

LAPORAN AKHIR PENGABDIAN MASYARAKAT SKEMA PENGABDIAN MASYARAKAT MANDIRI



**Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra
di Media Sosial untuk Staff Pemandu Museum Tanah dan Pertanian Bogor**

Oleh:

Fauzi Syarief, MM., M.I.Kom (0318128602)

Rawit Sartika, S.Pd., MM, M.I.Kom (0302127407)

Muhammad Tsabit, MM., M.I.Kom (0418018402)

Muhammad Ichsan, MM.,M.I.Kom (0307108903)

Ayunda Maiza (44211299)

Bachtiar Fahrul Rizqi (44210697)

**UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA
AGUSTUS 2026**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media sosial untuk Staff Pemandu Museum Tanah dan Pertanian Bogor
2. Mitra : Aula Serba Guna
3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Fauzi Syarief
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIP : 201410311
 - d. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - e. Program Studi : Ilmu Komunikasi (S1)
 - f. Email : fauzi.fzy@bsi.ac.id
4. Jumlah Anggota : 3
Nama Anggota : 201007192 Rawit Sartika
201403081 Muhammad Ichsan
201310571 Muhammad Tsabit
- Mahasiswa yang terlibat : 2 Orang
5. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra : Bogor Tengah
 - b. Kabupaten/Kota : Bogor
 - c. Propinsi : Jawa Barat
6. Biaya yang disetujui : Rp.8.700.000,-

Jakarta, 18 Agustus 2026

Mengetahui
Rektor UBSI



Prof. Dr. H. Mochamad Wahyudi,
M.Kom, MM, M.Pd, IPU, ASEAN Eng

- Fauzi Syarief S.I.Kom., MM., M.I.Kom

Menyetujui,
Ketua LPPM UBSI



Agus Junaidi, M. Kom

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN PENGESAHAN	2
DAFTAR ISI	3
RINGKASAN.....	4
I. PENDAHULUAN	5
II. METODE PELAKSANAAN.....	10
III. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN	12
IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH	12
V. REALISASI ANGGARAN	14
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	15
DAFTAR PUSTAKA	16
LAMPIRAN	17

RINGKASAN

Perkembangan media Sosial di era digital menjadi hal yang fundamental bukan hanya sekedar platform pemasaran saja akan tetapi menjadi yang paling utama dalam membangun reputasi dari sebuah organisasi. Konten-konten dalam media sosial terjebak pada *hard-selling*, sementara fungsi Public Relations (PR) Writing sangat krusial untuk memengaruhi sikap publik dan membangun kepercayaan mereka jangka panjang. Pelatihan ini hadir untuk menjembatani teknik penulisan persuasif dengan strategi komunikasi korporat guna menciptakan citra yang kredibel. Seringkali, konten media sosial terlalu fokus pada penjualan (*hard-selling*) sehingga melupakan aspek hubungan publik (*public relations*). Program pelatihan ini hadir sebagai solusi strategis untuk membekali tim komunikasi dengan keterampilan **PR Copywriting**. Peserta tidak hanya diajarkan menulis kata-kata yang persuasif, tetapi juga teknik menyelaraskan pesan dengan visi-misi organisasi serta mengelola persepsi publik melalui *storytelling* yang etis dan elegan. Dalam pemasaran digital peran copywriting adalah sangat vital. Copywriting adalah ujung tombak dalam pemasaran digital. Artikel atau tulisan-tulisan berupa ajakan dalam iklan penjualan barang atau jasa tidak dibuat dengan sembarangan. Tulisan-tulisan ajakan tersebut dibuat oleh mereka yang khusus bekerja dalam penulisan pemasaran. Mereka adalah copywriting atau sering kali penulisnya disebut copywriter. Tugas copywriting adalah menjadi penghubung antara penjual atau pengiklan dengan pembeli atau konsumen melalui media tulisan, audio, gambar, video, atau jenis konten lainnya. Saat ini berbagai konten digital tercipta dan tersebar secara cepat tanpa batasan ruang dan waktu melalui media sosial. Berbagai platform media sosial seperti youtube, facebook, twitter, website, instagram dan lainnya memuat konten digital. Pengelolaan media digital yang tepat akan menarik masyarakat atau khalayak untuk membangun rasa keingintahuan mengenai informasi apa saja yang bisa diperoleh di dalamnya. Kreatifitas dibangun dari hal-hal yang sifatnya sederhana akan tetapi berbeda dari kebanyakan. Kreatifitas dalam pembuatan copywriting memungkinkan kita untuk tidak terhanyut dalam keseruan bermain medsos akan tetapi seharusnya membuat kita semakin cakap digital sehingga lebih mudah meningkatkan kualitas dan karakter. Salah satu kunci cerdas bermedia digital adalah menumbuhkan kreatifitas. Maka dari itu untuk meningkatkan kemampuan staff Meseum Tanah dan Pertanian Bogor dengan memberikan pelatihan copywriting berbasis public relations dalam membangun citra di media sosial. Adapun tahapan yang dilakukan terdiri dari: tahap persiapan dengan melakukan peninjauan kegiatan melakukan kontak dengan pihak Meseum Tanah dan Pertanian Bogor. Tahap pelaksanaan yaitu Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial untuk Staff Pemandu Museum , dan tahap monitoring & evaluasi untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra. Target luaran dalam kegiatan ini adalah *press release dan HKI* di media online serta meningkatnya pengetahuan dan kemampuan staff pemandu Meseum Tanah dan Pertanian Bogor.

