

Digital Savvy Melalui Pelatihan Copywriting dan Storytelling bagi Pemuda Karang Taruna Malai V Suku Timur menuju Branding Nagari

Digital Savvy Through Copywriting and Storytelling Training for Malai V Timur Clan Karang Taruna Youth Towards Village Branding

Abdurahman

Herlin Triana *

Vivi Indriyani

Amril Amir

Emidar

Delsy Arma Putri

Mita Domi Fella Henanggil

Department of Indonesian Language and Literature Education, Padang State University, Padang City, West Sumatra, Indonesia

email: herlin_triana@fbs.unp.ac.id

Kata Kunci

pemberdayaan masyarakat
literasi digital
desa branding

Keywords:

community empowerment
digital literacy
branding village

Received: August 2025

Accepted: October 2025

Published: January 2026

Abstrak

Nagari Malai V Suku Timur merupakan nagari hasil pemekaran yang menghadapi tantangan dalam pengembangan branding, terutama akibat rendahnya literasi digital dan minimnya pemanfaatan teknologi dalam promosi potensi lokal. Permasalahan ini berimplikasi pada terbatasnya daya saing produk pertanian, wisata, dan UMKM nagari. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemuda Karang Taruna melalui pelatihan *copywriting* dan *storytelling* sebagai strategi komunikasi digital untuk mendukung branding nagari. Metode yang digunakan adalah pelatihan langsung berupa ceramah, praktik, diskusi, serta pendampingan, yang dilaksanakan selama dua hari (24–25 Juli 2025) di Aula Kantor Wali Nagari Malai V Suku Timur dengan 15 peserta aktif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami konsep *copywriting* dan *storytelling*, serta berhasil mengaplikasikannya dalam konten media sosial menggunakan *platform Canva* dan Instagram. Evaluasi melalui *pre-test*, *post-test*, dan angket kepuasan menunjukkan respons positif dengan peningkatan pemahaman, keterampilan praktik, serta kepuasan peserta yang tinggi. Implikasi dari kegiatan ini adalah terbukanya peluang bagi pemuda nagari untuk mengoptimalkan media digital dalam branding, yang diharapkan dapat mendorong kemajuan sektor ekonomi, pariwisata, dan UMKM secara berkelanjutan.

Abstract

Nagari Malai V Suku Timur, a newly established village, faces challenges in developing its branding due to limited digital literacy and the underutilization of technology to promote local potential. This condition weakens the competitiveness of agricultural products, tourism, and local SMEs. This community service program aimed to enhance the skills of Karang Taruna youth through *copywriting* and *storytelling* training as digital communication strategies to strengthen village branding. The method applied was direct training consisting of lectures, practice, discussions, and mentoring, conducted over two days (24–25 July 2025) at the Malai V Suku Timur Village Office Hall with 15 active participants. The results revealed that participants gained a clear understanding of *copywriting* and *storytelling* and successfully applied these skills to social media content using *Canva* and Instagram. Evaluation through *pre-tests*, *post-tests*, and satisfaction surveys indicated highly positive responses, with improved comprehension, practical skills, and participant satisfaction. The implication of this activity is the potential empowerment of village youth to optimize digital media for branding, which is expected to contribute to sustainable development in the economic, tourism, and SME sectors.



© 2026 Abdurahman, Herlin Triana, Vivi Indriyani, Amril, Emidar, Delsy Arma Putri, Mita Domi Fella Henanggil. Published by [Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya](#). This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i1.10612>

PENDAHULUAN

Nagari Malai V Suku Timur merupakan salah satu nagari yang masih belum berkembang dan berhasil melakukan branding terhadap kenagariannya. Hal ini disebabkan, Nagari Malai V Suku Timur adalah nagari yang berasal dari

How to cite: Abdurahman., Triana, H., Indriyani, V., Amril., Emidar., Putri, D. A., Henanggil, M. D. F. (2026). Digital Savvy Melalui Pelatihan Copywriting dan Storytelling bagi Pemuda Karang Taruna Malai V Suku Timur menuju Branding Nagari. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(1), 188-197. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i1.10612>

