



Pelatihan Penulisan *Copywriting* berbasis A.I untuk Meningkatkan Penjualan Kerajinan Tas di Desa Kadugenep Serang Banten

Alfia^{*1}, Meiyanti Nurchaerani², Raden Rizky Helmi Aldini²

¹Program Studi Teknik Informatika, Universitas Esa Unggul, Jakarta, Indonesia

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta, Indonesia

³Program Studi PGSD, Universitas Muhammadiyah A.R. Fachruddin, Tangerang, Indonesia

*Corresponding author: alfian@esaunggul.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Revised Nov 29, 2023

Accepted May 26, 2024

Kata kunci:

Penulisan; *Copywriting*;
A.I; Penjualan

ABSTRACT

Dalam era digital dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kemampuan pemasaran yang efektif menjadi sangat penting bagi para pengrajin kerajinan tas untuk meningkatkan angka penjualan. Salah satu strategi pemasaran yang kini digunakan secara luas adalah *copywriting*. Namun, masalah yang dihadapi bagi para pengrajin tas di Desa Kadugenep Serang Banten adalah mereka tidak familiar dengan teknik *copywriting* sehingga mereka kalah bersaing dalam memasarkan produk mereka secara online. Dengan memberikan pelatihan penulisan *copywriting* berbasis A.I, pelatihan ini bertujuan untuk mengajarkan kepada para pengrajin keterampilan menulis *copywriting* yang persuasif dan menarik untuk mengiklankan dan memasarkan produk tas mereka secara online. Metode pelatihan terstruktur digunakan dalam penelitian ini karena peneliti bertindak sebagai fasilitator yang memprioritaskan kebutuhan peserta untuk dapat memahami dan menguasai *copywriting*. Melalui pelatihan ini, diharapkan para pengrajin dapat menghasilkan *copywriting* yang lebih efektif dan mampu mengomunikasikan nilai unik dari kerajinan tas mereka kepada calon pembeli. Dengan peningkatan kualitas penulisan naskah iklan, diharapkan penjualan tas dari Desa Kadugenep dapat meningkat secara signifikan, memberikan manfaat ekonomi dan pertumbuhan bagi masyarakat setempat.

Keywords:

Writing; *Copywriting*;
A.I; Selling

ABSTRACT

In the digital era and increasingly fierce business competition, effective marketing skills are very important for bag craftsmen to increase sales figures. One marketing strategy that is now widely used is copywriting. However, the problem faced by bag craftsmen in Kadugenep Village, Serang, Banten, is that they are not yet familiar with copywriting techniques, so they are unable to compete in marketing their products online. By providing A.I-based copywriting training, this training aims to teach craftsmen the skills to write persuasive and attractive copywriting to advertise and market their bag products online. The workshop method was used in this research because the researcher acted as a facilitator who prioritized the participants' needs to understand and master copywriting. Through this training, it is hoped that craftsmen will be able to produce more effective copywriting and be able to communicate the unique value of their craft bags to potential buyers. By improving the quality of advertising script writing, it is hoped that bag sales from Kadugenep Village can increase significantly, providing economic benefits and growth for the local community.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan transformasi digital telah membuka peluang baru dalam berbagai sektor, termasuk dunia bisnis. Salah satu aspek yang semakin menjadi fokus perhatian adalah pemasaran melalui platform online. Desa Kadugenep, Serang, Banten, sebagai salah satu pusat produksi kerajinan tas, memiliki potensi besar untuk



mengoptimalkan penjualan melalui pemanfaatan teknologi. Dalam upaya meningkatkan daya saing produk kerajinan tas dari Desa Kadugenep, Tim Pengabdian Masyarakat dari Universitas Esa Unggul berinisiasi untuk memberikan Pelatihan Penulisan *Copywriting* berbasis *A.I* bagi para pengrajin tas di Desa Kadugenep. Kegiatan ini akan mencoba mengeksplorasi potensi pemahaman penulisan *copywriting* berbasis kecerdasan buatan (*A.I*) bagi para pengrajin tas di desa Kadugenep sebagai strategi inovatif untuk meningkatkan penjualan secara *online*. *Artificial Intelligence (A.I)* yang digunakan dalam pelatihan penulisan *copywriting* bagi para pengrajin tas di Desa Kadugenep adalah *copy.ai* (<https://www.copy.ai/>), sebuah alat kecerdasan buatan yang dapat membantu menemukan ide kreatif penulisan *copywriting*.

