persiapan**

Dalam tahap ini, pengabdian akan melaksanakan sejumlah tugas signifikan, termasuk meminta izin untuk kegiatan pengabdian, menganalisis kebutuhan, dan menyusun materi untuk pengabdian. Permohonan izin akan diajukan kepada kepala sekolah SMK EL-AMIN, kecamatan Cabangbungin, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Selain itu, dalam tahap ini, pengabdian akan melakukan analisis menyeluruh segala kebutuhan yang diperlukan selama pelaksanaan pengabdian, seperti konsumsi, fasilitas, dan segala hal yang dianggap penting. Aktivitas lain yang tak kalah penting adalah menyiapkan materi yang akan disampaikan selama kegiatan pengabdian, termasuk menyusun kuesioner survei sebagai alat evaluasi keberhasilan program.

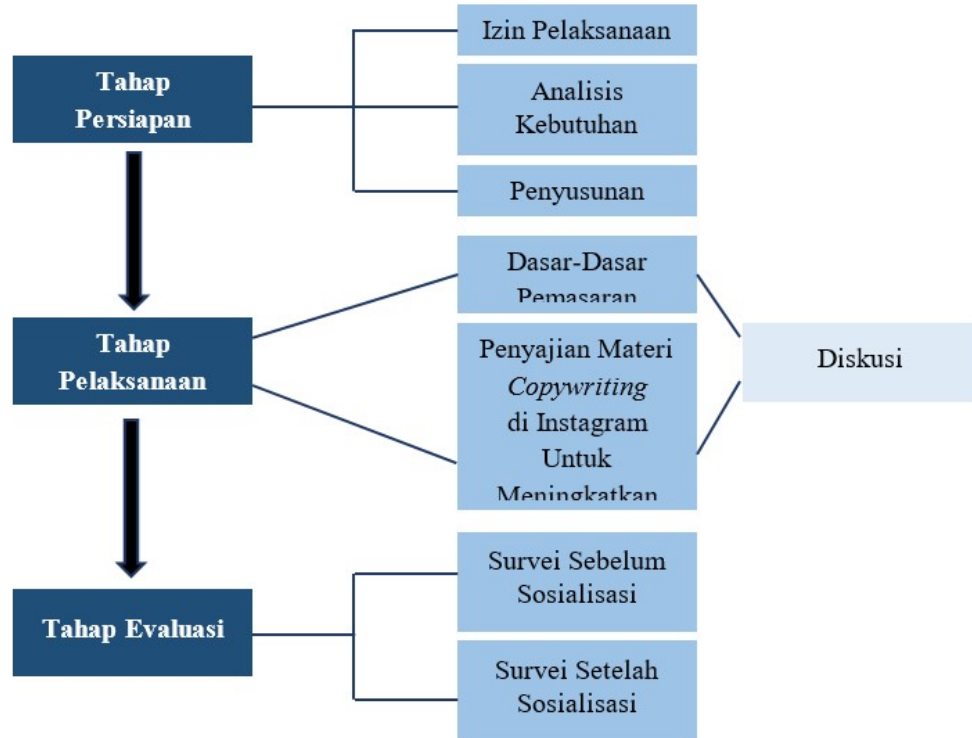
### **2. Tahap pelaksanaan**

Dalam tahap ini, fokus utama akan ditempatkan pada kegiatan inti yang melibatkan tim pengabdian sebagai pemateri yang bertugas memberikan sosialisasi kepada peserta pengabdian. Materi yang disajikan fokus pada peningkatan pemahaman peserta akan peran *Copy Writing* di Instagram dalam meningkatkan penjualan. Penyajian materi ini dilakukan oleh perwakilan mahasiswa dan seorang dosen yang memiliki keahlian dalam bidang pemasaran dan kewirausahaan. Setelah sesi penyampaian materi, peserta akan diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dalam sesi diskusi. Dalam interaksi ini, pemateri akan secara responsif menanggapi setiap pertanyaan peserta, berupaya memberikan solusi yang praktis dan implementatif terhadap masalah-masalah yang dihadapi oleh para peserta.

### **3. Tahap Evaluasi**

Tahap evaluasi merupakan langkah penutup yang krusial dalam pelaksanaan program pengabdian. Proses evaluasi ini melibatkan penggunaan instrumen kuesioner yang didistribusikan kepada peserta sebelum dan setelah pelaksanaan kegiatan. Keunikan instrumen kuesioner terletak pada konsistensinya, dimana kuesioner yang sama digunakan baik sebelum maupun sesudah kegiatan. Hal ini bertujuan agar jawaban yang diberikan oleh peserta terhadap pertanyaan kuesioner dapat mencerminkan perubahan atau kemajuan yang mereka alami setelah mengikuti sosialisasi. Dengan demikian, evaluasi ini tidak hanya memberikan gambaran tentang peningkatan pemahaman peserta, tetapi juga memungkinkan analisis yang

komprehensif terkait dampak dan efektivitas dari program pengabdian ini terhadap pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh peserta selama proses pelaksanaan kegiatan.