I. PENDAHULUAN

Di era keterbukaan informasi, media sosial bukan lagi sekadar alat promosi produk, melainkan **wajah reputasi** sebuah institusi. Tantangan utama saat ini bukan hanya cara membuat konten yang "viral", tetapi bagaimana menghasilkan narasi yang mampu membangun kepercayaan, kredibilitas, dan citra positif secara konsisten. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memacu terjadinya transformasi digital. Perkembangan media cetak ke media digital yang sangat pesat adalah sebagai akibat dari kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi. Mengungkapkan konten digital adalah unsur utama yang memegang peranan signifikan dalam media digital.

Di era transformasi digital saat ini, media sosial telah bergeser fungsi dari sekadar media pertemanan menjadi kanal komunikasi strategis bagi organisasi, korporasi, maupun tokoh publik. Setiap unggahan, komentar, dan narasi yang dipublikasikan menjadi representasi langsung dari citra (*image*) dan reputasi (*reputation*) di mata khalayak luas.

Kehadiran media digital dalam sebuah lembaga penyelenggara wisata edukasi untuk masyarakat tentunya akan sangat membantu secara efektif dalam menyebarkan informasi mengenai kegiatan wisata di dalamnya. Berbagai bentuk kegiatan didalamnya perlu dikemas dengan epic agar masyarakat tertarik sehingga tujuan dari kegiatan tersebut dapat tersampaikan sesuai dengan rencana yang ada pada lembaga tersebut. Berbagai pihak telah menyepakati bahwa pemanfaatan media digital membutuhkan teknologi tinggi. Perlu ada edukasi khusus mengenai cara berkreaitifitas dalam media digital. Mempelajari bagaimana mengemas suatu konten dalam media digital butuh pembelajaran tersendiri.

Belajar merupakan perubahan dalam kepribadian yang perwujudan sebagai pola-pola respons baru yang berbentuk keterampilan, sikap, kebiasaan, pengetahuan dan kecakapan (1). Saat ini, teknologi sangat berperan dalam meningkatkan motivasi siswa dalam pembelajaran, salah satunya dengan menggunakan media video yang dipercaya dapat membuat mereka lebih mudah memahami sebuah hal (2). Pengemasan konten dalam media digital untuk memperkenalkan sebuah wisata tentunya akan sangat berpengaruh jika penyajiannya menarik.

Namun, dalam mengkreasi berbagai kegiatan wisata menjadi konten yang menarik tentunya membutuhkan keterampilan yang baik atau skill khusus dalam pembuatannya. Sehingga yang di tampilkan di media sosial dapat menarik minat khalayak yang berkunjung baik melalui media sosial Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) ataupun pada akhirnya tertarik untuk mengunjungi museum secara langsung agar dapat terlibat dalam kegiatan yang disajikan.

Bertolak dari hal itulah, kami ingin bekerjasama dengan Anggota Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) untuk dapat membantu mereka dengan memberikan Pelatihan Copywriting untuk Menunjang Pembuatan Konten Sosial Media Destinasi Wisata agar menarik, dalam tampilan pada media social yang tujuannya adalah dapat menarik minat konsumen untuk dapat berkunjung ke tempat wisatanya. Hal ini penting, karena menurut sebuah studi yang didanai oleh UNICEF dan dilaksanakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menemukan bahwa 98 persen dari anak-anak dan remaja tahu tentang internet dan 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet. Mereka memiliki 3 (tiga) motivasi utama untuk mengakses internet yaitu untuk mencari informasi, untuk terhubung dengan teman lama dan baru dan untuk hiburan. Pencarian informasi yang dilakukan sering didorong oleh tugas –tugas sekolah, sedangkan penggunaan media sosial dan konten hiburan didorong oleh kebutuhan pribadi. (3)

Media *online* disebut juga dengan digital media adalah media yang tersaji secara *online* di internet. Pengertian media *online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara (4). Sedangkan menurut (5) media sosial merupakan *platform* yang mampu membantu dan memfasilitasi

berbagai kegiatan seperti mengintegrasikan situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis komunitas. Perdagangan yang dilakukan melalui media *online*, juga dikenal dengan istilah pemasaran online (e-marketing) yang menurut Kotler adalah saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dan modem. Modem menghubungkan komputer dengan jalur telepon sehingga komputer menjangkau beragam layanan informasi online. (6)

Perubahan pada perkembangan teknologi digital telah mengubah cara pandang public terhadap komunikasi itu sendiri khususnya dalam praktik hubungan masyarakat (public relation dalam suatu organisasi. Tantangan utama bagi Public Relation di era digital Adalah bagaimana membangun dan mempertahankan reputasi suatu Lembaga di Tengah arus informasi yang cepat dan dinamis (7). Media digital kini bukan hanya sebagai sarana membagikan informasi, tetapi juga sebagai alat penting dalam membangun citra dan kepercayaan terhadap merek. Dalam membangun citra merek terdapat salah satu cara yang efektif yaitu melalui komunikasi digital adalah dengan menggunakan *copywriting*. Menurut Kumalasari & Rachman (2022), *copywriting* adalah teknik menyusun pesan yang bertujuan memengaruhi cara audiens berpikir, merasa, dan bertindak terhadap sebuah merek. Dalam pemasaran digital, *copywriting* tidak hanya fokus pada bahasa yang menarik, tetapi juga pada kemampuan membangun hubungan emosional dengan audiens. Pesan yang efektif menggabungkan kekuatan bahasa dengan pemahaman tentang cara pikir konsumen, sehingga narasi yang disampaikan terasa relevan dan nyata (8).