pemekaran dari Nagari Malai V Suku pada tahun 2017. Sejak pemekaran tersebut hingga masuk ke era perkembangan teknologi, beberapa persoalan menjadi tantangan yang harus dihadapi masyarakat. Salah satunya yaitu rendahnya tingkat pendidikan sehingga pengetahuan mengenai teknologi juga lemah. Selain itu, Upaya peningkatan sektor pertanian yang menjadi sentral pencarian di sana juga lemah karena masih belum maksimalnya usaha branding terhadap produk-produk pertanian (Helmizar *et al.*, 2020; Rohman *et al.*, 2024). Pada dasarnya, Undang-Undang tentang Pemerintahan Daerah pada tahun 1999, hingga Undang-Undang nomor 6 tahun 2014 tentang Desa/Nagari, menjelaskan bahwa kemajuan nagari diatur oleh masyarakat itu sendiri. Artinya masyarakat dan perangkat nagari harus berpartisipasi untuk sama-sama saling berupaya membangun dan memajukan nagari. Namun demikian, beberapa persoalan tidak dapat dihindari karena belum kuatnya kesadaran masyarakat untuk memajukan nagarinya sendiri secara merata. (Sultan *et al.*, 2023) menyimpulkan bahwa kemajuan nagari terlihat dari kesejahteraan masyarakat. Bukan hanya dari materi tetapi semua aspek kebutuhan masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Sejalan dengan Sustainable Development Goals (SDGs) yang sarasannya mengarah pada kesejahteraan karena akan mencerminkan sejauh mana keberhasilan dan kemajuan wilayah atau nagari. Nagari Malai V Suku Timur merupakan sebuah wilayah yang terdiri atas enam jorong dengan jumlah penduduk keseluruhan 3.285 jiwa, di mana setiap jorong memiliki populasi kurang dari 1.000 orang. Komposisi demografisnya menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat berada pada usia produktif, yakni antara 26 hingga 55 tahun. Dari sisi geografis, nagari ini berada di kawasan yang dikelilingi oleh perbukitan, lereng, dan lembah, serta memiliki beberapa hamparan dataran yang relatif luas. Karakteristik alam tersebut berimplikasi langsung terhadap pola mata pencaharian masyarakat, sehingga mayoritas penduduk menggantungkan hidup pada sektor pertanian sebagai aktivitas utama. Upaya peningkatan persoalan dapat dilakukan dengan adanya pemberdayaan masyarakat melalui kegiatan pengabdian. Upaya pemberdayaan masyarakat dapat dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yakni menciptakan iklim yang kondusif, memperkuat potensi yang ada, serta mengoptimalkan pemberdayaan itu sendiri (Afrina *et al.*, 2020). Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, proses pemberdayaan masyarakat dapat berlangsung lebih efektif dan luas. Teknologi digital, seperti internet, media sosial, dan *platform* berbasis aplikasi, memberikan akses informasi, pendidikan, dan peluang ekonomi yang lebih merata. Misalnya, masyarakat dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk memasarkan produk lokal, wisata dan kebudayaan menggunakan aplikasi digital untuk memperkuat literasi diberbagai sektor. Selain itu, teknologi juga memudahkan proses komunikasi, kolaborasi, dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan daerah. Dengan demikian, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam mempercepat tercapainya tujuan pemberdayaan masyarakat, yakni menciptakan individu dan komunitas yang mandiri, berdaya saing, serta adaptif terhadap tantangan global. Melalui kegiatan pengabdian nagari yang berintegrasi dengan prodi, kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan digital akan membantu mewujudkan upaya kemajuan nagari dan mampu menyesuaikan dengan perkembangan era. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia (PBSI) Universitas Negeri Padang yang berada di bawah naungan Fakultas Bahasa dan Seni berorientasi pada penguasaan keilmuan kebahasaan, kesastraan, dan kependidikan yang terintegrasi. Bidang kebahasaan mencakup kajian linguistik, sedangkan bidang kesastraan menekankan pada apresiasi, analisis, serta penciptaan karya sastra. Tidak hanya berfokus pada aspek akademik, PBSI juga mengembangkan keahlian praktis seperti menulis, menyunting, serta membangun komunikasi kreatif berbasis kekuatan bahasa. Kompetensi ini sangat relevan dengan keterampilan *Copywriting* dan *storytelling* yang menjadi kebutuhan penting di era digital, sebab keduanya menuntut kemampuan merangkai pesan secara efektif, persuasif, dan memikat. *Copywriting*, misalnya, menekankan ketepatan dalam memilih diksi yang ringkas namun kuat agar pesan mampu memengaruhi audiens, sedangkan *storytelling* bertumpu pada kemampuan membangun narasi yang runtut, imajinatif, dan menyentuh aspek emosional pembaca maupun pendengar. Kemudian *Copywriting* pada hakikatnya berakar dari keterampilan menulis (*writing skill*) yang didukung oleh kemampuan dasar membaca, menulis, dan berhitung (*calistung*). Tiga kemampuan fundamental ini menjadi pondasi utama dalam menuntut ilmu sekaligus sarana mengembangkan diri. Dalam praktiknya, *Copywriting* tidak sebatas penyusunan kata-kata persuasif, tetapi juga strategi komunikasi yang dirancang untuk memengaruhi cara berpikir, membangkitkan emosi, dan mendorong tindakan sesuai tujuan pemasaran. Oleh karena itu, *Copywriting* memiliki peran vital dalam bisnis modern,

