

## **Pelatihan Copywriting Kreatif untuk Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital Siswa-Siswi SMKN I Kepahiang**

**Merry Rullyanti<sup>1</sup>, Eli Diana<sup>2</sup>, Aby Gunantara<sup>3</sup>, Melinda Dwi Astuti<sup>4</sup>, Vivi Analia<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Eli Diana

**E-mail:** [elidiana@unived.ac.id](mailto:elidiana@unived.ac.id)

### **Abstrak**

Tujuan dari kegiatan ini adalah berlatih cara membuat copywriting kreatif untuk meningkatkan kemampuan literasi digital siswa-siswi SMK. Copywriting, yang merupakan seni menulis teks promosi untuk iklan, media sosial, dan materi pemasaran lainnya, bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan kepada audiens sasaran dengan cara yang menarik dan menggugah. Melalui kegiatan ini, tim pelaksana PKM memberikan pelatihan kepada siswa-siswi SMKN 1 Kepahiang tentang dasar-dasar copywriting, termasuk cara merancang dan menulis teks yang efektif yang dapat mempengaruhi perilaku pembaca. Siswa-siswi diajarkan berbagai teknik untuk meningkatkan kualitas tulisan mereka, seperti penggunaan bahasa yang jelas dan persuasif, struktur teks yang efektif, dan bagaimana menyesuaikan konten dengan kebutuhan spesifik audiens mereka. Dari kegiatan ini siswa diharapkan dapat mengembangkan keterampilan yang tidak hanya meningkatkan kualitas konten mereka tetapi juga memperluas jangkauan dan dampak konten tersebut dalam lingkungan digital.

**Kata kunci** - copywriting, kreatif, literasi digital

### **Abstract**

The purpose of this activity is to practice creative copywriting skills to enhance the digital literacy of vocational high school students. Copywriting, the art of writing promotional text for advertisements, social media, and other marketing materials, aims to communicate messages to target audiences in an engaging and inspiring way. Through this activity, the PKM implementation team provided training to students of SMKN 1 Kepahiang on the fundamentals of copywriting, including how to design and write effective texts that can influence reader behavior. Students were taught various techniques to improve the quality of their writing, such as using clear and persuasive language, effective text structure, and how to tailor content to meet the specific needs of their audience. From this activity, students are expected to develop skills that not only enhance the quality of their content but also expand its reach and impact in the digital environment.

**Keywords**- copywriting, creative, digital literacy

## **PENDAHULUAN**

Literasi merupakan suatu keterampilan dasar membaca, menulis dan berhitung. Keterampilan literasi dibutuhkan untuk memiliki pengalaman pembelajaran lebih lanjut yang dapat berfungsi efektif saat berinteraksi dalam berbagai kegiatan di lingkungan masyarakat. Seiring berkembangnya teknologi di era digital, teknologi komunikasi ini melahirkan internet yang sangat berpengaruh bagi kehidupan manusia. Internet dapat dimanfaatkan sebagai media literasi, kegiatan literasi dapat dilakukan dengan memanfaatkan media digital yang bisa disebut literasi digital. Literasi digital merupakan topik yang kompleks dan dinamis, biasanya dibentuk oleh perkembangan teknologi dan kebutuhan institusional. Literasi digital merupakan seperangkat keterampilan dan kemampuan seseorang atau kelompok sosial yang digunakan saat berinteraksi dengan teknologi digital. Literasi digital akan meningkat ketika pemanfaatan teknologi digital berlangsung lebih efektif dan dimanfaatkan secara efisien. Silvana dan Darmawan (2018) mengemukakan bahwa Literasi digital sebagai rangkaian gerakan melek media yang dirancang untuk meningkatkan kontrol individu terhadap media yang mereka gunakan untuk mengirim dan menerima pesan. Pada bidang pendidikan, literasi digital dapat diterapkan pada siswa sekolah agar dapat mendukung siswa dalam memperoleh pengetahuan, sikap, dan keterampilan melalui kegiatan belajar yang lebih produktif, lebih cepat, lebih mudah, menghemat waktu dan menyenangkan.