Sejarah perkembangan museum dimulai dari pendirian Balai Besar Perpustakaan dan Literasi Pertanian atau PUSTAKA merupakan perpustakaan pertanian dan biologi tertua di Indonesia yang didirikan pada bulan Mei 1842. Pada awal pendiriannya, PUSTAKA merupakan bagian dari Kebun Raya Bogor yang memiliki fungsi menyediakan literatur bidang botani untuk para peneliti tamu yang melakukan penyelidikan botani daerah tropis. Pada tahun 1850, secara resmi menjadi sebuah perpustakaan dengan nama Bibliotheek's Land Plantentuin te Buitenzorg. Pada tahun 2023 nama PUSTAKA berubah menjadi Pusat Perpustakaan dan Literasi Pertanian. Lalu pada tahun 2025 nama PUSTAKA kembali berganti menjadi Balai Besar Perpustakaan dan Literasi Pertanian.

Adapun visi dan misi museum adalah:

Visi:

"Menjadi pusat pengetahuan dan informasi iptek pertanian yang terpercaya dan modern dalam mendukung terwujudnya pelayanan manajemen dan administrasi kementerian yang kredibel, akuntabel dan profesional"

Misi:

1. Melaksanakan pengelolaan dan pelayanan sumberdaya informasi IPTEK pertanian melalui perpustakaan modern secara profesional
2. Melaksanakan pengelolaan dan pelayanan Museum Tanah dan Pertanian
3. Menyebarkan informasi IPTEK pertanian
4. Mengembangkan kerjasama antar lembaga nasional dan internasional dalam pengelolaan sumberdaya informasi IPTEK pertanian

Museum merupakan salah satu destinasi wisata yang menjadi tujuan para wisatawan dalam maupun luar negeri. Museum merupakan media belajar yang nyata karena masyarakat dapat berinteraksi langsung dengan objek sejarah. Menyediakan informasi tentang sejarah, budaya, dan ilmu pengetahuan yang tidak selalu didapatkan di buku teks. Menjadi wadah bagi akademisi, mahasiswa, dan peneliti untuk melakukan studi terkait artefak atau data sejarah

Maka dari itu, Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam membangun Citra di Media Sosial untuk Menunjang Pembuatan Artikel ataupun tulisan-tulisan berupa ajakan di Sosial Media Destinasi Wisata agar menarik, untuk pembuatan konten sosial media ini sangatlah bermanfaat bagi staff Museum Indonesia, khususnya bagian Publikasi yang bertugas untuk menyebar luaskan konten-konten yang membuat informasi seputar kegiatan museum kepada publik melalui sosial media yang dimiliki. Dengan pembuatan copywriting berupa artikel dan tulisan yang menarik dan sesuai dengan tren yang disukai para generasi muda, kami percaya akan lebih banyak remaja dan juga masyarakat yang ingin berkunjung ke museum.

Kegiatan pendampingan serta pelatihan Copywriting media sosial ini juga diselenggarakan secara offline dengan menyelenggarakan pelatihan dan terbuka untuk umum. Kami berharap masyarakat umum juga bisa ikut berpartisipasi dalam belajar dan memiliki kemampuan untuk membuat konten-konten kreatif untuk sosial media mereka, sehingga dapat bermanfaat bagi orang yang menyaksikannya.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Museum Tanah dan Pertanian antara lain:



Gambar 1. kegiatan Book Fair 2026, Rabu (25/03/2026) di IPB International Convention Center, Botani Square Bogor.



Gambar 2. Kegiatan diskusi buku pertanian “Sumber Hara Tanaman Berbahan Baku Lokal” di IPB International Convention Center, Botani Square, Rabu (25/03/2026).



Gambar 3. Pelatihan menggunakan aplikasi Canva yang dilaksanakan di Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Caringin (12 Maret 2026)



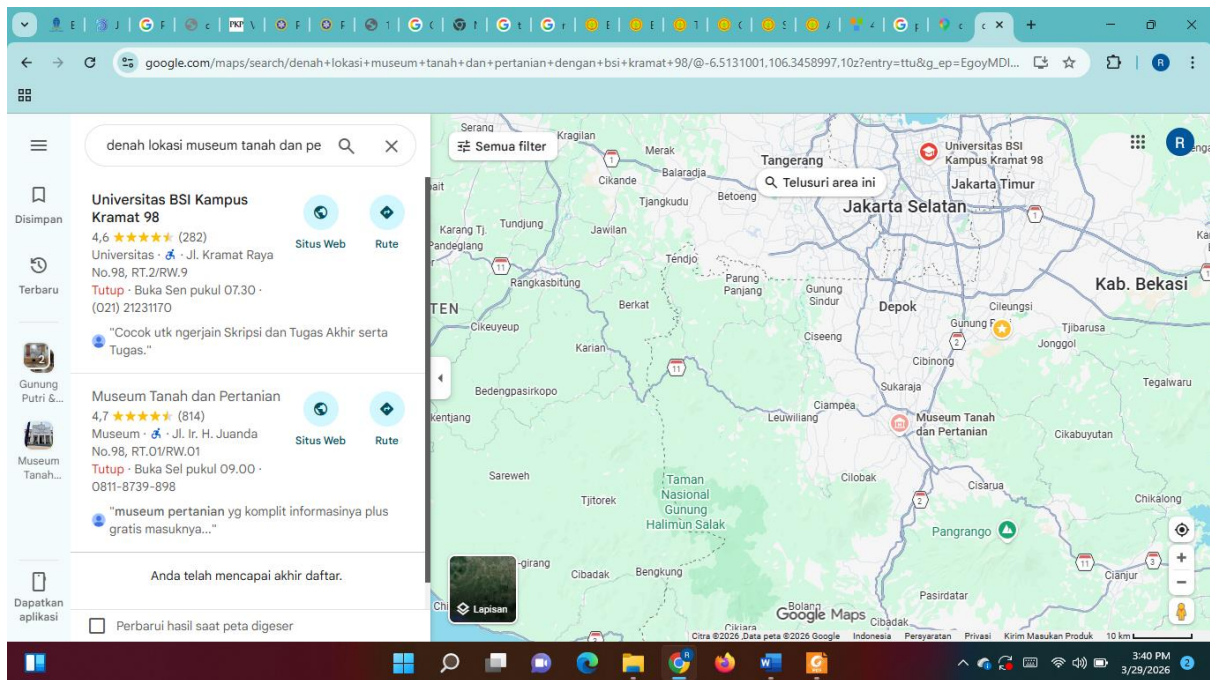
Gambar 4. kegiatan Akuisisi Pengetahuan Pertanian di Aula Pusat Perakitan dan Modernisasi Pertanian Perkebunan guna mendorong dokumentasi pengetahuan dari hasil riset dan kegiatan lain di bidang pertanian (12/03/2026)