mulai dari membangun citra hingga meningkatkan penjualan. Sejalan dengan itu, *storytelling* berfungsi memperkuat efektivitas *Copywriting* melalui penyampaian kisah yang mampu menghadirkan pengalaman lebih hidup. Secara etimologis, *storytelling* berasal dari kata *story* (cerita) dan *telling* (penceritaan), yang dipandang sebagai seni bernarasi, baik berupa syair maupun prosa, dan biasanya dituturkan secara langsung di hadapan audiens (Sari *et al.*, 2024, Suleman, 2023). Dengan kekuatan tersebut, *storytelling* bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengikat emosi dan menciptakan kesan mendalam, sehingga kompetensi yang dikembangkan di PBSI tidak hanya terbatas pada lingkup akademik, melainkan juga mencakup penguasaan strategi komunikasi modern yang relevan dengan kebutuhan masyarakat global. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia memiliki peran strategis dalam mengembangkan keterampilan berbahasa yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu bentuk implementasi keilmuan tersebut adalah melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan *Copywriting* dan *storytelling*. Kegiatan ini dilaksanakan bersama pemuda Karang Taruna di Malai V Suku Timur, dengan tujuan membekali generasi muda kemampuan mengolah bahasa yang kreatif, persuasif, dan komunikatif. Kemampuan tersebut penting untuk mendukung aktivitas kewirausahaan, promosi produk lokal, serta penguatan citra komunitas di era digital. Kegiatan pelatihan ini bagi pemuda Karang Taruna diharapkan mampu mengembangkan potensi diri sekaligus berkontribusi pada kemajuan desa. *Copywriting* dapat membantu mereka menyampaikan pesan secara efektif untuk memasarkan produk atau kegiatan sosial, sementara *storytelling* memberi kekuatan dalam membangun narasi yang menyentuh dan memikat audiens. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan berbahasa, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan pemuda agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi dan tantangan global.

METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada 24–25 Juli 2025 di Aula Kantor Wali Nagari Malai V Suku Timur, Kecamatan Batang Gasan, Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat, dengan peserta sebanyak 15 anggota Karang Taruna. Untuk pelaksana kegiatan terdiri dari 13 orang yang terbagi atas 7 tim pengabdian, 4 dosen pemateri, dan 2 mahasiswa pendamping. Metode pelatihan menggunakan kombinasi ceramah (penyampaian materi secara lisan maupun tulisan), praktik langsung (latihan pengaplikasian setelah penyampaian materi), diskusi interaktif (peserta dilibatkan secara aktif untuk bertukar informasi), serta pendampingan intensif. Pelaksanaan dibagi dalam beberapa tahap :

- 1) persiapan dan survei kebutuhan,
- 2) *Pre-test* untuk mengukur pemahaman awal,
- 3) penyampaian materi *copywriting*, *storytelling*, dan pemanfaatan media digital,
- 4) praktik pembuatan konten menggunakan *Canva* dan *Instagram*,
- 5) *post-test*, serta
- 6) evaluasi kepuasan peserta melalui angket.

Evaluasi hasil mencakup dua aspek, yaitu pengetahuan (melalui *pre-* dan *post-test*) dan kepuasan peserta (melalui angket). Selain itu, tim merencanakan *monitoring* pasca-pelatihan berupa pengamatan lanjutan terhadap penggunaan media sosial peserta dalam mempromosikan potensi nagari untuk mengukur keberlanjutan dampak program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penanggungjawab pelaksanaan kegiatan pengabdian PIPN ini dipimpin oleh ketua pelaksana yaitu Dr. Abdurrahman, M.Pd. dan Dr. Amril Amir selaku penghubung kerjasama dengan Walinagari Malai V Suku Timur yaitu Burung Intan, S.Pd. kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan mulai dari persiapan hingga tahapan evaluasi kegiatan. Adapun tahapannya sebagai berikut :