Murdiani, dkk (2023) menekankan bahwa salah satu upaya dalam meningkatkan penjualan *online* adalah dengan melakukan penguatan pemasaran yang meliputi penerapan citra diri atau branding serta promosi produk dengan teknologi digital. Promosi produk dengan teknologi digital dapat dilakukan dengan menguasai teknik *copywriting*. Secara umum *Copywriting* yang baik harus mampu memotivasi calon konsumen untuk membuat sebuah keputusan seperti membeli, mengajak, meng-klik tautan (*link*) sampai mempengaruhi mereka untuk menghubungi langsung bagian pemasaran (Wazdi & Aprilia, 2022).

Copywriting yang efektif memiliki peran sentral dalam memengaruhi konsumen dan mendorong pembelian. Dengan memanfaatkan kecerdasan buatan, *copywriting* dapat dioptimalkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik produk. Oleh karena itu, pelatihan penulisan *copywriting* berbasis *A.I* diharapkan dapat menjadi solusi yang efektif untuk memperkuat branding dan meningkatkan penjualan kerajinan tas dari Desa Kadugenep.

Secara umum Kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan aktivitas pelatihan penulisan *copywriting* berbasis *A.I* ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan penulisan *copywriting* di kalangan pelaku usaha kerajinan tas di Desa Kadugenep. Dengan memanfaatkan teknologi berbasis *A.I*, diharapkan para peserta dapat mengasah kemampuan mereka dalam merancang pesan-pesan pemasaran yang lebih efektif dan memikat. Tujuan lainnya adalah membantu pelaku usaha untuk memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran *online* yang lebih efisien. Dengan pemahaman tentang teknik *copywriting* berbasis *A.I*, peserta diharapkan mampu mengoptimalkan konten pemasaran mereka di berbagai platform digital untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk.

Melalui pelatihan ini, tujuan lain yang ingin dicapai adalah meningkatkan daya saing produk kerajinan tas dari Desa Kadugenep di pasar regional dan nasional. Dengan menghasilkan *copywriting* yang menarik dan memahami kebutuhan pasar, diharapkan juga penjualan Kerajinan Tas dapat meningkat secara signifikan. Pelatihan juga bertujuan untuk membantu para pelaku usaha mengembangkan identitas merek yang kuat dan membedakan produk mereka dari pesaing. Dengan demikian, produk Kerajinan Tas dari Desa Kadugenep dapat dikenali dengan lebih mudah oleh konsumen.

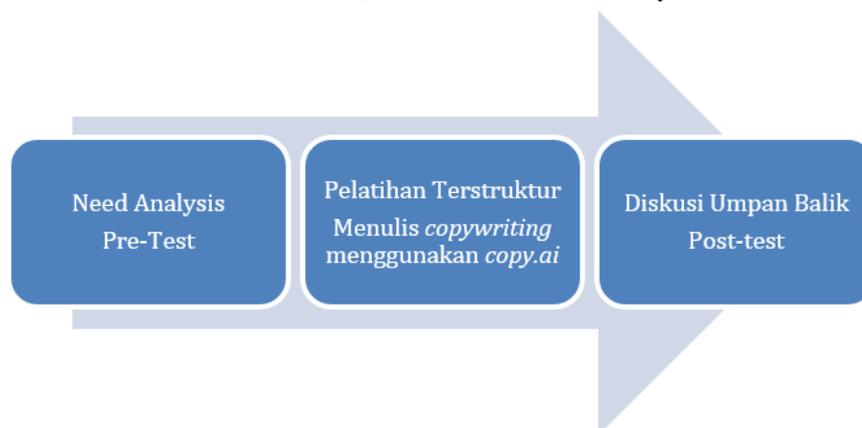
Melalui peningkatan penjualan produk lokal, tujuan pengabdian pada masyarakat ini juga berfokus pada peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat desa. Dengan membantu pelaku usaha meningkatkan pendapatan mereka, diharapkan dapat tercipta dampak positif dalam hal pengembangan ekonomi masyarakat setempat. Dengan merinci tujuan-tujuan tersebut, pelatihan penulisan *copywriting* berbasis *A.I* diharapkan dapat memberikan manfaat konkret dan berkelanjutan bagi para pelaku usaha dan masyarakat Desa Kadugenep secara keseluruhan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pelatihan terstruktur (Ørngreen & Levinsen, 2017) karena pada praktiknya peneliti bertindak sebagai fasilitator, rekan belajar dan juga rekan berlatih, yang memprioritaskan kebutuhan peserta untuk dapat memahami dan menguasai *copywriting* dengan menggunakan alat kecerdasan buatan *copy.ai*.