**Gambar 1 Kerangka kegiatan**

Indikator evaluasi disajikan dalam Tabel 1 berikut:

**Tabel 1. Indikator Ketercapaian Program**

Sebelum Pendampingan	Indikator Keberhasilan	Tolak Ukur
1. Peserta tidak mengetahui adanya copywriting di Instagram	Pengetahuan peserta mengenai adanya copywriting di Instagram	Peserta memahami copywriting di Instagram
2. Peserta tidak memahami manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan usaha	Pengetahuan peserta mengenai manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan usaha	Peserta memahami manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan usaha
3. Peserta tidak mengetahui cara	Pengetahuan peserta mengenai cara	Peserta mengetahui tips membuat

membuat copywriting yang kreatif untuk promosi bisnis	membuat copywriting yang kreatif untuk promosi bisnis	copywriting yang kreatif untuk promosi bisnis
---	---	---

## HASIL DAN DISKUSI

### 1. Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di SMK EL-AMIN, kecamatan Cabangbungin, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat berjalan dengan lancar. Kegiatan dilaksanakan sesuai dengan rencana awal, yaitu tanggal 2 Desember 2023. Kegiatan pengabdian dengan tema “peran copywriting di Instagram untuk meningkatkan penjualan” diikuti oleh 36 orang peserta. Peserta kegiatan merupakan peserta didik SMK EL-AMIN. Dalam kegiatan ini, peserta tampak antusias mengikuti berbagai rangkaian acara mulai dari awal pelaksanaan, hingga akhir. Pada sesi diskusi interaktif, peserta aktif memberikan pertanyaan, terutama berkaitan dengan tips-tips membuat copywriting yang kreatif untuk promosi brand. Narasumber selanjutnya menanggapi setiap pertanyaan peserta dengan solusi-solusi yang implementatif dan edukatif.

#### a. Deskripsi Peserta

Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian ini sebanyak 36 orang. Kriteria peserta dapat dideskripsikan sebagai berikut:

**Tabel 2. Kriteria peserta menurut jenis kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	23 orang	64%
Perempuan	13 orang	36%
Total	36 orang	100%

Sumber: Data Evaluasi (2023)

Tabel 2 menunjukkan bahwa peserta pengabdian didominasi oleh peserta laki-laki. Diketahui, peserta laki-laki berjumlah 23 orang atau 64%, sedangkan peserta perempuan berjumlah 13 orang atau 36%.

**Tabel 3. Kriteria peserta menurut kepemilikan bisnis**

Keterangan Kepemilikan	Jumlah	Persentase
Memiliki bisnis	15 orang	42%

Tidak memiliki bisnis	21 orang	58%
Total	36 orang	100%

Sumber: Data Evaluasi (2023)

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar peserta pengabdian masih belum memiliki bisnis. Peserta yang tidak memiliki bisnis berjumlah 21 orang atau 58%, sedangkan peserta yang sudah memiliki bisnis berjumlah 15 orang atau 42%. Jumlah peserta didik yang telah memulai bisnis ini dapat dikatakan relatif cukup banyak, mengingat status mereka masih sebagai pelajar.



**Gambar 2. Tim Pengabdian**

## **b. Sosialisasi Dasar-Dasar Manajemen**

Pemasaran merupakan serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk memahami, menciptakan, dan memenuhi kebutuhan konsumen dengan menawarkan produk atau layanan secara efektif. Dalam pemasaran, identifikasi target pasar menjadi langkah awal, di mana perusahaan berusaha memahami karakteristik dan preferensi konsumen untuk mengembangkan strategi yang lebih terarah. Dalam penyajiannya, pemateri mengemukakan bahwa penyusunan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup produk, harga, promosi, dan distribusi menjadi kunci dalam menghadirkan nilai tambah kepada konsumen dan membedakan produk dari pesaing.

Pentingnya komunikasi yang efektif juga menjadi landasan pemasaran, di mana promosi atau iklan digunakan untuk membangun kesadaran, minat, dan keinginan konsumen terhadap produk atau layanan tertentu. Pemateri menekankan bahwa perkembangan teknologi telah memainkan peran penting dalam memperluas saluran pemasaran, seperti melalui platform digital dan media sosial. Keseluruhan, pemasaran melibatkan pemahaman mendalam terhadap pasar, penciptaan nilai bagi konsumen, dan implementasi strategi yang adaptif guna mencapai tujuan bisnis.