1. Peta Lokasi Mitra

Sekretariat Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) selaku mitra pengabdian masyarakat berlokasi di Museum Sejarah Jakarta yang beralamat di Jalan Taman Fatahillah No.1, Kawasan Kota Tua, Jakarta Barat.



Gambar 5. Tampak depan Museum Tanah dan Pertanian Bogor



Gambar 7. Denah jarak lokasi Museum Tanah dan Pertanian dengan Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Kramat 98 (garis biru)

Adapun jarak lokasi mitra dengan Kampus Universitas Bina Sarana Informatika yang beralamat di Kampus Kramat 98, Jalan Kramat Raya No.98 Kwitang, Senen, Jakarta Pusat, adalah 58,3 km.

2. Permasalahan Mitra

Museum merupakan salah satu destinasi wisata yang menjadi tujuan para wisatawan dalam maupun luar negeri. Pemandu Museum adalah salah satu profesi yang berperan dalam pelayanan public di Museum. Keberadaan pemandu museum sangat penting karena menjadi ujung tombak pelayanan prima di museum. Pandemi COVID-19 yang telah berlangsung selama lebih dua tahun ini sempat membuat industry pariwisata terpukul, termasuk museum yang mengalami buka dan tutup sesuai kebijakan pemerintah daerah dan pusat.

Pada tahun 2022, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mulai mencanangkan program untuk membangkitkan kembali industry pariwisata yang terpukul. Staff museum tanah dan pertanian menyambut baik hal tersebut. Salah satunya dengan bersinergi dengan Universitas Bina Sarana Informatika dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Dalam kegiatan ini, para dosen yang tergabung dalam kelompok pengabdian masyarakat membantu mitra untuk memberikan pelatihan terkait pelayanan prima dalam rangka mengasah kembali kemampuan pelayanan staff museum khususnya copywriting.

II. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI) dilakukan secara offline. **“Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial”**, yang menjadi tema pelatihan kali ini akan menyertakan Tim Dosen beserta Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika dalam penyelenggaraannya.

Adapun Metode pelaksanaan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Anggota Ikatan Pemandu Museum Indonesia (IPMI)

a. Tahap Persiapan

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh para staff museum dalam melakukan publikasi dan aktifitas sosial media terhadap berbagai macam kegiatan yang akan dilaksanakan serta melakukan perizinan untuk melakukan kegiatan pelatihan. Selanjutnya melakukan berbagai macam persiapan untuk pelatihan dengan membuat materi pelatihan/workshop mengenai Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial bagi staff museum tanah dan pertanian dengan output berupa publikasi *press release* di media internal dan peningkatan keterampilan mitra serta HKI.

b. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan PM semester ini dilakukan secara Offline di tempat mitra, dimana nanti peserta akan dipandu oleh tutor untuk Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial dengan mengembangkan kreatifitas untuk pembuatan konten yang lebih menarik di sosial media.

Tahap 1: Pelatihan dan penjelasan mengenai pentingnya membuat konten baik berupa video yang kreatif untuk mempublikasikan kegiatan museum agar dapat meningkatkan pelayanan prima pemandu museum.

Tahap 2: Pelatihan dan pendampingan mengenai bagaimana melatih kreatifitas dalam media digital sehingga menghasilkan konten-konten yang menarik dan konten-konten yang mendukung Masyarakat untuk lebih memahami arti museum yang sesungguhnya.

Tahap 3: Pelatihan dan pendampingan dalam mempelajari bagaimana kreatifitas dalam mengembangkan media digital sehingga para staff museum mengerti bagaimana membuat konten yang menarik dan konten yang dibutuhkan oleh Masyarakat. Sehingga kelak para staff museum mengerti saat membuat konten untuk media digital.

c. Tahap Monitoring dan evaluasi

Pada tahap ini, staff museum diberikan soal-soal tes evaluasi yang harus dikerjakan dengan menggunakan media Google Forms, untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan staff museum dalam memahami dan mengatasi keluhan pengunjung museum setelah mengikuti kegiatan pelatihan/workshop. Selain itu Museum Tanah dan Pertanian sebagai mitra pengabdian masyarakat juga diminta untuk mengisi kuesioner dengan menggunakan media Google Forms, untuk mengetahui bagaimana respon mereka terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Pengabdian kepada Masyarakat semester Genap 2026 ini akan diadakan Secara Offline pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 25 April 2026
Waktu : 09.00 – 12.00 WIB
Tempat : Jl. Ir. H. Juanda No. 98, Gudang, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat

Tugas dari tim pelaksana Pengabdian Masyarakat sebagai berikut

1. Ketua Pelaksana
Nama : Fauzi Syarief, MM., M.I.Kom
Bidang Ilmu : Ilmu Komunikasi
Tugas :
 - a) Bertanggung jawab dan merancang program Pengabdian Masyarakat.
 - b) Melakukan pendekatan kepada mitra Pengabdian Masyarakat
 - c) Mempersiapkan pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat
 - d) Pendampingan dan pemantauan pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat
2. Anggota 1
Nama : Muhammad Ichasan, MM, M.I.Kom
Bidang Ilmu : Penyiaran
Tugas :
 - a) Membuat proposal dan laporan PM
 - b) Melaksanakan pendampingan dan pemantauan
 - c) Berkoordinasi dengan mitra
3. Anggota 2
Nama : Muhammad Tsabit, MM., M.I.Kom
Bidang Ilmu : Penyiaran
Tugas :
 - a) Melakukan dokumentasi kegiatan
 - b) Membuat Press Release Kegiatan PM
 - c) Membuat & Mengelola absensi panitia dan peserta Pengabdian Masyarakat
- d. Anggota 3
Nama : Rawit Sartika, S.Pd, MM.,M.I.Kom
Bidang Ilmu : Ilmu Komunikasi
Tugas :
 - a) Membuat materi dan mempresentasikannya
 - b) Menjawab pertanyaan seputar materi pada saat presentasi
 - c) Mengelola respon dari peserta pelatihan berupa kuestioner

Mahasiswa yang dilibatkan dalam program kemitraan Pengabdian Masyarakat

1. Nama : Ayunda Maiza
Nim : 44211299
Tugas : Membantu semua pelaksanaan kegiatan pelatihan
2. Nama : Bachtiar Fahrul Rizqi
Nim : 44210697
Tugas : Membantu semua pelaksanaan kegiatan pelatihan

III. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Hasil Luaran yang dicapai dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat kali ini adalah dalam bentuk Press Release yang dimuat dalam portal harian ABNNews.id pada 27 April 2025. Dengan link <https://abnnews.id/2026/04/27/prodi-ilmu-komunikasi-ubs-gelar-pelatihan-copywriting-bagi-pemandu-museum-tanah-dan-pertanian-bogor/>

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Artikel di media masa cetak atau elektronik	Dimuat di portal media lokal	Ada
2	Mitra Produktif Ekonomi/Perguruan Tinggi	Pengetahuannya meningkat	Ada
		Keterampilannya meningkat	Ada
3	HKI (Hak Kekayaan Intelektual)	Mendaftarkan karya di Departemen Hukum dan HAM	Ada/ EC002026101170

IV. MANFAAT YANG DIPEROLEH (OUTCOME)

Beberapa manfaat yang diterima oleh kelompok mitra Museum Tanah dan Pertanian dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Hasil Mitra Terhadap Kegiatan PM

No	Uraian	Sebelum	Sesudah	Capaian		
				Sebelum	Sesudah	Peningkatan
1	Membantu memahami Mengenai pemahaman Copywriting Berbasis Public Relations	Mitra yang merupakan staf humas museum bank Indonesia belum memahami mengenai Copywriting Berbasis Public Relations	Panitia PM menjelaskan Copywriting Berbasis Public Relations	30%	100%	70%
2	Memberikan materi apa dan bagaimana Copywriting Berbasis Public Relations	Mitra belum begitu memahami apa itu Copywriting Berbasis Public Relations	Panitia memperkenalkan apa dan bagaimana Copywriting Berbasis Public Relations	50%	100%	50%
3	Membantu memahami Apa saja yang harus dipersiapkan dalam melakukan Copywriting Berbasis Public Relations	Mitra belum Begitu Memahami pengertian alur sebelum melakukan Copywriting Berbasis Public Relations	Panitia menjelaskan apa dan bagaimana proses persiapan dari Copywriting Berbasis Public Relations	10%	100%	90%
4	Membantu	Mitra awalnya		50%	100%	50%

	mitra dalam Copywriting Berbasis Public Relations	belum paham Apa dan bagaimana proses Copywriting Berbasis Public Relations	Para peserta diminta mencoba memproduksi Copywriting Berbasis Public Relations			
--	---	--	--	--	--	--

Kontribusi Mitra Dalam Pengabdian Masyarakat:

- Menyediakan tempat berlangsungnya kegiatan Pengabdian Masyarakat Menugaskan beberapa perwakilan pengurus untuk mengikuti Kegiatan Pengabdian Masyarakat, total ada 20 orang.
- Menyediakan fasilitas penunjang Kegiatan Pengabdian Masyarakat seperti mempersiapkan projector, layar presentasi dan tempat
- Memastikan kegiatan berlangsung dengan baik dan menarik bagi para peserta dengan membuat kuiz dan menyiapkan hadiah bagi para peserta yang dapat menjawab pertanyaan.

Berdasarkan data yang didapat, ada sekitar 20 peserta PM yang berasal dari staf nuseum tanah dan pertanian Bogor. Mereka merespon baik kegiatan PM yang dilaksanakan dimana memang mereka berharap dengan sharing pengetahuan mengenai persiapan sebelum dan sesudah Copywriting Berbasis Public Relations.

Peningkatan pengetahuan dalam pemahaman pengelolaan media sosial terlihat dari peningkatan pengetahuan mereka mengenai Pembuatan Copywriting dalam membangun citra di media sosial. Para peserta dijelaskan mulai dari bagaimana langkah-langkah Pembuatan Copywriting Berbasis Public Relations

Para peserta antusias mengikuti kegiatan ini, mereka banyak menyampaikan berbagai pertanyaan seputar pembuatan copywriting, dari bagaimana proses pembuatan copywriting dalam membangun citra di media sosial, hingga apa yang harus dilakukan agar media sosial yang dibuat tersebut dapat menarik minat banyak orang.

V. REALISASI BIAYA

Realisasi anggaran disusun secara rinci.