Pelatihan ini berlangsung selama dua hari dan dibagi menjadi dua sesi. Hari pertama diisi dengan tahapan analisis penilaian kebutuhan para pengrajin Tas dan penyampaian informasi tentang tujuan-tujuan dari kegiatan pelatihan serta pemberian informasi materi terkait dengan *copywriting*. Hari ke dua dilanjutkan dengan pelaksanaan post-test terkait pemahaman *copywriting* dan dilanjutkan dengan tahapan latihan menulis *copywriting* dengan menggunakan *copy.ai*. Pelatihan ini diikuti oleh 20 peserta, perwakilan dari para pengrajin Tas di Desa Kadugenep. Pelatihan terstruktur dalam aktivitasnya dibagi menjadi beberapa tahapan:

1. Tahapan identifikasi kebutuhan pengrajin Tas dan pre-test
2. Tahapan pengenalan, penyampaian informasi tentang tujuan pelatihan
3. Tahapan pemberian materi tentang *copywriting* yang bersumber dari Buku Seni Penulisan Efektif untuk Digital Marketing (Martin, 2021), dan Modul Pelatihan Promosi Perpustakaan Berbasis Digital (Nurtiar, 2020)
4. Tahapan post-test tentang *copywriting* dan contoh *copywriting* sebelum menggunakan *A.I*
5. Tahapan latihan menulis *copywriting* menggunakan *A.I*
 - a. Membuat akun di *copy.ai* <https://www.copy.ai>
 - b. Menentukan tema tulisan
 - c. Membuat *copywriting* dengan kata kunci yang menarik
 - d. Membandingkan hasil *copywriting* dengan bantuan *A.I* dan tanpa bantuan *A.I*
6. Tahapan demonstrasi secara mandiri, diskusi masukan dan umpan balik



Gambar 1. Alur penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan identifikasi kebutuhan pengrajin Tas dan pelaksanaan *pre-test*. Untuk memastikan tujuan pelatihan sesuai dengan kebutuhan para pengrajin tas di Desa Kadugenep, tim pengabdian masyarakat melakukan identifikasi kebutuhan dengan memberikan angket kepada 20 peserta perwakilan pengrajin tas. Pertanyaan angket dibagi menjadi dua kategori yaitu *Target Needs* dan *Training Needs*. Hasil dari identifikasi kebutuhan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Kebutuhan

No	Pertanyaan	Jawaban	Jawaban	Jawaban
1.	Apakah anda pernah mendengar tentang teknik penulisan <i>copywriting</i> ?	Pernah 15%	Tidak Pernah 75%	Tidak Tahu 10%
2.	Apakah anda pernah mengikuti pelatihan penulisan <i>copywriting</i> ?	Pernah 5%	Tidak Pernah 95%	Tidak Tahu 0%
3.	Bagaimana anda melakukan promosi produk?	Membuat website 5%	Iklan di sosmed 10%	Menjual langsung 85%

4.	Apa kesulitan yang anda temukan dalam melakukan promosi produk?	Sulit membuat <i>website</i> 35%	Sulit menulis bahasa Iklan 60%	Tidak Tahu 5%
5.	Mengapa anda ingin belajar <i>copywriting</i> ?	Membuat bahasa iklan yang menarik 35%	Membuat produk diminati 55%	Memasarkan produk 10%
6.	Apa yang ingin anda capai setelah mengikuti pelatihan ini?	Mampu membuat <i>copywriting</i> 55%	Menjual produk lebih luas 20%	Memasarkan Produk secara digital 25%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat kebutuhan target terkait dengan pemberian materi *copywriting* cukup tinggi dan terlihat dengan jelas bahwa hampir seluruh peserta belum pernah mengikuti pelatihan penulisan *copywriting* sebelumnya sehingga tim pengabdian masyarakat memutuskan untuk melanjutkan aktifitas pelatihan pada hari ke dua. Terkait dengan manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian, dari tabel di atas dapat disoroti bahwa sebanyak 7 peserta berharap pelatihan yang diberikan akan membantu mereka dalam membuat bahasa iklan yang menarik. Sebanyak 11 peserta mengharapkan dapat membuat produk yang diminati dan sisanya sebanyak 2 peserta berharap dapat memasarkan produk dengan lebih baik. Terkait dengan capaian akhir yang ingin mereka peroleh dari dampak pelatihan yang diberikan, didapati sebanyak 11 peserta ingin memiliki keterampilan dalam membuat *copywriting*, 4 peserta ingin menjual produk dengan jangkauan yang lebih luas dan sisanya sebanyak 5 peserta ingin memiliki keterampilan dalam memasarkan produk secara *digital*.