1. Tahap diskusi Tim Pengabdian PIPN

Proses penyusunan bahan dan materi kegiatan dirancang dengan mengacu pada tahapan yang sesuai dengan prinsip literasi informasi. Tahapan tersebut diawali melalui forum diskusi antara tim pelaksana dengan acuan website Nagari Malai V Suku Timur serta berita-berita terkait kondisi nagari tersebut guna menyesuaikan dengan arah program pelatihan yang akan dijalankan. Dari hasil diskusi dan analisis kebutuhan, diperoleh kesepakatan bahwa pelaksanaan kegiatan sebaiknya didasarkan pada permasalahan nyata yang dihadapi oleh nagari, khususnya keterbatasan dalam penguasaan keterampilan pemanfaatan digital serta Tim memutuskan untuk menghubungi pihak Wali Nagari dan menjadikan lokasi yang dianggap paling tepat untuk penyelenggaraan kegiatan ini. Melalui analisis kebutuhan dalam forum diskusi, tim pengabdian merancang proposal kegiatan dan menetapkan bahwa pelatihan *copywriting* dan *storytelling* merupakan kemampuan yang dibutuhkan bagi nagari Malai V Suku Timur.

2. Tim Pengabdian Melakukan Survei

Sebelum pelaksanaan pengabdian, Tim pengabdian menjadwalkan kegiatan survey melalui konfirmasi kepada pihak Walinagari untuk dapat melakukan pertemuan dalam rancangan pelatihan yang akan dilaksanakan di Nagari Malai V Suku Timur. Berdasarkan kesepakatan, survey dilaksanakan pada 25 Juni 2025 oleh 5 tim pengabdian yang bertempat di Aula Kantor Walinagari Malai V Suku Timur. Dalam kegiatan survey, Walinagari yaitu Buyung Intan, S.Pd., menyambut hangat dengan beberapa kepala jorong yang ada di nagari tersebut atas kedatangan tim pengabdian dari Prodi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang dan antusias dalam menyambut pelatihan guna peningkatan kemajuan nagari. Penghubung kegiatan pengabdian yaitu Dr. Amril Amir, M.Pd., Bersama tim lainnya menyampaikan rancangan kegiatan dalam pertemuan tersebut. Pihak nagari sangat mendukung dan meminta kegiatan dilaksanakan dalam waktu dekat sehingga didapatkan keputusan kegiatan pada tanggal 24-25 Juli 2025. Kesepakatan jadwal ini menyesuaikan dengan agenda-agenda di kenagarian dan menghindari hambatan pekerjaan masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari



Gambar 1. Pelaksanaan Survey PIPN.

3. Pelaksanaan PIPN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 2 hari. Hari pertama fokus materi dan praktik sementara pada hari kedua khusus evaluasi melalui jarak-jauh. Adapun rangkaian kegiatan pada hari pertama sebagai berikut.

Tabel I. Rangkaian Kegiatan Pelaksanaan PIPN.

Waktu	Informasi	Keterangan
08.00 – 08.30	Registrasi peserta kegiatan	Panitia
08.30 – 09.00	Acara pembukaan	MC
	Sambutan oleh ketua kegiatan Pengabdian Masyarakat	Dr. Abdurahman, M.Pd.
	Sambutan oleh Wali Nagari Malai V Suku Timur sekaligus membuka acara	Buyung Intan, S.Pd.
09.00 – 09.30	<i>Pre-test</i>	Panitia
09.30 – 10.30	Penyampaian materi oleh narasumber	Delsy Arma Putri, M.Pd.
	“Pelatihan <i>Copywriting</i> untuk Promosi Budaya dan Wisata Lokal bagi Pemuda Karang Taruna Nagari Malai V Suku Timur”	

10.30 – 11.00	Istirahat	Panitia
11.00 – 12.00	Penyampaian materi oleh narasumber "Storytelling: Menghidupkan Budaya dan Wisata Lokal Lewat cerita"	Mita Domi Fella H., M.Pd.
12.00 – 13.00	ISHOMA	Panitia
13.00 – 14.00	Penyampaian materi oleh narasumber "Pemanfaatan website dan sosial media untuk Promosi Budaya dan Wisata Lokal"	Dr. Ridha Hasnul Ulya, M.Pd.
14.00 – 14.15	Istirahat	Panitia
14.15 – 15.00	Praktik <i>Copywriting</i> dan <i>Storytelling</i> bagi Karang Taruna Nagari Malai V Suku Timur Untuk Promosi Budaya dan Wisata Lokal	Anggota Pengabdian
15.00 – 15.30	Post-test	Panitia
15.30 – 16.00	Acara Penutupan	MC
	Penutupan oleh ketua kegiatan Pengabdian Masyarakat	Dr. Abdurrahman, M.Pd.
	Penutupan oleh Wali Nagari Malai V Suku Timur	Buyung Intan, S.Pd.