HONOR					
No	Item Honor Kegiatan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Honor narasumber pelatihan	2	Orang	750.000	1.500.000
2	Dokumentasi	1	kali	200.000	200.000
Total Honor					1.700.000
BELANJA BAHAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Kuota Internet	40	Paket	50.000	2.000.000
2	souvenir	2	Pcs	500.000	1.000.000
Total Belanja Bahan					3.000.000
BELANJA BARANG NON OPERASIONAL					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Konsumsi Peserta	30	Box	40.000	1.200.000
2	Snack peserta	30	Box	20.000	600.000
3	Air mineral	8	Dus	50.000	400.000
Total Belanja Barang Non Operasional					2.200.000
BIAYA PERJALANAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Transportasi Survey	4	orang	150.000	600.000
2	Transportasi Pelatihan	6	Orang	200.000	1.200.000
Total Biaya Perjalanan					1.800.000
Total Keseluruhan					8.700.000

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial untuk Staff Pemandu Museum Tanah dan Pertanian Bogor telah berlangsung lancar. Para peserta yang mengikuti, tak hanya dari anggota saja namun juga dari masyarakat umum yang tertarik dengan materi yang kami sajikan. Kami berharap, ilmu dan pengetahuan yang telah kami sampaikan dapat bermanfaat, khususnya bagi staff pemandu museum tanah dan pertanian.

Mengingat besarnya antusiasme para peserta yang hadir, sementara waktu diskusi yang terbatas maka saran kami, nanti akan diadakan Pengabdian Masyarakat lagi di kesempatan lainnya dengan durasi yang lebih panjang sehingga semua peserta dapat melakukan sesi tanya jawab yang lebih lama

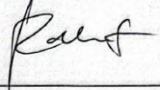
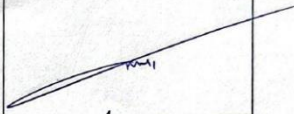
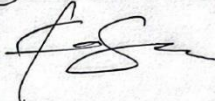
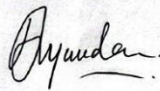
DAFTAR PUSTAKA

1. M. Rusman. Model-model pembelajaran: Mengembangkan profesionalisme guru. Vol. 1, Jakarta: Raja Farindo Persada. 2011.
2. Anshor S, Sugiyanta IG, Sri RKU. Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Video Terhadap Aktivitas Dan Hasil Belajar Geografi. J Penelit Geogr. 2015;3(7).
3. Kominfo. 98 persen anak dan remaja tahu internet. 2014;
4. Irwansyah. Corporate and Marketing Communication. Jakarta: Puskombis Universitas Mercu Buana; 2011.
5. Asmaya F. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Prososial Remaja Di Kenagarian Koto Bangun. Jom Fisip. 2015;2(2).
6. Kotler P, Armstrong G. Principles of Marketing seventeenth edition: Creating Customer Value and Engagement. Princ Mark. 2018;

Lampiran 1
A. Absen Panitia

ABSENSI PANITIA

Pengabdian Masyarakat Semester Genap 2025/2026
MITRA MUSEUM TANAH & PERTANIAN BOGOR

No	Nama Panitia	Nomor HP	Tanda Tangan
1	Rawit Sartika, S.Pd, MM.	085888978814	
2	Muhammad Tsabit, S.I.Kom, MM.	081318732363	
3	Muhammad Ichsan, MM, M.I.Kom	082299808796	
4	Fauzi Syarief, M.M, M.I.Kom	082299125269	
5	Ayunda Maiza (Mahasiswa)	08124325102	
6	Bakhtiar Fahrul (Mahasiswa)	08152224321	

B. Absensi Peserta

ABSENSI PESERTA

Pengabdian Masyarakat Semester Genap 2025/2026
MITRA MUSEUM TANAH & PERTANIAN BOGOR

No	Nama Peserta	Tanda Tangan	No	Nama Peserta	Tanda Tangan
1	Apsari Ayu C.		11	Aprillia.	
2	Aulia Aprani		12	MATHEDEWI CITRA IA	
3	Ina Nurka .D		13	Diuh Sariningrum	
4	Vania Nur R		14	SAFINA AYUNINGTAS	
5	Nadia Ramdhani R.2.		15	Kinanti Ayu Prawesti	
6	Putri Rahmawati Rwi		16	Myka Anastya Amanda	
7	Nazwa Nafa . A		17	Alia Melani	
8	Ashikh Nazifah		18	Fadlan Subrata	
9	Vitalota Maharani A.D		19	Andini Julia Rahayu	
10	Nazwa Sri Matia		20	Ageng Dwi Anjani	

C. Surat Keterangan Intansi



KEMENTERIAN PERTANIAN
BADAN PENYULUHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA PERTANIAN
MUSEUM TANAH DAN PERTANIAN
JALAN IR. H. JUANDA NO. 98 BOGOR 16123
WEBSITE: museum.pertanian.go.id EMAIL: museum@pertanian.go.id

Nomor : 215/HM.240/I.27/05/2026 Bogor, 26 Mei 2026
Perihal : Surat Keterangan Pengabdian kepada Masyarakat

SURAT KETERANGAN

Museum Tanah dan Pertanian, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama Lembaga : Universitas Bina Sarana Informatika
Alamat : Jalan Kramat Raya No.98, Senen, Jakarta Pusat 10450

Telah melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa, "Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial untuk Syaf Pemandu Museum Tanah dan Pertanian, Bogor". Kegiatan tersebut dilakukan secara tatap muka (luring) bertempat di Auditorium Museum Tanah dan Pertanian yang beralamat di Jalan Ir. H. Juanda No.98, RT.01/RW.01, Gudang, Kec. Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat, pada hari Sabtu, tanggal 25 April 2026, dengan susunan panitia sebagai berikut:

Penanggung Jawab	Dr. Mochammad Wahyudi, MM, M.Kom, M.Pd., IPU, ASEAN Eng.
KetuaPelaksana	Fauzi Syarief, MM, M.I.Kom
Anggota	Rawit Sartika, S.Pd., MM, M.I.Kom Muhammad Tsabit, MM, M.I.Kom Muhammad Ichsan, MM, M.I.Kom Ayunda Maiza Bachtiar Fahrul Rizqi

Demikian, surat keterangan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Kepala Museum Tanah dan Pertanian

Anies Nasrullah, S.Ant., M.A.