Pada tahapan pengenalan dan penyampaian informasi tentang tujuan pelatihan, tim pengabdian masyarakat mengundang Kepala Desa serta perangkat Desa dan para peserta program pelatihan untuk mengikuti sesi diskusi dan umpan balik di Ruang Serba Guna yang berada di Kantor Kepala Desa Kadugene. Pada tahapan ini, tim pengabdian masyarakat memperkenalkan diri secara formal dan menyampaikan beberapa tujuan program seperti: meningkatkan keterampilan penulisan *copywriting*, membantu pelaku usaha untuk memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran online yang lebih efisien dengan pemahaman tentang teknik *copywriting* berbasis *A.I*, meningkatkan daya saing produk kerajinan tas dari Desa Kadugene di pasar regional dan nasional.

Pada tahapan pemaparan materi *copywriting*, peserta terlebih dahulu diminta untuk menjawab 10 soal *pre-test* terkait dengan dasar-dasar pengenalan *copywriting* dan teknik yang digunakan dalam penulisan. Dari hasil *pre-test* didapati bahwa hampir seluruh peserta pelatihan belum memahami dengan baik konsep dasar dan teknik yang biasa digunakan dalam menulis *copywriting*. Materi dan sub materi pokok yang dipaparkan pada tahapan ini adalah sebagai berikut:

1. Konsep *copywriting*
 - a. Pengertian *copywriting*
 - b. Anatomi *copywriting*
 - c. Manfaat *copywriting*
 - d. Jenis media *copywriting*
2. Kemampuan dasar *copywriting*
 - a. Formula *copywriting*
 - b. Aspek psikologi dalam *copywriting*
 - c. Kemampuan menulis dasar
 - d. Berpikir kreatif
3. *Copywriting* untuk promosi produk
 - a. Teknik menulis *copywriting* untuk promosi produk
 - b. Penulisan headline untuk promosi produk
 - c. Persuasi dalam *copywriting* promosi produk
 - d. Storytelling untuk promosi produk

Pada tahapan ini, seluruh anggota tim Pengabdian Masyarakat Universitas Esa Unggul mengambil peran dalam memaparkan materi. Materi selanjutnya yang dipaparkan adalah sebagai berikut:

4. Teknik Dasar *Copywriting*
 - a. Storytelling
 - b. Content Personality
 - c. Menawarkan Eksklusifitas

- d. Menampilkan Follower Media Sosial
5. Seni Penulisan Iklan Sosial Media
 - a. Penulisan dan Contoh Iklan di Status Facebook
 - b. Penulisan Status di Instagram
 - c. Cara Menuliskan Harga Jual
 - d. Ajak Target Pembaca/Audiens ikut Berkontribusi