a. Pembukaan

Kegiatan pada hari pertama diawali dengan sambutan dari ketua pengabdian yaitu Dr. Abdurrahman, M.Pd., penghubung mitra Dr. Amril Amir, M.Pd., dan Walinagari Buyung Intan, S.Pd., dengan memberikan arahan dan harapan terhadap pelatihan sekaligus pembukaan kegiatan pengabdian kepada seluruh peserta yang hadir di aula kantor walinagari. Sejumlah 15 peserta yang hadir sudah siap menerima pelatihan dengan antusias dibuktikan dengan persiapan yang sangat matang untuk hadir tepat waktu dalam kegiatan pengabdian.



Gambar 2. Sambutan dan Pembukaan PIPN.

Pembukaan kegiatan pengabdian juga dilengkapi dengan penyerahan surat kerja sama antara walinagari Burung Intan, S.Pd., dengan koordinator program studi yaitu Farel Ulva Zuve, M.Pd. Hal ini bertujuan kerja sama dalam rangka pengabdian dapat menjalin system keberlanjutan untuk kegiatan-kegiatan lainnya dalam mewujudkan kemajuan nagari melalui prodi.



Gambar 3. Penandatanganan dan Penyerahan Surat Kerja Sama Prodi-Nagari.

b. Pelaksanaan *Pre-test*

Sebelum peserta mendapatkan materi dari narasumber dalam kegiatan pengabdian, tim pengabdian sudah menyiapkan *Pre-test* berupa objektif dengan total 40 butir soal untuk dikerjakan sebagai awal pelacakan pemahaman

dasar terkait *copywriting* dan *storytelling*. Peserta diberikan waktu maksimal selama 30 menit untuk menyelesaikan *Pre-test*. Tim pengabdian memberikan arahan dan memandu peserta untuk mengerjakannya secara terstruktur. Seluruh peserta wajib menyelesaikannya tanpa terkecuali sebelum materi pelatihan diberikan.



Gambar 4. Pelaksanaan *Pre-test*.

c. Pemaparan Materi 1 (*Copywriting*)

Materi ini disampaikan oleh narasumber Delsy Arma Putri, M.Pd., yang memberikan wawasan konsep, strategi serta contoh-contoh *copywriting*. Materi ini disajikan dalam metode ceramah dan interaktif. Narasumber memberikan contoh-contoh melalui *Tiktok* dan *Youtube* untuk memancing antusias dan memberikan penjelasan secara konkret tentang *copywriting*. Beberapa peserta mengajukan beberapa pertanyaan diselang waktu penjelasan materi. Dalam materi tersebut, narasumber juga menyampaikan bahwa kemampuan terkait *copywriting* perlu latihan bertahap namun konsisten. Keahlian terkait *copywriting* tidak hanya akan didapatkan dengan pelatihan ini namun harus diimbangi dengan intensitas praktik dalam pelatihan maupun di luar pelatihan.



Gambar 5. Penyampaian Materi *Copywriting*.

d. Pemaparan Materi 2 (*Storytelling*)

Materi disampaikan oleh narasumber, Mita Domi Fella Henanggil, M.Pd., yang memberikan wawasan mendalam mengenai konsep, strategi, serta penerapan *storytelling*. Penyampaian dilakukan dengan metode ceramah yang dipadukan dengan interaksi aktif bersama peserta. Untuk memberikan gambaran yang lebih nyata, narasumber menghadirkan contoh-contoh *storytelling* melalui media sosial. Hal ini bertujuan untuk menumbuhkan antusiasme peserta sekaligus memperlihatkan bagaimana *storytelling* dapat diimplementasikan secara konkret dalam berbagai platform. Dalam penjelasannya, narasumber menekankan bahwa strategi *storytelling* perlu disusun secara matang, dimulai dari penentuan tujuan cerita yang jelas, pemahaman terhadap karakteristik audiens, hingga penyusunan alur yang runtut dengan pembuka yang menarik, konflik atau tantangan sebagai inti cerita, serta penutup yang memberikan kesan mendalam. Selain itu, *storytelling* yang efektif juga harus mampu memadukan kekuatan emosi dan imajinasi agar audiens dapat merasakan keterlibatan langsung, serta menghadirkan tokoh atau pengalaman nyata yang relevan sehingga pesan lebih mudah diingat.