Dalam era digital saat ini, kemampuan literasi digital sangat penting bagi generasi muda untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi dan berkreasi secara efektif. Perkembangan teknologi informasi yang pesat menuntut generasi muda untuk tidak hanya menjadi pengguna digital, tetapi juga kreator konten yang cerdas. Salah satu keterampilan penting dalam era digital adalah kemampuan copywriting, yaitu seni menulis teks persuasif untuk berbagai keperluan komunikasi, terutama di media digital. Melalui pelatihan ini, siswa-siswi diharapkan dapat memahami dasar-dasar copywriting kreatif dan menerapkannya untuk meningkatkan literasi digital mereka, baik dalam konteks personal branding, pembuatan konten media sosial, maupun penulisan promosi.

Copywriting adalah sebuah seni sekaligus strategi, pemilihan kata dan gaya bahasa yang memerlukan kreatifitas sehingga mampu mengkomunikasikan esensi dari sebuah brand dan memberikan nilai tambah yang inovatif. Dalam hal ini, copywriting yang tidak biasa atau menarik membantu konsumen mengidentifikasi sebuah produk lebih cepat. Dalam perkembangan sejarahnya, copywriting membuktikan bahwa konsep ini tidak hanya sekedar mengenai penerapan tekstual terhadap analisa konsumen, tetapi juga tentang seni bercerita (McClung, 2016). Copywriting adalah frasa yang umumnya dikaitkan dengan periklanan. Ada beberapa definisi yang berbeda dari copywriting, khususnya, menurut teori dan penelitian ilmiah yang telah diterbitkan dalam buku, esai, dan jenis literatur lainnya yang diambil dari berbagai kamus, termasuk Oxford, Cannon-Webster, Cambridge, dan Collins (Harmoko dan Hermawan, 2023). Kemajuan teknologi tidak hanya mendorong perubahan tatanan sosial, tetapi juga menciptakan disiplin ilmu baru dan beragam pekerjaan. Beberapa kategori pekerjaan yang muncul dalam beberapa tahun terakhir sebagai hasil dari kemajuan teknologi antara lain pengembangan perangkat lunak, pembuat konten, dan influencer. Delapan dari sepuluh posisi di Indonesia yang paling dibutuhkan oleh bisnis terkait dengan teknologi diantaranya termasuk copywriter, pemasar media sosial, dan kecerdasan buatan (artificial intelligence) (Kotler et al, 2019). Masyarakat telah dikejutkan oleh situasi ini, terutama angkatan kerja dan institusi pendidikan yang belum memiliki ekosistem yang kuat untuk mendukung pengembangan keterampilan di industri baru ini. Masalah ini mengharuskan penciptaan materi pembelajaran berkualitas tinggi oleh lembaga pendidikan dan organisasi yang melatih orang untuk pekerjaan di bidang teknologi dan terapan. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan sumber daya manusia dari dunia industri, saat ini bermunculan jurusan-jurusan baru di sejumlah perguruan tinggi di Indonesia.

Kegiatan pelatihan copywriting ini dirancang dengan tujuan utama untuk meningkatkan keterampilan kreator konten pemula dalam menulis teks promosi yang efektif dan menarik. Dalam konteks pemasaran digital yang semakin kompetitif, kemampuan untuk menghasilkan copy yang

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

dapat mempengaruhi perilaku dan keputusan audiens adalah keterampilan yang sangat berharga. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk membekali peserta dengan alat dan teknik esensial yang diperlukan untuk menulis copy yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mendorong tindakan. Selain itu, tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memperkenalkan peserta pada dasar-dasar copywriting, termasuk pemahaman tentang bagaimana menarik emosi pembaca, menggunakan bahasa yang persuasif, dan mengadaptasi pesan untuk berbagai platform dan audiens. Peserta akan diajarkan cara merumuskan headline yang menarik, mengembangkan body copy yang koheren, dan membuat call-to-action yang efektif. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mengasah kemampuan teknis peserta terkait dengan penggunaan bahasa yang tepat dalam konteks yang berbeda, peningkatan kreativitas dalam menyusun pesan, serta pengembangan keterampilan analitis untuk mengevaluasi efektivitas copy yang telah dibuat. Melalui serangkaian latihan praktik dan studi kasus, peserta diharapkan dapat mempraktikkan apa yang telah mereka pelajari untuk membantu mereka dalam memperbaiki dan menyempurnakan hasil karyanya.

Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Kepahiang Provinsi Bengkulu merupakan unit pelaksana teknis kegiatan belajar pendidikan formal, yang diberi wewenang dan tanggung jawab untuk menyelenggarakan program pendidikan formal, yang dinaungi langsung oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Bengkulu yang bertugas menangani layanan pendidikan jenis tenaga pendidikan pada jalur pendidikan formal, diatur dalam PP No.38 tahun 1992 tentang tenaga kependidikan. SMK Negeri 1 Kepahiang berlokasi sekitar 4 km dari pusat pemerintahan kabupaten Kepahiang yang didirikan pada tanggal 29 Maret 2004 dan izin operasional Nomor : 800/ 95 /Diknas / 2004 tersebut baru mulai operasional, yang pada awalnya berdiri sebagai SMK Kecil (SMK satu atap dengan SMP Negeri 2 Kepahiang) yang terletak di desa Kutorejo kecamatan Kepahiang, dengan Plh kepala sekolah yang pertama Dewa Putu Yusana.S.Pd dari tahun 2004-2005, dan saat ini SMK Negeri 1 Kepahiang dipimpin oleh Heni Patimah, S.Pd. Pada tahun 2016 SMK Negeri 1 Kepahiang berpindah lokasi dari desa Kutorejo ke lokasi yang baru yaitu terletak di kelurahan Padang Lekat kecamatan Kepahiang di atas lahan dan bangunan milik SMK Negeri 1 Kepahiang. dengan luas lahan : 11.250 m2. SMK Negeri 1 Kepahiang terdiri dari 5 Bidang Keahlian yaitu Bidang Keahlian Teknologi Konstruksi dan Bangunan (Program Keahlian Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan, Konsentrasi Keahlian Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan),Teknologi Manufaktur dan Rekayasa ( Program Keahlian Teknik Pengelasan dan Fabrikasi Logam, Konsentrasi Keahlian Teknik Pengelasan), Energi dan Pertambangan (Program Keahlian Teknik Ketenagalistrikan, Konsentrasi Keahlian Teknik Instalasi Tenaga Listrik),Teknologi Informasi (Program Keahlian Teknik Jaringan Komputer dan Telekomunikasi, Konsentrasi Keahlian Teknik Komputer dan Jaringan), Seni dan Ekonomi Kreatif (Program Keahlian Desain Komunikasi Visual, Konsentrasi Keahlian Desain Komunikasi Visual).



Gambar 1.  
Peta letak SMKN 1 Kepahiang

Pada tahun 2022 SMK Negeri 1 Kepahiang telah terakreditasi B dari Badan Akreditasi Nasional. Letak geografis SMK Negeri 1 Kepahiang terletak di wilayah kelurahan kurang lebih 4 KM ke arah Timur dari Pusat Pemerintahan Kabupaten Kepahiang, kondisi sosial masyarakat disekitar lingkungan sekolah heterogen. Mereka terbangun atas komunitas Pegawai Negeri Sipil (PNS), Wiraswasta, Pedagang, Petani, Buruh tetapi sebagian besar masyarakatnya adalah petani kopi dan lada. Dengan demikian berimplikasi pula pada keberagaman tingkat ekonominya, yakni dari tingkat ekonomi mampu, kurang mampu atau tidak mampu, namun mayoritas peserta didik yang ada di SMK Negeri 1 Kepahiang berasal dari keluarga yang kurang mampu, sehingga perlu adanya subsidi silang pembiayaan di antara mereka dengan peran serta pemerintah daerah maupun pusat melalui regulasi/kebijakan yang ditetapkan, yakni menempatkan upaya mutu pendidikan sebagai program yang utama. Namun demikian, warga sekitar sekolah sudah mengenal dan mau memanfaatkan kehadiran ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) demi mendapatkan informasi faktual yang semakin mengglobal dan cepat tersebar luas. Hal ini ditunjukkan dengan penggunaan kemajuan teknologi di bidang informasi seperti internet dan handphone.