Gambar 2. Pemaparan Materi Seni Penulisan Efektif

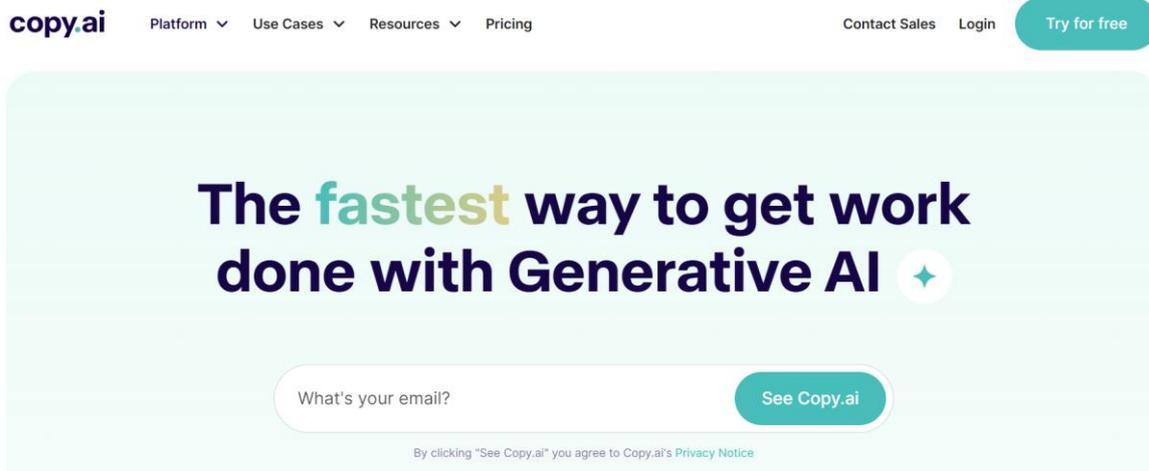
Pada tahap pemaparan materi seni penulisan efektif, Tim Pengabdian masyarakat memberikan pemaparan dengan teknik tanya jawab dan umpan balik untuk memastikan terjalin interaksi dialogis antara pemateri dengan para peserta pelatihan. Tahapan ini dilanjutkan dengan memberikan *post-test* kepada para peserta untuk mengukur tingkat pemahaman materi. Hasil *pre-test* dan *Post-test* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Hasil *Pre-test* dan *Post-test*

No	Indikator	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
1.	Memahami definisi penulisan <i>copywriting</i>	10%	90%
2.	Mengenal teknik-teknik yang digunakan dalam <i>copywriting</i>	5%	95%
3.	Mengenal teknik <i>copywriting</i> untuk promosi produk	15%	85%
4.	Mengenal teknik penulisan iklan di sosial media	20%	80%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pada indikator pertama, terkait dengan pemahaman konsep penulisan *copywriting*, hanya ada 2 peserta dari 20 peserta yang mampu menjawab benar definisi dari penulisan *copywriting*. Daya serap pemahaman tentang definisi penulisan *copywriting* mengalami peningkatan karena pada hasil *post-test*, terdapat 18 peserta menjawab benar dan 2 sisa peserta lainnya masih menjawab salah. Pada indikator pengenalan teknik-teknik yang digunakan dalam *copywriting*, didapati bahwa daya serap peserta pelatihan sangat baik. Hal ini dapat diketahui dari hasil *post-test* yang menunjukkan bahwa sebanyak 19 peserta dapat menjawab benar tentang teknik-teknik yang biasa digunakan dalam penulisan *copywriting*. Daya serap peserta pelatihan juga mengalami peningkatan pada dua indikator yaitu pengenalan teknik *copywriting* untuk promosi produk dan pengenalan teknik penulisan iklan di sosial media.

Pada tahapan latihan menulis *copywriting* menggunakan A.I, tim pengabdian masyarakat membagi peserta latihan menjadi 5 kelompok dan tiap kelompok ditemani oleh 2 orang Dosen yang bertindak sebagai fasilitator untuk memastikan proses pelatihan berjalan efektif dan agar saat para peserta mengalami kesulitan, mereka dapat langsung bertanya dan dibantu oleh para dosen. Tahap ini diawali dengan mengajak para peserta pelatihan untuk membuat akun di *copy.ai* <https://www.copy.ai>.



Gambar 3. Tampilan antarmuka tool AI

Pada tahapan ini, para peserta pelatihan dibantu oleh para dosen membuat akun di <https://www.copy.ai>. Proses pembuatan akun berjalan lancar karena semua peserta sudah memiliki akun gmail. Tahapan ini dilanjutkan dengan mendiskusikan pemilihan tema tulisan. Para Dosen memfasilitasi dengan cara meminta kepada tiap peserta untuk memikirkan tema tulisan yang menarik dalam menjual produk kerajinan tas. Para Dosen menggunakan teknik brainstorming dan memilih 1 tema yang paling menarik untuk selanjutnya digunakan dalam aktivitas penulisan copywriting menggunakan AI tool. Tahapan berikutnya adalah para peserta diminta untuk memikirkan kata kunci yang menarik dan selanjutnya kata kunci tersebut dimasukkan sebagai kata kunci di <https://www.copy.ai>.