Gambar 6. Penyampaian Materi *Storytelling*.

e. Pemaparan Materi 3 (Pemanfaatan Teknologi dan Media Sosial)

Materi pelatihan disampaikan oleh narasumber, Dr. Ridha Hasnul Ulya, M.Pd., yang memberikan penjelasan mengenai langkah-langkah penggunaan *canva* dan media sosial dalam mendukung kreativitas serta efektivitas komunikasi digital. Penyampaian dilakukan melalui metode ceramah yang dipadukan dengan interaksi aktif membantu peserta untuk cepat memahami dan aktif dalam pelaksanaannya. Narasumber mencontohkan bagaimana *canva* dapat dimanfaatkan untuk merancang desain visual yang menarik, mulai dari poster, iklan promosi, presentasi, hingga konten media sosial yang lebih profesional. Selain itu, narasumber juga memperlihatkan strategi pemanfaatan berbagai *platform* media sosial, seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube*, agar pesan yang disampaikan lebih mudah menjangkau audiens yang luas. Dalam penjelasannya, narasumber menekankan pentingnya menyesuaikan desain maupun konten dengan karakteristik audiens serta tujuan komunikasi, sehingga setiap karya visual yang dibuat tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga memiliki dampak pesan yang kuat.



Gambar 7. Penyampaian Materi *Canva* dan Media Sosial.

f. Pengerjaan *Post-Test*

Setelah peserta menerima seluruh materi yang disampaikan oleh narasumber, mereka kemudian diminta untuk mengerjakan *post-test* yang terdiri atas sejumlah soal dengan format dan tingkat kesulitan yang serupa dengan *Pre-test* sebelumnya. Melalui pelaksanaan *post-test* ini, peserta pelatihan dapat mengevaluasi sejauh mana pemahaman mereka terhadap materi yang telah diajarkan, sekaligus mengukur peningkatan pengetahuan setelah mengikuti sesi pelatihan. Soal-soal yang diberikan dalam *post-test* dirancang untuk menguji kemampuan peserta dalam menerapkan konsep-konsep kunci yang telah dipelajari, sehingga jawaban yang diberikan harus didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap materi yang disampaikan narasumber. Dengan demikian, *post-test* tidak hanya

berfungsi sebagai alat ukur keberhasilan pembelajaran, tetapi juga sebagai refleksi bagi peserta untuk mengidentifikasi bagian-bagian yang mungkin masih memerlukan pendalaman lebih lanjut

g. Praktik Pelaksanaan Pelatihan

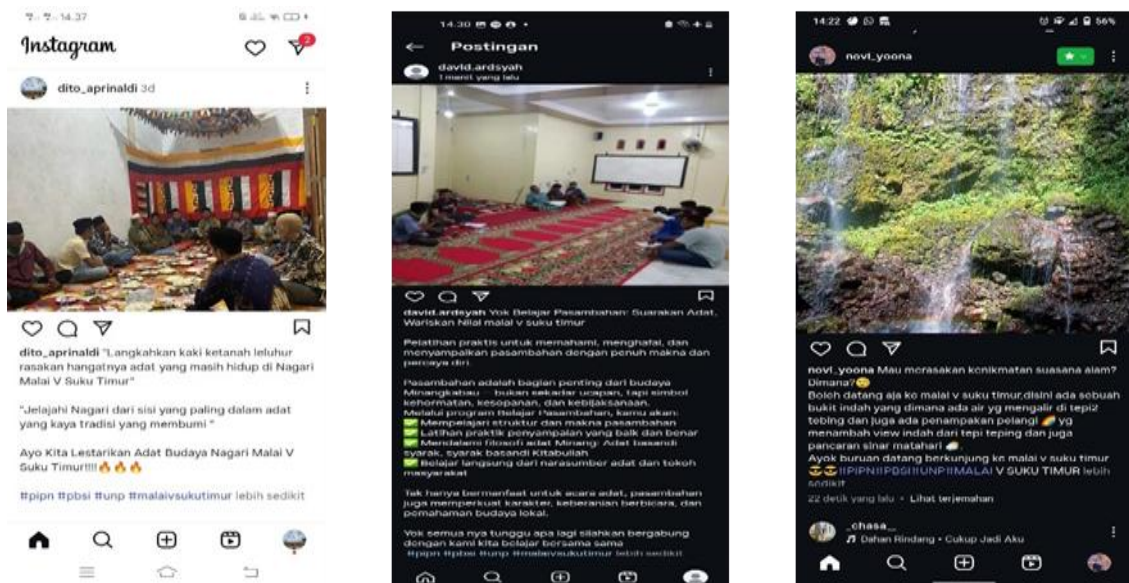
Setelah mendapatkan keseluruhan materi dari narasumber, peserta diarahkan untuk melaksanakan praktik. Tim pengabdian yaitu Herlin Triana, M.Hum. dan Dr. Vivi Indriyani, M.Pd. memandu peserta untuk melaksanakan praktik. Peserta sudah mempersiapkan masing-masing foto yang berkaitan dengan aktivitas di kenagarian Malai V Suku Timur. Foto tersebut diedit dan diunggah ke dalam media sosial. Salah satu media sosial yang dimanfaatkan yaitu *Instagram*.



