



PENDAMPINGAN KONTEKS DIGITAL MARKETING BAGI PPDB TELKOM SCHOOL “MENERAPKAN STRATEGI COPYWRITING YANG MENARIK”

Freddy Yusanto¹, Sylvie Nurfebiaraning², Anggian Lasmarito Pasaribu³
^{1,2,3} Universitas Telkom

Email: fredyusanto@telkomuniversity.ac.id¹, sylvienurfebia@telkomuniversity.ac.id²,
anggianlp@telkomuniversity.ac.id³

ABSTRAK

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) merupakan kegiatan yang dilakukan oleh institusi pendidikan baik dari jenjang PAUD, TK, SD, SMP sampai SMA/SMK guna mendapatkan calon siswa/i yang menjadi target pencapaian institusi pendidikan tersebut, begitu pula dengan salah satu sekolah yang berada di bawah naungan Telkom School Yayasan Pendidikan Telkom yaitu SMK Telkom 1 Medan yang mana aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Tim PPDB menjadi salah satu kegiatan utama yang dilakukan. Terkait hal tersebut maka dosen Universitas Telkom yang memiliki keahlian pada konteks Digital Marketing bersinergi untuk berbagi ilmu dalam kegiatan pendampingan Digital Marketing bagi PPDB *Telkom School*. Tim dosen ini terdiri dari dosen-dosen yang berasal dari Fakultas Komunikasi Bisnis, Fakultas Ekonomi Bisnis dengan topik materi Menerapkan Strategi Copywriting yang Menarik sesuai dengan kebutuhan dari mitra Abdimas yaitu SMK Telkom 1 Medan.

Kata Kunci: copywriting, visualisasi, PPDB

PENDAHULUAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu kegiatan yang merupakan bagian dari Tridarma Perguruan Tinggi di Indonesia. Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah serangkaian kegiatan di mana Tenaga Pengajar/Dosen diharuskan untuk berbagi ilmu secara langsung kepada masyarakat sebagai pengamalan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni budaya secara kelembagaan. Terdapat berbagai macam cara dalam berbagi ilmu dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dan pada kesempatan kali ini, kami Tenaga Pengajar yang terdiri dari berbagai Fakultas di Universitas Telkom Bandung ingin memenuhi permintaan dari mitra pengabdian masyarakat sebelumnya yaitu dari beberapa sekolah di bawah naungan Telkom *Schools*, dengan berbagi ilmu mengenai Digital Marketing. Pendampingan ini terbagi atas 9 (sembilan) sub topik sesuai dengan kebutuhan mitra pengabdian masyarakat ini. Untuk kegiatan berkelanjutan ini, kali ini pihak mitra akan didampingi oleh Tim Abdimas dari Universitas Telkom yaitu SMK Telkom 1 Medan. Sub Topik yang rencananya akan



dipenuhi oleh tim pendampingan PPDB kali ini mengambil tema Menerapkan Strategi Copywriting yang Menarik (SMA Telkom 1 Medan).

Sasaran dari program Pengabdian Kepada Masyarakat ini salah satunya adalah ingin mengajak tim PPDB SMK Telkom 1 Medan agar dapat mengkaji kembali mengenai *branding*, *positioning* dan *diferensiasi* lembaga pendidikan SMA Telkom 1 Medan. Berdasarkan latar belakang di atas, kami Tim Pendampingan PPDB SMK Telkom 1 Medan yang tergabung dalam tim Pengabdian Kepada Masyarakat ingin mendukung mewujudkan visi dan misi dari Telkom School itu sendiri dan juga untuk mendukung agar Telkom School dapat menjadi sekolah yang menjadi acuan masyarakat luas dalam mempercayakan generasi para penerus bangsa untuk bersekolah di Telkom School khususnya di SMK Telkom 1 Medan.

METODE

Adapun metode yang digunakan melalui 2 tahapan yaitu:

1. Observasi Media Sosial SMK Telkom 1 Medan

- a. Mempelajari postingan SMK 1 Medan di media sosial (Instagram, TikTok dan Facebook)
- b. Pengkonfirmasi kepada PIC SMK 1 Medan terkait kendala-kendala yang muncul berkaitan dengan pembuatan materi PPDB di media sosial.
- c. Pengumpulan *database* peserta untuk mengetahui latar belakang peserta untuk disesuaikan dengan materi ajar.