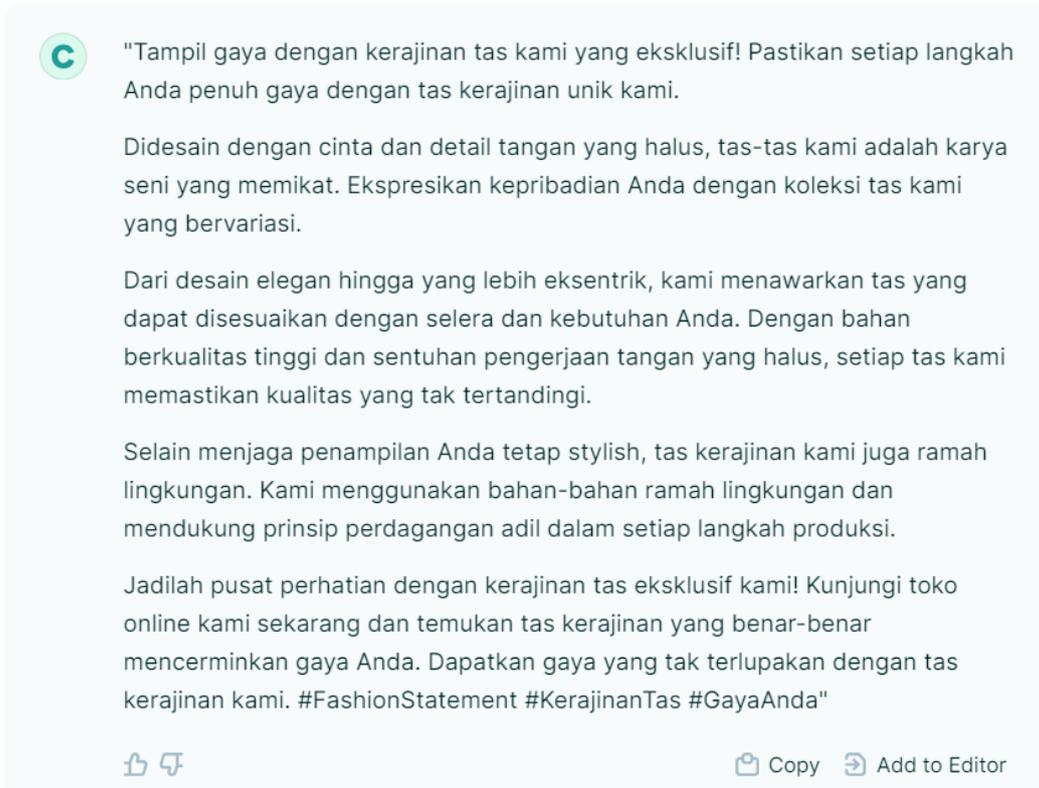
Pada tahapan ini, terdapat beberapa kendala seperti sulit menentukan kata kunci dan ada beberapa peserta yang masih bingung dalam menggunakan copy.ai. Namun karena hal tersebut telah lebih dahulu diantisipasi oleh para Dosen, maka pada praktiknya para Dosen mendemonstrasikan cara penggunaannya termasuk bagaimana cara memasukkan kata kunci dan melihat hasil copywriting yang dikerjakan oleh AI. Beberapa hasil *copywriting* pada tahap ini dapat dilihat pada gambar-gambar di bawah ini.



"Bawa gaya Anda ke level berikutnya dengan kerajinan tas kami yang eksklusif! Didesain dengan penuh keahlian dan detail yang halus, tas-tas kami membawa sentuhan mewah dalam setiap langkah Anda.

Kami menghadirkan koleksi tas kerajinan yang akan memikat hati Anda. Dari tas tangan yang elegan hingga tas selempang yang praktis, setiap produk kami merupakan hasil dari kualitas tinggi dan sentuhan tangan yang terampil.

Dengan bahan berkualitas premium dan desain yang trendi, tas-tas kami bukan hanya aksesoris, mereka adalah pernyataan gaya yang mengesankan. Tidak peduli apakah Anda sedang bersantai di kafe favorit Anda atau sedang menghadiri acara khusus, tas kerajinan kami akan memastikan Anda selalu tampil sempurna.



Gambar 4. Contoh penulisan *copywriting* yang dihasilkan dari AI

Tahapan ini lalu dilanjutkan dengan membandingkan *copywriting* yang dihasilkan oleh AI dengan *copywriting* yang ditulis secara manual oleh para peserta latihan. Pada tahapan ini para peserta dikondisikan untuk memberikan penilaian dari dua hasil *copywriting*. Hal ini bertujuan untuk memancing proses berpikir kritis dan kreatif para peserta pelatihan. Tahapan ini ditutup dengan beberapa saran yang diberikan oleh Para Dosen kepada peserta pelatihan. Para Dosen menyarankan kepada peserta pelatihan agar sebelum mulai menulis, peserta pelatihan diminta untuk memiliki tujuan yang jelas dan spesifik. Apakah ingin meningkatkan penjualan, membangun merek, atau mempromosikan promo khusus? Para peserta diminta untuk menentukan tujuan dan memastikan *copywriting* yang dibuat memenuhi tujuan tersebut.

