

# JURUS MAJOO



**COPYWRITING 101:**

**PIKAT PEMBELI**

**LEWAT DIKSI**



aplikasi wirausaha

# majoo

## Aplikasi wirausaha lengkap kelola bisnis jadi maju

Kasir Online

Karyawan

Akuntansi

Inventori

Aplikasi CRM

Analisa Bisnis

Aplikasi Owner

Toko Online

✓ **PANTAU & KONTROL PENJUALAN  
DARI MANAPUN**

Mengurangi kecurangan/fraud

✓ **BISA PUNYA TOKO ONLINE**

Tingkatkan pendapatan dari  
toko online kamu sendiri

✓ **LAPORAN KEUANGAN OTOMATIS**

Keuangan rapi tanpa  
harus jadi ahli akuntansi

✓ **MUDAH KELOLA STOK**

Maksimalkan keuntungan



PT Majoo Teknologi Indonesia

majoo plaza

Jl. Prapanca Raya No.25  
Jakarta Selatan • DKI Jakarta • 12160



Coba Gratis 14 Hari

majoo.id



# Daftar Isi

**01**

Pengantar

**02**

Copywriting: Cara Ampuh Berjualan Melalui Tulisan

**03**

Keterampilan yang Perlu Dimiliki Copywriter

**04**

Pahami Anatomi Copywriting yang Menjual

**05**

Trik dan Teknik Membuat Copywriting

**06**

5 Ide Copywriting yang Bisa Meledakkan Penjualan



## Pengantar

*Just do it.* Saat mendengar kata-kata tersebut, apa yang muncul dalam benakmu? Sebagian dari kamu mungkin langsung membayangkan logo yang menyerupai tanda centang milik *sport brand* terkemuka. Siapa lagi kalau bukan Nike?

**S** Slogan “*Just do it*” dibicarakan oleh banyak orang tidak hanya dalam konteks yang terkait dengan produk Nike, tetapi juga tentang dampaknya bagi konsumen. Pembicaraan bergulir membahas efek “*Just do it*” terhadap aktivitas keseharian mereka, terutama dorongan untuk berolahraga.





Kampanye pemasaran yang diluncurkan Nike pada 1980-an ini berhasil mengantar Nike menjadi *market leader* produk perlengkapan olahraga, menggeser kompetitor utamanya kala itu, yaitu Reebok.

Sampai hari ini, langkah Nike disebut-sebut sebagai *powerful copywriting*. Dari kasus ini, kita mengerti bahwa iklan yang efektif bukan yang menampilkan wajah menarik, membeberkan aneka fitur produk, atau menawarkan harga yang lebih ekonomis daripada pesaing. Iklan yang efektif mampu bercerita.

Bagaimana cara bercerita agar konsumen percaya bahwa kamu sedang berupaya menyelesaikan masalah yang mereka hadapi? Nah, *e-book copywriting 101* ini hadir untuk menjawab pertanyaan tersebut.

“

iklan yang  
efektif  
bukan yang  
menampilkan  
wajah  
menarik...  
iklan yang  
efektif  
mampu  
bercerita.

”



# Copywriting:

## Cara Ampuh Berjualan Melalui Tulisan

Banyak bisnis memiliki produk atau layanan yang bagus. Namun, tidak semua bisnis tersebut bisa bertahan, apalagi maju. Mengapa demikian?

**K**eputusan konsumen membeli tidak semata-mata bergantung pada kualitas produk atau layanan. Bisnis perlu mempunyai cerita.

Bercerita merupakan cara untuk menyampaikan *value* bisnis sehingga bisnis lebih lekat dalam benak konsumen.

Bercerita juga menjadi cara untuk memberi tahu konsumen bahwa produk atau layanan yang kamu tawarkan ialah solusi bagi mereka.

Dengan kata lain, bercerita ialah aspek esensial dalam sebuah strategi pemasaran. Kita mengenalnya dengan sebutan *copywriting*.



## Apa Itu Copywriting?

Saat kamu membuka majalah dan melihat halaman penuh iklan, itu merupakan hasil *copywriting*. Ketika kamu mengakses sebuah website dan menemukan ajakan untuk membeli produk tertentu, kata-kata yang terpampang ialah hasil *copywriting*.

Di tengah persaingan bisnis yang makin ketat, kemungkinan besar ada hasil *copywriting* dalam setiap hal yang kamu lihat atau dengar.

*Copywriting* adalah proses menulis materi pemasaran dan promosi persuasif yang memotivasi orang untuk mengambil beberapa tindakan tertentu, seperti melakukan pembelian, mengeklik tautan, menyumbang untuk suatu tujuan, atau menjadwalkan konsultasi.