2. Pelatihan dan Pendampingan

Implementasi pelatihan **Menerapkan Strategi Copywriting yang Menarik** yang terdiri atas 3 sub topik yaitu:

- a. Konsep Strategy Copywriting yang Menarik Sesuai Target Market dan Media Sosial
- b. Proses Pembuatan dan Pemilihan Jenis Copywriting yang Efektif
- c. Visualisasi Copywriting yang Menarik



HASIL DAN PEMBAHASAN

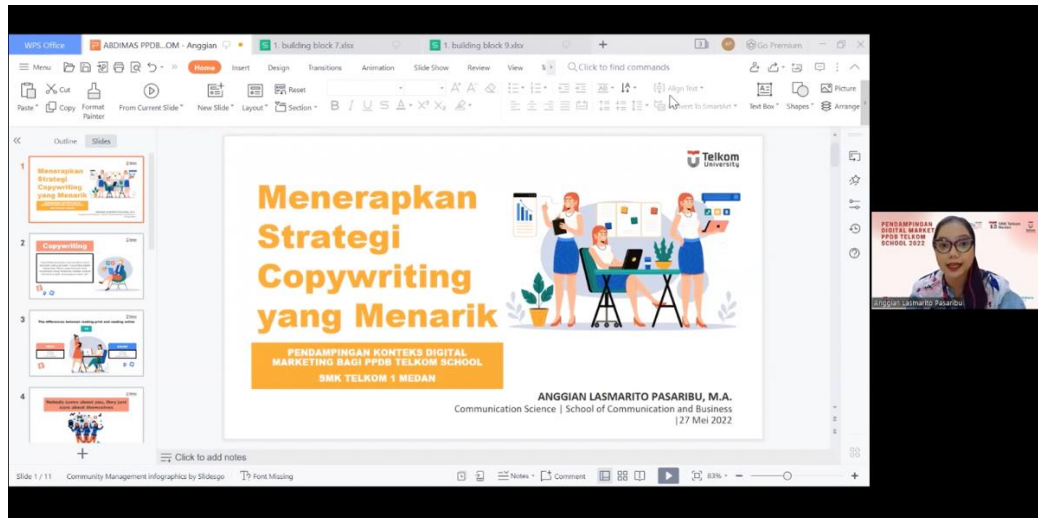
Pelatihan ini dilakukan selama 3 sesi dengan metode pemaparan materi dari 3 pembicara dan ditutup dengan sesi tanya jawab. Dari ketiga pembicara, masing-masing menyampaikan materi dari berbagai sudut pandang, mulai dari membuat konsep awal *copywriting*, melakukan pemilihan jenis *copywriting* yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pesan serta melakukan pengaturan *layout* yang baik agar pesan dapat dengan mudah diterima serta menarik perhatian audiens.

Peserta terdiri dari para guru yang ditugaskan di bagian *marketing* untuk membantu menyiapkan proses PPDB di SMK Telkom 1 Medan. Selama ini, mereka membuat materi promosi PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) dibekali dengan *template* desain yang telah diberikan oleh Yayasan Telkom. Hal ini sangat membantu mereka untuk membuat tampilan-tampilan promosi di media sosial. Namun demikian, mereka masih belum memahami karakter-karakter masing-masing media sosial. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana mereka melakukan postingan materi yang sama di semua media sosial mereka (Instagram, facebook maupun TikTok). Kondisi ini yang menjadikan materi promosi mereka kurang maksimal, karena masing-masing media sosial memiliki karakter dan target audiens masing-masing.

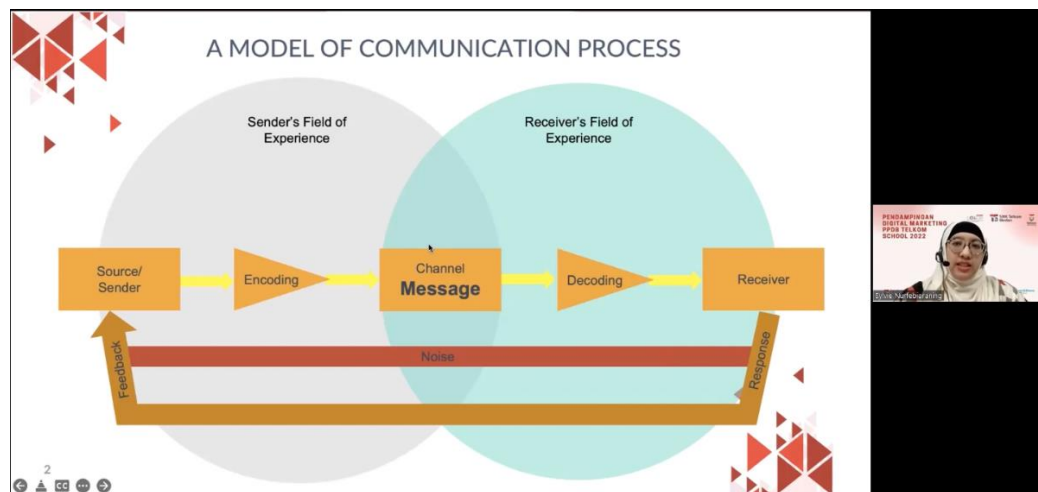
Para pembicara di setiap sesinya mencoba *me-review* materi-materi promosi yang telah di-*posting* di media sosial untuk diberikan masukan terkait dengan strategi, jenis *copywriting* serta tampilan secara visual. Peserta sangat tertarik dengan sesi *review* ini, karena mereka dapat langsung mengkroscek materi yang sebelumnya disampaikan oleh pembicara dengan materi promosi yang telah mereka buat sebelumnya.