Hal ini dimaksudkan untuk memberi pemahaman kepada para peserta bahwa *copywriting* yang dihasilkan AI mungkin saja lebih baik dan bagus, namun para peserta disarankan untuk tidak 100% bergantung pada AI, karena teknik penulisan *copywriting* tetap dapat dilakukan secara manual. Para peserta juga disarankan untuk tidak mengandalkan sepenuhnya AI tool. Meskipun AI tool dapat membantu menghasilkan tulisan yang bagus, tetap penting dalam me-review dan mengedit hasilnya. Mereka juga disarankan untuk memastikan penulisan sesuai dengan merk yang dijual, tata bahasa yang benar, dan mudah dipahami oleh audiens. Dengan mempelajari audiens, para peserta pelatihan diharapkan dapat menulis *copywriting* yang lebih efektif dan menarik bagi mereka. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2023) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa kecerdasan buatan (AI) dapat membantu peserta dalam mengklasifikasikan audiens dan menyesuaikan konten pemasaran dengan preferensi dan perilaku audiens yang dituju.

SIMPULAN

Berdasarkan pelatihan Penulisan Copywriting berbasis A.I ini, maka dapat disimpulkan bahwa penulisan copywriting menggunakan AI tool sangat membantu dalam mempercepat pengembangan bisnis, terutama dalam pemasaran produk. Dengan menguasai teknologi AI tool, peserta pelatihan dapat membuat tulisan-tulisan yang menarik dan efektif untuk menarik perhatian pelanggan potensial.

AI tool dapat membantu dalam semua tahap penulisan, dari pembuatan judul yang menarik hingga pilihan kata kunci yang tepat. Meskipun AI tool memberikan banyak manfaat, peserta pelatihan disarankan untuk tidak sepenuhnya mengandalkan perangkat tersebut.

Para pengrajin tas tetap perlu melihat dan menelaah hasil tulisan untuk memastikan bahwa isi tulisan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan merek. Hal ini karena bahwa AI tool saat ini tidak mampu menggantikan peran manusia dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, kombinasi antara kemampuan manusia dan teknologi AI tool sangatlah penting untuk meningkatkan penjualan dan menumbuhkan bisnis kerajinan tas di Desa Kadugenep Serang Banten.

REFERENSI

- Martin, D. (2021). *Seni Penulisan Efektif untuk Digital Marketing: Bagaimana kata-kata yang tepat dalam meningkatkan penjualan & brand kamu?* 153. <http://kemahasiswaan.unpam.ac.id/wp-content/uploads/2020/04/eBookD122020-Seni-Penulisan-Efektif-untuk-Digital-Marketing.pdf>
- Murdiani, T., Asnusa, S., & Herawati, H. (2023). *Pemberdayaan UMKM Simuley dalam Pemasaran Digital Melalui Pelatihan Menulis Copywriting yang SEO-Friendly*. 25–31.
- Nugraha, P. V., & Virginiya, P. T. (2023). Pelatihan Digital Marketing dan Copywriting untuk Meningkatkan Promosi Homestay di Desa Pecatu. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 07–13. <https://doi.org/10.34148/komatika.v3i1.614>
- Nurtiar, H. (2020). Copywriting Modul Diklat Promosi Perpustakaan Berbasis Digital Perpustakaan Nasional Republik Indonesia 2020. *Modul Pelatihan*. [https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/105353/Modul Materi Copywriting.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/105353/Modul_Materi_Copywriting.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ørngreen, R., & Levinsen, K. T. (2017). Workshops as a research methodology Aalborg Universitet Workshops as a Research Methodology Ørngreen, Rikke; Levinsen, Karin Tweddell. *Electronic Journal of E-Learning*, 15(1), 70–81.
- Wazdi, A. Indradi, & Aprilia, G. A. (2022). Pelatihan Copywriting untuk Optimalisasi Pemasaran Digital Kepada SMK Bakti Nusantara 666 Kabupaten Bandung. *Jurnal AbdiMU: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 62–69.