Gambar 6. Proses Pelaksanaan Praktik.

h. Hasil Praktik Pelatihan

Memanfaatkan waktu yang cukup panjang, peserta sudah berhasil mengunggah foto menarik dan memanfaatkan *storytelling* dan *copywriting* di media sosial pribadi masing-masing. Peserta mendapatkan kepuasan karena dapat berhasil mengunggah foto dengan menambahkan hastag sesuai instruksi tim pengabdian. Meskipun 3 diantara peserta ada yang masih kesulitan, namun dengan dipandu oleh tim pengabdian peserta dapat mengatasi persoalan sehingga berhasil mengunggah foto.



Gambar 7. Hasil Praktik Peserta Pelatihan.

4. Hasil Angket Kepuasan Kegiatan PIPN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pelatihan pada hari pertama, evaluasi dilaksanakan pada hari kedua. Peserta diberikan kertas angket kepuasan terkait pelaksanaan PKM di Nagari Malai V Suku Timur. Adapun hasil dari pengisian angket dari peserta yaitu :

Tabel II. Hasil Angket Kepuasan Kegiatan PIPN.

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Materi PKM sesuai dengan kebutuhan peserta	0	0	67,0	25,0
Kegiatan PKM sesuai dengan harapan	0	0		
Pemateri menyajikan materi dengan menarik	0	0	75,0	15,0
Materi yang disampaikan mudah dipahami	0	0	80,0	10,0
Waktu pelaksanaan efisien	0	0	60,0	30,1
Setiap pertanyaan yang diajukan peserta dapat dijawab dengan baik	0	0	76,0	16,0
Peserta mendapatkan manfaat dari kegiatan	0	0	68,0	23,3
Kegiatan PKM meningkatkan wawasan peserta	0	0	70,1	19,0
Kegiatan PKM dilakukan secara berkelanjutan	0	0	70,1	19,0
Peserta puas dengan pelaksanaan PKM	0	0	75,0	15,1

Berdasarkan hasil evaluasi, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) memperoleh respon sangat positif dari peserta, terbukti tidak adanya jawaban “STS” maupun “TS” pada seluruh pernyataan. Mayoritas peserta menyatakan materi PKM sesuai dengan kebutuhan (67% setuju, 25% sangat setuju) dan disampaikan dengan menarik (75% setuju, 15% sangat setuju), serta mudah dipahami (80% setuju, 10% sangat setuju). Dari sisi pelaksanaan, 60% peserta setuju dan 30,1% sangat setuju bahwa waktu pelaksanaan efisien, sementara 76% setuju dan 16% sangat setuju bahwa pertanyaan peserta dapat dijawab dengan baik. Lebih lanjut, kegiatan ini memberikan manfaat nyata (68% setuju, 23,3% sangat setuju), meningkatkan wawasan (70,1% setuju, 19% sangat setuju), serta dinilai penting untuk dilakukan secara berkelanjutan (70,1% setuju, 19% sangat setuju). Secara keseluruhan, 75% peserta setuju dan 15,1% sangat setuju merasa puas dengan pelaksanaan PKM, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan baik dan diikuti secara antusias oleh seluruh peserta. Hasil *Pre-test* menunjukkan rata-rata pemahaman awal peserta masih rendah mengenai konsep *copywriting* dan *storytelling*. Setelah pelatihan, *post-test* memperlihatkan peningkatan signifikan pada penguasaan konsep dan keterampilan praktik. Dalam praktik, peserta berhasil membuat dan mengunggah konten promosi nagari di Instagram menggunakan elemen *copywriting* dan *storytelling*. Meskipun sebagian kecil peserta mengalami kesulitan teknis, pendampingan langsung membantu mereka menyelesaikan tugas dengan baik. Hasil angket menunjukkan mayoritas peserta merasa kegiatan sesuai kebutuhan, materi mudah dipahami, dan penyampaian menarik. Namun, aspek efisiensi waktu memperoleh skor kepuasan relatif lebih rendah dibanding aspek lain. Hasil ini memperlihatkan bahwa pelatihan berbasis praktik efektif meningkatkan literasi digital pemuda nagari. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Rohman *et al.*, 2024) yang menegaskan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Skor kepuasan yang lebih rendah pada aspek waktu menunjukkan bahwa durasi kegiatan dianggap terlalu padat. Hal ini menandakan perlunya perpanjangan waktu atau pembagian sesi tambahan agar peserta dapat lebih maksimal berlatih. Secara teoretis, kegiatan ini menguatkan konsep *community empowerment* yang menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam pembangunan (Afrina *et al.*, 2020). Penerapan *copywriting* dan *storytelling* terbukti mampu mendukung strategi komunikasi digital (Sari *et al.*, 2024; Hennig-Thurau *et al.*, 2013), sehingga memberi kontribusi praktis bagi *branding* nagari. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan keterampilan praktis, tetapi juga memperlihatkan relevansi teoritis dalam konteks pemberdayaan masyarakat di era digital.