Perkembangan IPTEK di era globalisasi telah mempercepat proses kemajuan IPTEK sehingga kehidupan masyarakat di sekitar wilayah SMK Negeri 1 Kepahiang walaupun masih dalam wilayah di pinggiran kota tetapi telah bergerak dengan kemajuan dalam kehidupannya, masyarakat yang terus menerus mengalami perubahan sebagai akibat dari kemajuan IPTEK menuntut SMK Negeri 1 Kepahiang untuk menyesuaikan serta mengantisipasi setiap kemajuan dan perubahan yang terjadi. Dengan perkembangan tersebut materi dan pengalaman belajar yang diajarkan di SMK Negeri 1 Kepahiang harus bermakna dan bermanfaat untuk bekal kehidupan peserta didik. SMK Negeri 1 Kepahiang selalu berusaha meningkatkan mutu Pendidikan berkarakter dan berkepribadian, berakhlak mulia dan berwawasan lingkungan serta berbasis Teknologi Informasi. Dengan jumlah peserta didik sekitar 316 peserta didik adalah potensi yang besar untuk menjadikan SMKN 1 Kepahiang menjadi sekolah unggulan.

Berdasarkan latar belakang diatas, tim PKM prodi Sastra Inggris menyelenggarakan kegiatan dengan tema Pelatihan Copywriting Kreatif untuk Meningkatkan Literasi Digital Siswa-siswi SMKN 1 Kepahiang. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman siswa tentang literasi digital dan mampu mengembangkan kemampuan menulis kreatif, komunikatif, dan inovatif. Pelatihan copywriting ini diharapkan mampu mengasah kemampuan siswa untuk menyampaikan pesan secara jelas dan menarik. Hal ini melatih siswa untuk berpikir kritis tentang cara mereka berkomunikasi dan bagaimana pesan mereka diterima oleh orang lain, yang sangat berguna dalam semua aspek kehidupan di era digital saat ini.

## **METODE**

Kegiatan dimulai dengan pengenalan antara tim pelaksana PKM dan para siswa-siswi SMKN 1 Kepahiang, kemudian dilanjutkan dengan pemberian materi dasar tentang copywriting. Kegiatan ini dilakukan secara langsung dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Perkenalan: pemberian materi digital marketing (copywriting).
2. Tahap Praktik: penerapan aplikasi copywriting yang menggunakan rumus AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).

Pelatihan Copywriting ini dirancang dengan target yang jelas untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya mempelajari dasar-dasar copywriting yang efektif tetapi juga menerapkan keterampilan ini untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menciptakan konten di berbagai platform digital:

1. Penguasaan Prinsip-Prinsip Dasar Copywriting: Targetnya adalah agar setiap peserta dapat menjelaskan apa yang membuat sebuah copy efektif dan bagaimana menyesuaikan tulisan mereka untuk berbagai format dan media.

2. Peningkatan Kemahiran Menulis: Peserta dapat menunjukkan peningkatan keterampilan menulis, yaitu mampu menulis teks yang jelas, ringkas, dan persuasif. Ini termasuk menggunakan nada, gaya, dan Bahasa yang tepat sesuai dengan target audiens dan platform spesifik.
3. Pengembangan Keterampilan Perencanaan Konten Strategis: Peserta mampu merencanakan konten secara strategis, memahami bagaimana copywriting masuk ke dalam strategi pemasaran yang lebih luas.
4. Kemampuan Analisis dan Optimasi Copy: Target utama adalah agar peserta mendapatkan keterampilan analitis yang memungkinkan mereka untuk mengevaluasi efektivitas copy mereka berdasarkan keterlibatan audiens dan umpan balik.
5. Pemecahan Masalah Kreatif dan Inovasi: Mendorong kreativitas dan inovasi dalam penciptaan konten merupakan tujuan utama. Peserta diharapkan dapat menunjukkan kemampuan mereka dalam menghasilkan ide-ide unik dan orisinal.
6. Target-target ini dirancang untuk memberikan seperangkat keterampilan yang komprehensif yang memenuhi kebutuhan langsung para kreator konten pemula.