### c. Sosialisasi Peran *Copywriting* di Instagram dalam Meningkatkan Penjualan

Copywriting bukan sekadar keterampilan merangkai kata-kata, tetapi lebih dari itu, merupakan jendela untuk mengungkapkan kreativitas dan membentuk narasi yang kuat seputar bisnis. Bagi anak muda atau generasi Z yang ingin merintis bisnis, copywriting menjadi alat penting untuk mengkomunikasikan identitas merek mereka. Ini bukan hanya sekadar memasarkan produk atau layanan, tetapi juga tentang menciptakan koneksi emosional dengan audiens.

Dalam penyajiannya, pemateri mengemukakan bahwa anak muda memiliki kecenderungan untuk mencari pengalaman yang bermakna dan autentik. Copywriting yang kuat dapat membantu mereka mengekspresikan nilai-nilai ini melalui pesan-pesan yang relevan dan menginspirasi. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, anak muda perlu mampu menonjolkan diri, dan copywriting menjadi senjata rahasia untuk mencapai hal tersebut.



**Gambar 3. Penyajian Materi**

Instagram, sebagai platform utama bagi anak muda dalam berbisnis, menjadi laboratorium ideal untuk menerapkan seni copywriting. Pemateri menekankan bahwa, kata-kata yang dipilih dengan cermat dapat menggambarkan visi dan misi bisnis mereka dengan



jelas, menarik perhatian audiens yang terus-menerus terkoneksi dengan media sosial. Dengan adopsi strategi copywriting yang efektif, anak muda dapat merancang narasi yang memukau, membangun kesadaran merek, dan akhirnya, mendorong penjualan.

Dalam penyajiannya, pemateri mengingatkan peserta bahwa perjalanan berbisnis mereka, penting untuk memahami bahwa copywriting adalah salah satu kunci yang dapat dimanfaatkan untuk menavigasi pasar yang dinamis dan meraih hati konsumen. Ini bukan hanya tentang menjual produk, tetapi juga tentang membangun komunitas yang berbagi nilai dan visi yang sama. Copywriting memberikan mereka kekuatan untuk merangkai cerita yang mendalam, menggugah emosi, dan merangkul audiens sebagai bagian integral dari perjalanan bisnis yang mereka jalani.

Setelah penyajian materi selesai, kegiatan dilanjutkan ke sesi diskusi interaktif. Tim pengabdian memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan berbagai pertanyaan seputar pemanfaatan copywriting dalam mendukung kegiatan promosi usaha. Peserta mengajukan banyak pertanyaan dan seluruhnya ditanggapi oleh tim dengan jawaban yang edukatif dan implementatif.

## **2. Evaluasi**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimaksudkan untuk meningkatkan pengetahuan peserta didik SMK EL-AMIN tentang copywriting di Instagram dan perannya dalam meningkatkan penjualan bisnis. Tujuan ini harus dipastikan tercapai, sehingga pengabdian yang dilakukan memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada para peserta khususnya dan kepada masyarakat secara umum. Untuk mengetahui ketercapaian tujuan kegiatan ini, maka dilakukan evaluasi menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada peserta sebelum dan sesudah kegiatan. Kuesioner yang dibagikan merupakan kuesioner yang sama. Dengan demikian, *progress* yang dicapai peserta saat sebelum mengikuti kegiatan dan setelah mengikuti kegiatan dapat terlihat dengan jelas. Hasil evaluasi sebelum pelaksanaan pengabdian disajikan dalam Tabel 4 berikut:

**Tabel 4. Hasil Survey Sebelum Pengabdian**

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Peserta
------------	---------------------------

	Ya	Tidak
Apakah anda mengetahui keberadaan copywriting di Instagram?	28	8
Apakah anda memahami manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan usaha?	11	25
Apakah anda mengetahui tips membuat copywriting yang kreatif untuk promosi bisnis?	5	31

Sumber: Data Evaluasi (2023)

Tabel 4 menunjukkan bahwa mayoritas peserta mengaku telah mengetahui tentang copywriting di Instagram, hanya 8 orang yang mengaku tidak mengetahui. Selanjutnya, mayoritas peserta tidak mengetahui manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan bisnis. Terakhir, mayoritas peserta mengaku tidak mengetahui tips membuat copywriting yang kreatif untuk promosi bisnis. Hasil prasurvey ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pengetahuan yang relatif cukup rendah tentang manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan bisnis. Pengetahuan mereka tentang tips membuat copywriting yang kreatif untuk promosi bisnis juga cukup rendah.