D. Luaran PM Press Release yang sudah terbit di ABN News pada 27 April 2026

PRESS RELEASE

Program Studi Ilmu Komunikasi UBSI Gelar Pelatihan Copywriting untuk Pemandu Museum Tanah dan Pertanian Bogor

Bogor, 25 April 2026 – Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PM) bertajuk “*Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial*”. Kegiatan ini berlangsung pada Sabtu, 25 April 2026, bertempat di Aula Museum Tanah dan Pertanian, Kota Bogor.

Kegiatan ini diikuti oleh para staf pemandu Museum Tanah dan Pertanian Bogor sebagai peserta utama. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menyusun konten copywriting yang efektif, persuasif, dan strategis dalam mendukung citra positif lembaga melalui media sosial.

Dalam sambutannya, Kepala Museum Tanah dan Pertanian Bogor, **Anes Nasrullah, S.Ant., M.A.**, menyampaikan apresiasi atas terselenggaranya kegiatan ini. Ia menegaskan pentingnya keberlanjutan program sebagai bentuk sinergi antara dunia akademik dan institusi budaya. “Kegiatan ini diharapkan dapat terus berlanjut sebagai wujud kerja sama dan kolaborasi yang baik antara pihak Museum Tanah dan Pertanian dengan Universitas Bina Sarana Informatika, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi,” ujarnya.

Sementara itu, perwakilan tim dosen UBSI sekaligus kepala program studi ilmu komunikasi, **Intan Leliana, S.Sos.I., M.M., M.I.Kom.**, menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak museum yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan salah satu bentuk Tri Dharma Perguruan Tinggi. Ia juga berharap pelatihan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi peserta dalam mengelola komunikasi digital yang lebih profesional.

Materi pelatihan difokuskan pada teknik dasar hingga strategi lanjutan dalam copywriting berbasis Public Relations, termasuk bagaimana menyusun pesan yang mampu membangun citra institusi, meningkatkan engagement, serta memperkuat branding museum di platform media sosial.

Kegiatan berlangsung dengan interaktif, di mana peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga melakukan praktik langsung dalam menyusun konten. Antusiasme peserta terlihat dari aktifnya diskusi dan sesi tanya jawab selama pelatihan berlangsung.

Sebagai penutup, kegiatan diakhiri dengan sesi foto bersama, dilanjutkan dengan kunjungan berkeliling museum untuk melihat berbagai koleksi yang dimiliki Museum Tanah dan Pertanian Bogor.

Melalui kegiatan ini, diharapkan terjalin hubungan yang berkelanjutan antara dunia akademik dan institusi publik dalam upaya meningkatkan kualitas komunikasi dan citra lembaga di era digital.

<https://abnnews.id/2026/04/27/prodi-ilmu-komunikasi-ubsi-gelar-pelatihan-copywriting-bagi-pemandu-museum-tanah-dan-pertanian-bogor/>

Prodi Ilmu Komunikasi UBSI Gelar Pelatihan Copywriting bagi Pemandu Museum Tanah dan Pertanian Bogor

Abughaida
27/04/2026



Dosen Program Studi (Prodi) Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PM) bertajuk "Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial" di Aula Museum Tanah dan Pertanian, Kota Bogor, Sabtu, 25 April 2026.

ABNnews – Program Studi (Prodi) Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PM) bertajuk "Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial" di Aula Museum Tanah dan Pertanian, Kota Bogor, Sabtu, 25 April 2026.

Kegiatan ini diikuti oleh para staf pemandu Museum Tanah dan Pertanian Bogor sebagai peserta utama. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menyusun konten copywriting yang efektif, persuasif, dan strategis dalam mendukung citra positif lembaga melalui media sosial.

Kepala Museum Tanah dan Pertanian Bogor, Anes Nasrullah, S.Ant, MA menyampaikan apresiasi atas terselenggaranya kegiatan ini. Ia menegaskan pentingnya keberlanjutan program sebagai bentuk sinergi antara dunia akademik dan institusi budaya.

"Kegiatan ini diharapkan dapat terus berlanjut sebagai wujud kerja sama dan kolaborasi yang baik antara pihak Museum Tanah dan Pertanian dengan Universitas Bina Sarana Informatika, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi," ujarnya.

Sedangkan, perwakilan tim dosen UBSI sekaligus kepala program studi ilmu komunikasi, Intan Leliana, S.Sos.I., MM, M.I.Kom menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak museum yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan salah satu bentuk Tri Dharma Perguruan Tinggi.

"Kami berharap pelatihan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi peserta dalam mengelola komunikasi digital yang lebih professional," katanya.

Materi pelatihan difokuskan pada teknik dasar hingga strategi lanjutan dalam copywriting berbasis Public Relations, termasuk bagaimana menyusun pesan yang mampu membangun citra institusi, meningkatkan engagement, serta memperkuat branding

Berita Terkini



18/06/2026
AirNav Indonesia Sukses Pimpin Forum Strategis ICAO untuk Asia Pasifik



18/06/2026
Manjakan Penumpang di Musim Libur Sekolah,...



18/06/2026
Pilu Wanita Rancaekek Diduga Dikekap-Disiksa...