KESIMPULAN

Pelatihan *copywriting* dan *storytelling* berhasil meningkatkan pemahaman serta keterampilan pemuda Karang Taruna Nagari Malai V Suku Timur dalam memproduksi konten digital. Pemanfaatan *Canva* dan Instagram terbukti efektif sebagai sarana *branding* nagari. Meskipun masih terdapat kendala dalam efisiensi waktu, kegiatan ini memberikan dampak positif dan membuka peluang keberlanjutan program. Ke depan, pelatihan serupa perlu dirancang dengan durasi lebih fleksibel dan disertai monitoring jangka panjang agar pemuda dapat konsisten mengoptimalkan media digital untuk mendukung kemajuan sektor ekonomi, wisata, dan UMKM nagari.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat skema Program Integrasi Prodi dan Nagari (PIPNI) menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Wali Nagari Malai V Suku Timur atas dukungan dan kesempatan yang telah diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Karang Taruna yang telah berpartisipasi aktif sehingga program dapat berjalan dengan baik. Selain itu, terima kasih kepada narasumber yang telah berkontribusi dalam menyampaikan materi. Selain itu, penghargaan yang tulus diberikan kepada Universitas Negeri Padang atas dukungan pendanaan melalui kontrak nomor 2183/UN.35.15/PM/2025 yang menjadi dasar terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

- Afrina, C., Adripen, A., Eliwatis, E., Rikarno, R., & Hanafi, B. P. (2020). Pemberdayaan komunitas taman baca masyarakat dalam peningkatan literasi informasi di Nagari Tabek tahun 2019. *Batoboh: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 5(1), 47–54. <https://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/Batoboh>
- Bilan, Y., Mishchuk, H., Roshchuk, I., & Kmecova, I. (2020). An analysis of intellectual potential and its impact on the social and economic development of European countries. *Journal of Competitiveness*, 12(1), 22–38. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.01.02>
- Helmizar, H., Ryadi, T., & Febriza, W. (2019). Sinergitas pembangunan nagari pemekaran melalui program Kuliah Kerja Nyata di Nagari Malai V Suku Timur. Universitas Andalas. <https://doi.org/10.25077/bina.v3i3.224>
- Hennig-Thurau, T., Hofacker, C. F., & Bloching, B. (2013). Marketing the pinball way: Understanding how social media change the generation of value for consumers and companies. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 237–241. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.09.005>
- Livingstone, S. (2014). Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39(3), 283–303. <https://doi.org/10.1515/commun-2014-0113>
- Rohman, M. I., & Dananingrum, K. T. (2024). Pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 4(1), 30–40. <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar>
- Sari, R., Camelia, A. P., Abdullah, D. S., & Julianoro, E. (2024). Memaksimalkan strategi pemasaran dengan copywriting yang tepat sasaran: Teknik storytelling dalam copywriting. *Jurnal ABDIMAS*, 6(1), 27–36. <https://journal.unpam.ac.id/index.php/JurnalABDIMAS>
- Suleman, D. (2023). Strategi copywriting untuk menulis promosi offline atau online. *PakMas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v3i1.1543>
- Sultan, R., Rahayu, H. C., & Purwiyanta, P. (2023). Analisis kesejahteraan masyarakat terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(1), 77–85. <https://doi.org/10.37034/infv5i1.198>