Setelah kegiatan sosialisasi selesai, tim pengabdian kembali membagikan kuesioner kepada peserta untuk mengetahui *progress* yang dialami peserta. Jawaban peserta disajikan dalam Tabel 5 berikut:

**Tabel 5. Hasil Survey Setelah Pengabdian**

Pertanyaan	Frekuensi Jawaban Peserta	
	Ya	Tidak
Apakah anda mengetahui keberadaan copywriting di Instagram?	36	-
Apakah anda memahami manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan usaha?	33	3
Apakah anda mengetahui tips membuat copywriting yang kreatif untuk promosi bisnis?	28	8

Sumber: Data Evaluasi (2023)

Tabel 6 menunjukkan bahwa setelah sosialisasi, seluruh peserta mengaku mengetahui tentang copywriting di Instagram. Jumlah peserta yang memahami manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan usaha meningkat secara signifikan. Begitu pula jumlah peserta yang mengaku mengetahui tips-tips membuat copywriting kreatif untuk promosi bisnis juga meningkat secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan berdampak signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan peserta.

Sebelum sosialisasi, peserta yang mengetahui tentang copywriting di Instagram sebanyak 28 orang, kemudian meningkat menjadi 36 orang. Peserta yang memahami manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan usaha sebelumnya berjumlah 11 orang, meningkat menjadi 33 orang setelah sosialisasi. Begitu pula dengan peserta yang mengetahui tips-tips membuat copywriting kreatif untuk promosi bisnis, sebelum kegiatan berjumlah 5 orang, meningkat menjadi 28 orang setelah kegiatan pengabdian.



**Gambar 3. Foto Bersama Dengan Peserta Kegiatan Pengabdian**

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian yang dilakukan kepada peserta didik SMK EL-AMIN, kecamatan Cabangbungin, Kabupaten Bekasi berjalan dengan lancar. Setiap tahapan program terlaksana dengan baik sesuai dengan rencana awal yang telah ditetapkan. Hasil evaluasi yang dilakukan menunjukkan bahwa kegiatan ini berdampak signifikan dalam menambah wawasan dan pengetahuan peserta mengenai manfaat copywriting dalam meningkatkan penjualan bisnis. Peserta juga telah mengetahui tips-tips membuat copywriting kreatif untuk promosi bisnis. Tips-tips ini diharapkan diimplementasikan ke dalam bisnis masing-masing, sehingga

memberikan dampak terhadap perkembangan bisnis yang dikelola. Untuk pengabdian selanjutnya, pengabdian menyarankan dilakukannya sosialisasi pengelolaan keuangan bisnis yang berlandaskan akuntansi kepada peserta didik di SMK EL-AMIN, sehingga peserta didik yang menjalankan bisnis mampu mengelola keuangan bisnisnya dengan baik.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada LPPM STIE Ekadharma Indonesia yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini, serta terimakasih kepada mitra dan semua pihak yang terlibat, sehingga kegiatan pengabdian ini terlaksana dengan baik dan lancar.

## DAFTAR REFERENSI

- Collyn, D., Zalukhu, R. S., Hutauruk, R. P. S., Sinurat, Y. M., Sinaga, M., & Purba, A. (2023). Sosialisasi Pentingnya Pengetahuan Dasar Akuntansi dalam Pengembangan UMKM di Desa Kerapuh. *Madaniya*, 4(1), 316–322.
- Jayanti, S. E., Zalukhu, R. S., Damanik, S. W. H., Hutauruk, R. P. S., Collyn, D., Sinaga, M., Sinurat, Y. M., Sagala, Y. M., & Damanik, A. Z. (2023). Sosialisasi Penentuan Harga Jual Produk Dalam Rangka Optimalisasi Laba Pada UMKM Di Kelurahan Kebun Sayur. *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*, 1(2), 200–211.
- Khalil, I., Shihab, M. S., & Hammad. (2023). Pengaruh Konten dan Copywriting Instagram Terhadap Brand Awareness dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 13(3), 307–317.  
<http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/administrasimanajemen/index>
- Nurbaiti, D., & Rahmanullah, E. S. (2023). Alternatif Tools AI dalam Copywriting dan Pengaruhnya terhadap Impulse Buying dan Repurchase pada Gen Z. *Seminar Nasional Institusi STIAMI*, 68–73. [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id).
- Ramadhan, F. H., & Firdaus, M. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram @MR.CREAMPUFF Sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. *JOM FISIP*, 4(2), 1–15. <http://www.beritateknologi.com>
- Yogantari, M. V., & Ariesta, I. G. B. B. B. (2021). Kajian Pengaruh Copywriting Kreatif Terhadap Identitas Brand Kedai Kopi Takeaway di Denpasar. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 8–16. <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual>
- Zalukhu, R. S., Sinurat, Y. M., Collyn, D., Purba, A., Arseto, D., & Sagala, Y. M. (2022). SOSIALISASI MANAJEMEN POLA TANAM DAN PENGELOLAAN KEUANGAN BAGI PETANI MILENIAL BINAAN HKTI KOTA TEBING TINGGI. *Jurnal Abdimas Patikala*, 2(1), 508–517. <https://etdci.org/journal/patikala/>