Kegiatan ini diadakan secara tatap muka di kelas X SMKN 1 Kepahiang pada hari Kamis, 14 Mei 2024 yang dimulai pada pukul 09.00 WIB s.d 12.00 WIB. Adapun persiapan yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan dilakukan guna mendukung kelancaran PKM adalah sebagai berikut :

1. Melakukan survey awal di SMKN 1 Kepahiang terkait potensi yang bisa diangkat dari siswa-siswi yang ada disekolah tersebut.
2. Wawancara langsung dengan Kepala Sekolah terkait gambaran umum sekolah, misalnya kondisi SDM, lokasi, sarana dan prasarana serta perkembangan sekolah.
3. Wawancara dengan siswa terkait potensi kegiatan yang bisa diangkat disekolah ini.
4. Memperoleh hasil investigasi dan melakukan diskusi dengan tim dosen Prodi Sastra Inggris Universitas Dehasen Bengkulu.
5. Menetapkan jenis kegiatan pengabdian dan mengajukan surat tugas kepada LPPM dan mengajukan anggaran dana.
6. Berkoordinasi dengan Kepala Sekolah untuk penyelenggaraan kegiatan.
7. Eksekusi kegiatan dengan susunan acara:
  - a) Pembukaan
  - b) Kata sambutan dari Kepala Sekolah.
  - c) Kata sambutan dari perwakilan tim kegiatan pengabdian.
  - d) Doa
  - e) Penyampaian materi yang dipaparkan oleh Ketua Tim, Merry Rullyanti, M. Pd. Menampilkan slide materi "Pelatihan Copywriting Kreatif untuk Meningkatkan Literasi Digital Siswa-siswi SMKN 1 Kepahiang".
  - f) Diskusi tanya jawab tentang video sebagai pemantik pemahaman siswa.
  - g) Bersama-sama menganalisis unsur-unsur dalam Copywriting yaitu rumus AIDA (Attention, Interest, Desire, Action).
  - h) Tanya jawab interaktif dan pembagian door prize serta kenang-kenangan.
  - i) Penutup dan foto bersama para peserta PKM.



**Gambar 2.**  
Pengarahan dari Narasumber

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pelatihan ini mencakup berbagai aspek positif yang memengaruhi baik kemampuan akademis maupun persiapan karir mereka yaitu:

- a. Peningkatan keterampilan menulis kreatif: Siswa biasanya mengalami peningkatan dalam kemampuan menulis mereka secara umum. Mereka belajar bagaimana menyusun kalimat yang koheren, menarik, dan persuasif, yang sangat berguna tidak hanya untuk tugas-tugas sekolah tetapi juga untuk komunikasi sehari-hari (Kaur, 2024).
- b. Kemampuan berpikir kritis dan analitis: Melalui proses memilih kata yang tepat dan menyusun argumen yang efektif, siswa mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan analitis yang lebih baik. Ini memperkuat kemampuan mereka untuk memproses informasi dan membuat keputusan yang berdasar. Selain itu juga profesi ini membutuhkan kemampuan dalam riset dan analisis situasi yang ada untuk dituangkan dalam bentuk konten (Ziyan I'krimah An Umillah, 2023).
- c. Kreativitas dan inovasi: Copywriting mendorong siswa untuk berpikir secara kreatif dan mencari pendekatan baru dalam menyelesaikan masalah. Keterampilan ini sangat berharga dalam semua bidang studi dan karir.
- d. Persiapan karir: Pelatihan ini membuka mata siswa terhadap berbagai karir di bidang pemasaran, periklanan, media, dan komunikasi, memperkenalkan mereka pada peluang kerja yang mungkin belum mereka pertimbangkan sebelumnya. Hal ini cocok untuk para calon lulusan yang tertarik dalam bidang digital marketing yang ditargetkan, terukur dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital (Aulia et al., 2023).
- e. Komunikasi yang efektif: Siswa belajar bagaimana menyampaikan pesan mereka dengan jelas dan efektif kepada audiens yang beragam, kemampuan yang sangat penting di hampir semua bidang profesional.