[View More →](#)

Megapolitan



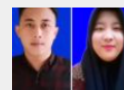
Berita Terkini



18/06/2026
AirNav Indonesia Sukses Pimpin Forum Strategis ICAO untuk Asia Pasifik



18/06/2026
Manjakan Penumpang di Musim Libur Sekolah,...



18/06/2026
Pilu Wanita Rancaekek Diduga Dikekap-Disiksa...

[View More →](#)

Megapolitan



museum di platform media sosial.

Kegiatan berlangsung dengan interaktif, karena peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga melakukan praktik langsung dalam menyusun konten. Antusiasme peserta terlihat dari aktifnya diskusi dan sesi tanya jawab selama pelatihan berlangsung.

Sebagai penutup, kegiatan diakhiri dengan sesi foto bersama, dilanjutkan dengan kunjungan berkeliling museum untuk melihat berbagai koleksi yang dimiliki Museum Tanah dan Pertanian Bogor.

Melalui kegiatan ini, diharapkan terjalin hubungan yang berkelanjutan antara dunia akademik dan institusi publik dalam upaya meningkatkan kualitas komunikasi dan citra lembaga di era digital.

Related News

Lewat 'Ocean Clean Up Day 2026', ASDP Komit Jaga Kebersihan Kawasan Pesisir

Dosen UBSI Berikan Pelatihan Aplikasi Pembelajaran Bahasa Inggris untuk Anggota PKK Kelurahan Abadijaya Depok

Fase Armuzna Tuntas, Wamenhaj Sebut Tenda Jemaah RI di Mina Sudah Kosong

Bikin Netizen Mewek Berjamaah, Kucing di Balik Meme Viral 'Onde Mande' Mati karena Virus Calici

Puncak Haji Tahapan Paling Krusial, Kepatuhan Jemaah Perlancar Ibadah di Armuzna

Minta Maaf, Manajemen Radio Sebut Pengumuman Kematian Raja Charles karena Komputer Error

Writer: Rawit Sartika | Editor: Abughaida

Comment



Berita Terkini



18/06/2026

AirNav Indonesia Sukses Pimpin Forum Strategis ICAO untuk Asia Pasifik



18/06/2026

Manjakan Penumpang di Musim Libur Sekolah,...



18/06/2026

Pilu Wanita Rancaekek Diduga Disekap-Disiksa...

[View More →](#)

Megapolitan



E. Dokumentasi Foto Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Dokumentasi Pengabdian Masyarakat “Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial untuk Staff Pemandu Museum Tanah dan Pertanian Bogor”

25 April 2026



gambar 1 sambutan kaprodi ilmu komunikasi



gambar 2 Kepala Museum Memberikan Sambutan



gambar 3 Pemaparan Materi Oleh Narasumber



gambar 4 peserta memberikan pertanyaan saat sesi tanya jawab



gambar 5 foto bersama panitia dan peserta PM

F. Luaran HKI


REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002026101170, 30 Juni 2026

Pencipta
Nama : Fauzi Syarif, Rawit Sartika dkk
Alamat : Tegai Manggah RT.002/RW.007, Tegallega, Kota Bogor Tengah, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat, 16129
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : Fauzi Syarif, Rawit Sartika dkk
Alamat : Tegai Manggah RT.002/RW.007, Tegallega, Kota Bogor Tengah, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat, 16129
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Ciptaan : Poster
Judul Ciptaan : Pelatihan Copywriting Berbasis Public Relations dalam Membangun Citra di Media Sosial untuk Staff Pemando Museum Tanah dan Pertanian Bogor

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 25 April 2026, di Kota Adm. Jakarta Timur

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor Pencatatan : 001315724

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
u.b.
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri

Agung Damarsasongko, SH.,MH.
NIP. 196912261994031001





Diketahui:
1. Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.
2. Surat Pencatatan ini telah disegel secara elektronik menggunakan segel elektronik yang diberikan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara.
3. Surat Pencatatan ini dapat diakses kemudiannya dengan memindai kode QR pada dokumen ini dan informasi akan ditampilkan dalam browser.



LAMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Fauzi Syarif	Tegal Manggah RT.002/RW.007, Tegallega, Kota Bogor Tengah Bogor Tengah, Kota Bogor
2	Rawit Sartika	Pesona Prima Cikahuripan 6, blok C8 no 10, RT.002/RW.028, Cikahuripan, Klapanunggal, Klapanunggal, Kab. Bogor
3	Muhammad Ichsan	Kp. Tipar RT.008/RW.007, Pondok Kelapa Duren Sawit Duren Sawit, Kota Adm. Jakarta Timur
4	Muhammad Tsabit	Areman RT.008/RW.007, Tugu, Cimanggis Cimanggis, Kota Depok

LAMPIRAN PEMEGANG

No	Nama	Alamat
1	Fauzi Syarif	Tegal Manggah RT.002/RW.007, Tegallega, Kota Bogor Tengah Bogor Tengah, Kota Bogor
2	Rawit Sartika	Pesona Prima Cikahuripan 6, blok C8 no 10, RT.002/RW.028, Cikahuripan, Klapanunggal, Klapanunggal, Kab. Bogor
3	Muhammad Ichsan	Kp. Tipar RT.008/RW.007, Pondok Kelapa Duren Sawit Duren Sawit, Kota Adm. Jakarta Timur
4	Muhammad Tsabit	Areman RT.008/RW.007, Tugu, Cimanggis Cimanggis, Kota Depok





Disclaimer:

1. Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pernyataan permohonan.
2. Surat Pernyataan ini telah diupload secara elektronik menggunakan segel elektronik yang diberikan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik, Badan Siber dan Sandi Negara.
3. Surat Pernyataan ini dapat dibuktikan keabsahannya dengan memindai kode QR pada dokumen ini dan informasi akan ditampilkan dalam browser.