Beberapa pertanyaan disampaikan oleh para peserta terkait dengan hal-hal non teknis seperti bagaimana mendapatkan ide kreatif agar materi-materi yang diunggah dapat terus menarik dan sesuai dengan target audiens mereka. Beberapa masukan diberikan oleh pembicara terkait dengan hal tersebut adalah mengundang atau menjadikan siswa-siswa sebagai tim produksi konten. Hal ini dimaksudkan agar konten yang dibuat dapat sesuai dengan dunia mereka, dari sisi bahasa, visual yang sedang *trend* atau gaya *editing*-nya. Beberapa hal yang menjadi perhatian para pembicara terkait dengan konten yang sudah dibuat adalah bahwa Bahasa yang

digunakan masih sangat formal, di mana hal ini kurang sesuai dengan target *market* mereka, yaitu siswa lulusan SMP.



Gambar 1. Materi Proses Pembuatan dan Pemilihan Jenis Copywriting yang Efektif



Gambar 2. Materi Konsep Strategy Copywriting yang Menarik Sesuai Target Market dan Media Sosial



Gambar 3. Materi Visualisasi Copywriting yang Menarik



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab

SIMPULAN

Pelatihan ini dapat dilihat kebermanfaatannya dari hasil kuesioner *feedback* dari para peserta. Kuesioner ini disebarikan kepada peserta pelatihan setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Adapun Hasil yang dicapai untuk setiap item pertanyaan dalam kuesioner adalah:

1. Apakah kegiatan hari ini bermanfaat untuk perkembangan Digital Marketing SMK Telkom 1 Medan:

Berdasarkan respons dari peserta, kegiatan ini sangat membantu mereka dalam menambah pemahaman terkait dengan bagaimana menyusun strategi *copywriting*, teknik pembuatan dan pemilihan *copywriting* serta



mengaplikasikan visualisasi *copywriting* yang menarik agar sesuai dengan target *market* berdasarkan karakter media sosial yang digunakan.

2. Apakah pemateri dapat menyampaikan materi hari ini dengan baik

Berdasarkan respons dari peserta, pemateri dinilai sudah baik dalam menyampaikan materinya. Suasana pelatihan sangat cair dan seluruh peserta menyampaikan pertanyaan. Diskusi pun berjalan dengan lancar dalam suasana serius tapi santai. Peserta juga melakukan konsultasi terkait dengan pengalaman-pengalaman mereka terkait dengan apa yang sudah dilakukan oleh mereka. Seluruh pemateri memberikan masukan terkait dengan promosi yang sudah mereka buat di beberapa platform sosial media sehingga hal ini menciptakan diskusi yang langsung membahas berdasarkan pengalaman peserta.

3. Apakah isi materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan Anda?

Berdasarkan respons peserta, materi yang disampaikan sangat bermanfaat bagi mereka untuk lebih meningkatkan strategi promosi mereka melalui media sosial.

DAFTAR RUJUKAN

- Belch, George. E., Michael A. Belch. (2015). Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. McGraw-Hill Education.
<https://www.instagram.com/officialganeshaoperation/>
<https://www.instagram.com/ruangguru/>
<https://www.instagram.com/smkte12medan/>
<https://www.instagram.com/zeniuseducation/>
Macarie, Tunde. Negrean, Ovi. Copywriting for Social Media: Secrets Behind Successful Social Media Post. Social Bee.
Martin, Dian. Seni Penulisan Efektif Untuk Digital Marketing. Asosiasi Digital Marketing Indonesia.
Moriarty, Sandra., Nancy Mitchell, William Wells. (2015). Advertising & IMC, Principles and Practice, Tenth Edition. Pearson Education et al.
Shaw, Mark. (2012). Copywriting: Successful writing for design, advertising, and marketing. Laurence King Publishing.