Tahapan evaluasi dan monitoring pada kegiatan Pelatihan Copywriting Kreatif untuk Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital Siswa-siswi SMKN 1 Kepahiang dilakukan secara sistematis guna memastikan efektivitas dan ketercapaian tujuan kegiatan. Tahap pertama dimulai dengan evaluasi awal (pre-test) untuk mengukur pemahaman dan kemampuan dasar peserta terkait konsep copywriting dan literasi digital sebelum pelatihan berlangsung. Instrumen yang digunakan berupa soal pilihan ganda dan studi kasus singkat yang harus dianalisis peserta. Hasil pre-test ini menjadi acuan dasar untuk menyusun strategi pelatihan yang lebih tepat sasaran.

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Tahap kedua adalah monitoring selama proses pelatihan berlangsung. Monitoring dilakukan secara langsung oleh panitia pelaksana dan fasilitator melalui observasi, lembar penilaian keaktifan, serta catatan harian pelaksanaan. Selama sesi praktik, peserta diminta menghasilkan konten copywriting berdasarkan tema yang ditentukan, yang kemudian dinilai oleh fasilitator berdasarkan aspek kreativitas, ketepatan pesan, dan penggunaan bahasa digital. Selain itu, peserta juga diminta untuk aktif memberikan umpan balik terhadap karya teman sekelompok sebagai bagian dari penilaian kolaboratif.

Tahap ketiga adalah evaluasi akhir (post-test) dan refleksi kegiatan. Post-test diselenggarakan dengan materi serupa pre-test untuk mengukur peningkatan kompetensi peserta. Di samping itu, peserta juga diminta mengisi angket kepuasan dan mengikuti wawancara singkat guna menggali kesan, masukan, serta manfaat pelatihan yang dirasakan. Hasil evaluasi ini kemudian dianalisis untuk menyusun laporan kegiatan dan menjadi dasar rekomendasi perbaikan kegiatan serupa di masa mendatang. Seluruh data evaluasi dan monitoring didokumentasikan sebagai bentuk pertanggungjawaban serta untuk keperluan akreditasi atau pelaporan kepada pihak sekolah dan mitra terkait.

## **KESIMPULAN**

Pelatihan Copywriting kreatif yang dilakukan oleh tim pelaksana PKM prodi Sastra Inggris FKIP Universitas Dehasen Bengkulu telah memberikan kontribusi yang positif dan signifikan dalam meningkatkan kemampuan literasi digital siswa SMKN 1 Kepahiang. Kegiatan ini juga telah mengembangkan keterampilan menulis kreatif dan efektif, serta meningkatkan kemampuan berkomunikasi dan berkreasi secara digital. Pelatihan ini diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi siswa SMKN sederajat untuk terus mengembangkan kemampuan literasi digital mereka, mengasah kemampuan teknis copywriting terkait dengan penggunaan bahasa yang tepat dalam konteks yang berbeda, peningkatan kreativitas dalam menyusun pesan, serta pengembangan keterampilan analitis untuk mengevaluasi efektivitas copywriting yang telah dibuat. Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui pelatihan copywriting memberikan keuntungan kompetitif kepada siswa, baik dalam proses aplikasi perguruan tinggi maupun dalam persaingan di pasar kerja. Oleh karena itu, pelatihan copywriting di tingkat SMA/SMK sederajat ini merupakan investasi yang berharga, mempersiapkan siswa untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di masa depan dengan lebih efektif dan percaya diri.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dengan penuh rasa hormat dan syukur, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan pendanaan terhadap kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Dehasen Bengkulu
2. Rektorat dan Pimpinan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah memberikan izin dan dukungan penuh,
3. Biro keuangan (BAU) Universitas Dehasen Bengkulu yang telah mendanai kegiatan ini,
4. Pihak SMKN 1 Kepahiang; Kepala Sekolah, Waka Kesiswaan, wali kelas, dan para siswa yang terlibat dalam kegiatan ini,
5. Serta seluruh pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu namun telah memberikan bantuan yang berarti bagi kelancaran kegiatan ini.