Materi ini mencakup promosi tertulis yang dipublikasikan di media cetak atau *online*. Selain itu, materi tersebut bisa juga berupa ucapan, misalnya skrip yang digunakan untuk video atau iklan.



## Kekuatan *Copywriting*

Tujuan utama *copywriting* adalah membujuk calon konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh bisnismu.

Meskipun begitu, layaknya cerita yang menarik, *copywriting* yang efektif mampu mendorong konsumen bertransaksi, tanpa benar-benar menuliskan ajakan tersebut.

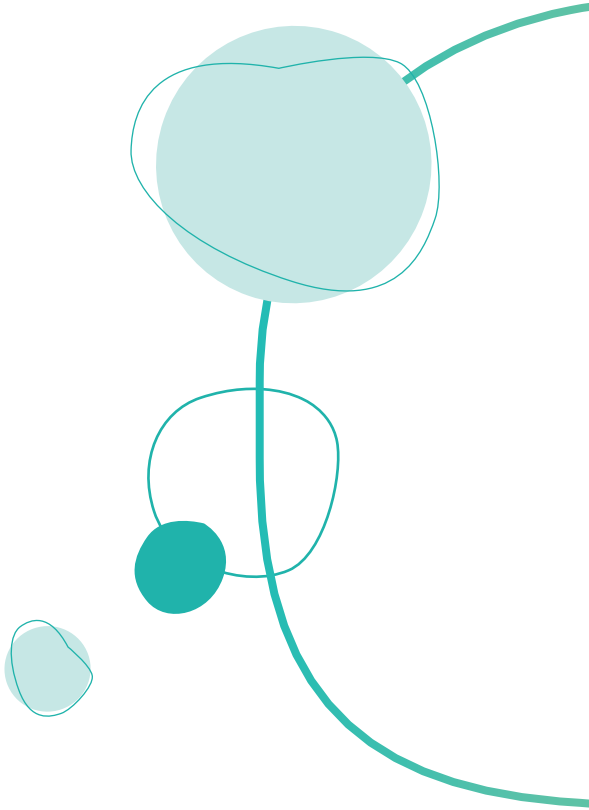
Lalu, sejauh mana *copywriting* akan berdampak bagi bisnismu? Berikut ini hal yang dapat dicapai saat kamu berhasil menyajikan *copywriting* yang efektif.

**“... bercerita ialah aspek esensial dalam sebuah strategi pemasaran. Kita mengenalnya dengan sebutan *copywriting*.”**





- Membangun citra *brand*: Bisnis direpresentasikan melalui konten yang menceritakan nilai bisnis. Resonansi nilai ini akan membentuk pola pembelian konsumen.
- Konten yang bisa dipahami: *Copywriting* yang efektif bisa menyajikan konten yang berkualitas dan informatif sambil mendorong terciptanya penjualan.
- *Valuable content*: Menghadirkan konten yang jelas dan ringkas dengan informasi memikat supaya konsumen bertransaksi.
- Bisa menargetkan segmen konsumen yang tepat: Potensi penjualan meningkat berkat pesan pemasaran diterima oleh segmen yang tepat.



## Jenis-Jenis Copywriting

*Copywriting* berevolusi dari iklan persuasif di *flyer* hingga berwujud pesan yang bisa dibagikan kapan saja melalui media sosial. Kamu bisa menemukan *copywriting* di mana pun.

Akan tetapi, jenis *copywriting* seperti apa yang perlu kamu perhatikan saat membuat kampanye pemasaran?

### Marketing copywriting

Konten yang secara gamblang mengajak konsumen untuk bertransaksi. Kamu tentu familier dengan konten *copy* yang memberi tahu program diskon, *flash sale*, dan sebagainya. Itulah contoh *marketing copywriting*.

### Social media copywriting

Sebagian besar konten yang kamu temukan di akun media sosial suatu brand ialah *social media copywriting*. Karakter dan intonasi merupakan hal penting dalam penulisan konten *copy* di media sosial.



### **Brand copywriting**

Media untuk memperkenalkan karakteristik dan nilai sebuah *brand*. Kamu dapat menyampaikannya melalui tagline, laman 'tentang kami' di situs resmi, dan sebagainya.

### **Direct response copywriting**

Jenis komunikasi yang mendorong konsumen untuk segera mengambil tindakan. *Direct response copywriting* biasanya digunakan pada *landing page*, *pop-ups*, atau penawaran promosi terbatas

### **Technical copywriting**

Copy yang menjelaskan teknologi sambil menjual produk. *Copywriting* yang satu memaparkan jenis produk atau teknologi, cara kerjanya, serta alasan bagi konsumen untuk membelinya.

### **SEO copywriting**

Pengoptimalan konten *copy* dengan kata-kata kunci supaya lebih mudah ditemukan oleh mesin pencari atau *search engine*.