Tanpa dukungan dan kepercayaan dari semua pihak tersebut, kegiatan ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik. Semoga kerja sama ini terus terjalin dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat serta perkembangan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aqyas Nisa, & Setiyawati, D. (2019, Oktober). A systematic review of digital literacy training for high school students. In *Proceedings of the Third International Conference on Sustainable Innovation 2019 – Humanity, Education and Social Sciences (IcoSIHESS 2019)* (hlm. 376–381). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/icosihess-19.2019.65>.
- Astriani, A. S., Silvani, D., & Syakira, S. (2022). The effect of digital literacy and word choice mastery on students' writing skills. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 8(5), 23422. <https://doi.org/10.17977/jptpp.v8i5.23422>
- Aulia, R., Dewita, S. A., Afrina, W., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis strategi pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan keunggulan bersaing di industri e-commerce. *Jurnal Ilmiah*, 7, 31179–31184.
- Dewi, S. R. (2024). The effect of using digital technology on the information literacy skills of high school students. *Journal Smart Education of Research*, 1(1), 6–11. <https://jurnal.sinergypenerbitindonesia.com/index.php/Ioser/article/view/7>
- Harmoko, D., & Hermawan, E. (2023). What is copywriting? (Understanding definition of copywriting in other point of view). *Literatus: Literature for Social Impact and Cultural Studies*, 5(2). <https://doi.org/10.37010/lit.v5i2.1289>
- Hidayat, D. N., & Wardani, D. K. (2021). Peningkatan keterampilan menulis kreatif siswa melalui media digital. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Metalingua*, 6(1), 33–41. <https://doi.org/10.21107/metalingua.v6i1.10215>
- Kaur, T. (2024). Skills required for copywriting and content writing. *IIM Skills*. <https://iimskills.com/copywriting-and-content-writing/>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. PT Gramedia Pustaka Utama. [https://doi.org/10.1142/9789813275478\\_0004](https://doi.org/10.1142/9789813275478_0004)
- McClung, R. (2016). *The history, application, and worth of copywriting* [Undergraduate thesis, Full Sail University].
- Nugroho, H. A. (2020). Pengembangan materi literasi digital untuk siswa SMK berbasis project based learning. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 7(2), 160–170. <https://doi.org/10.21831/jitp.v7i2.32969>
- Putri, R. D. (2022). Pelatihan copywriting berbasis digital marketing bagi siswa SMK jurusan pemasaran. *Jurnal Abdimas Madani*, 2(3), 150–156. <https://doi.org/10.53695/jam.v2i3.121>
- Rocha, A. P., & Casanova, M. P. (2024). Digital approach to teach creative writing with secondary student learners of English. *LLT Journal: A Journal on Language and Language Teaching*. Manuskrip tidak dipublikasikan.
- Rohmawati, N., Anwar, M., & Utami, S. R. (2024). Enhancing digital literacy through editorial text reading materials for vocational high school students. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*. [DOI placeholder]
- Silvana, H., & Darmawan, C. (2018). Pendidikan literasi digital di kalangan usia muda di Kota Bandung. *Pedagogia: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 16(2). <https://doi.org/10.17509/pdgia.v16i2.11327>
- Siregar, S. R., & Sembiring, E. (2021). Literasi digital dan kompetensi abad 21: Sebuah pendekatan pembelajaran inovatif. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 28(1), 77–86. <https://doi.org/10.23887/jptk-undiksha.v28i1.34567>
- Yunita, M., & Hapsari, S. R. (2023). Pengaruh pelatihan copywriting terhadap kemampuan komunikasi digital siswa SMK. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 7(1), 45–52. <https://doi.org/10.31004/jkp.v7i1.4567>
- Ziyan I'krimah An Umillah, S. P. (2023). Mengembangkan kemampuan berpikir kritis serta meningkatkan literasi digital siswa dalam menyuarakan opini melalui menulis artikel pada media platform digital.