tunas Honda
Main Dealer of Honda Motorcycle

Modul Pelatihan

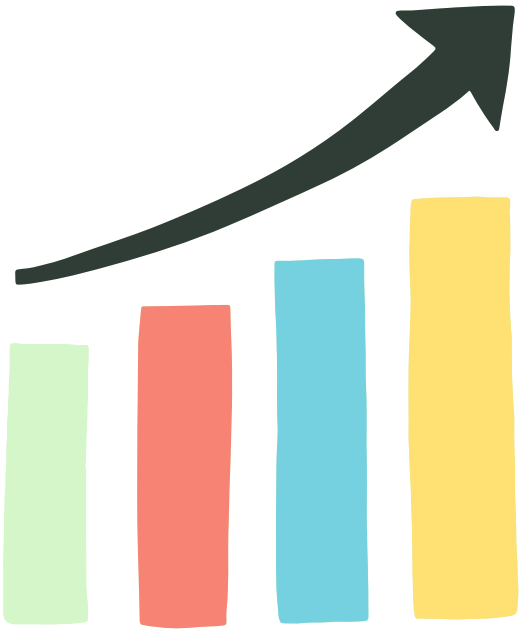
Copywriting on Social Media

by People Development TDM MD

tunas Honda
Main Dealer of Honda Motorcycle

TABEL OF CONTENT

1. **Latar Belakang Copywriting** ---------01
2. **Pengertian Copywriting** ---------02
3. **Manfaat Copywriting** ---------03
4. **Jenis Media & Contoh Copywriting** ---------04
5. **Teknik Penulisan Copywriting** ---------05



tunas Honda
Main Dealer of Honda Motorcycle

HOW DO YOU BECOME A SOCIAL MEDIA COPYWRITER?

tunas Honda
Main Dealer of Honda Motorcycle

LATAR BELAKANG

Promosi merupakan bagian yang penting dalam proses sales & marketing. Karena dengan promosi, kita bisa berkomunikasi secara tidak langsung dengan calon konsumen kita.

Salah satu aspek penting dalam promosi adalah copywriting. Aspek ini merupakan kegiatan yang cukup penting terutama dalam periklanan. Karena, dengan copywriting yang baik maka suatu iklan atau promosi akan semakin menarik. Sehingga tujuan dari promosi akan tercapai. Penerapan copywriting merupakan hal yang biasa di dunia bisnis. Namun, masih sangat jarang knowledge dalam copy writing. Sehingga promosi yang dilakukan oleh marketer isinya masih kalah menarik dengan promosi yang dilakukan.

Maka itu, kemampuan sales people dalam menerapkan copywriting yang baik dalam promosi merupakan hal yang penting. Sehingga nantinya, promosi yang dilakukan oleh sales people akan menjadi menarik.

PENGERTIAN COPYWRITING

Copywriting terdiri dari 2 kata:
yaitu **copy dan writing. Copy adalah teks pemasaran yang biasa kita lihat pada iklan, billboard, dan sebagainya.**

Sedangkan writing merupakan kegiatan menulis. Copywriting merupakan kegiatan menulis teks pemasaran.

Tujuan copywriting adalah membujuk target konsumen untuk melakukan tindakan sesuai dengan goals yang ingin dicapai dari suatu iklan atau campaign.

MANFAAT COPYWRITING

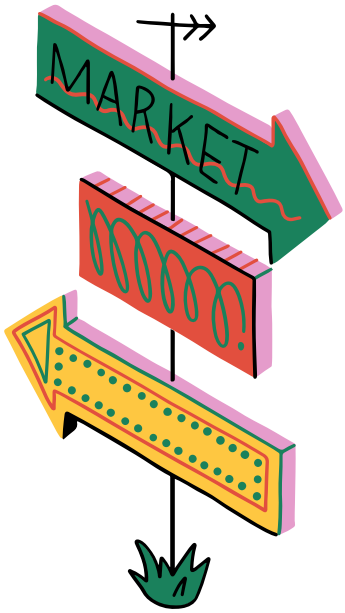
-BAGIAN 01

Pada dasarnya copywriting memiliki 3 fungsi, yaitu:

1. Engage atau menarik perhatian Copywriting berfungsi untuk menarik perhatian, agar target kita tertarik dengan promosi yang kita buat. Setelah mereka tertarik, tentu saja tujuan akhirnya untuk menarik perhatian agar target kita melakukan tindakan sesuai dengan tujuan promosi yang kita buat.

2. Persuade atau meyakinkan Fungsi copywriting lainnya adalah untuk meyakinkan target kita. Apakah yang diyakinkan? Tentu saja agar mereka yakin dengan kita, sehingga jika mereka yakin pada kita, yakin dengan penawaran kita, mereka akan melakukan tindakan sesuai dengan tujuan promosi yang kita buat.

3. Influence atau mempengaruhi Copywriting tentu saja memiliki tujuan untuk mempengaruhi target pembaca kita. Sehingga tujuan dari promosi kita tercapai.



tunas Honda
Main Dealer of Honda Motorcycle

MANFAAT COPYWRITING

-BAGIAN 02

MANFAAT LAINNYA

1. Mendatangkan keuntungan

Keuntungan bisa berupa uang bisa juga dalam bentuk lain. Keuntungan bisa berupa peningkatan engagement dan yang pasti membantu dalam peningkatan penjualanan sales people. Karena copywriting bisa menarik perhatian, meyakinkan dan mempengaruhi pembacanya, maka tentu saja 8 iklan atau promosi yang menggunakan copywriting yang baik akan bisa mendatangkan keuntungan.

2. Penting untuk branding

Copywriting tidak hanya digunakan untuk tujuan jangka pendek, tetapi juga penting untuk tujuan jangka panjang seperti branding. Karena dengan copywriting yang baik, dapat meng-engage media sosial sales people. Serta branding dengan kemampuannya untuk mempengaruhi calon konsumen, maka tentu saja branding yang dilakukan akan semakin powerfull.

3. Mengedukasi konsumen

Pemanfaatan copywriting dapat digunakan untuk mengedukasi konsumen, atau dalam hal ini para pemustaka. Sehingga jika ada layanan yang baru atau masih agak asing di benak pemustaka, perpustakaan bisa mempromosikan serta mengedukasi pemustakanya.

JENIS MEDIA & CONTOH COPYWRITING

1. **Media Cetak/Iklan Display**

Iklan display atau yang biasa disebut dengan banner, koran, majalah, & media lainnya.

contoh copywriting dalam media cetak

JENIS MEDIA & CONTOH COPYWRITING

2. Advertorial

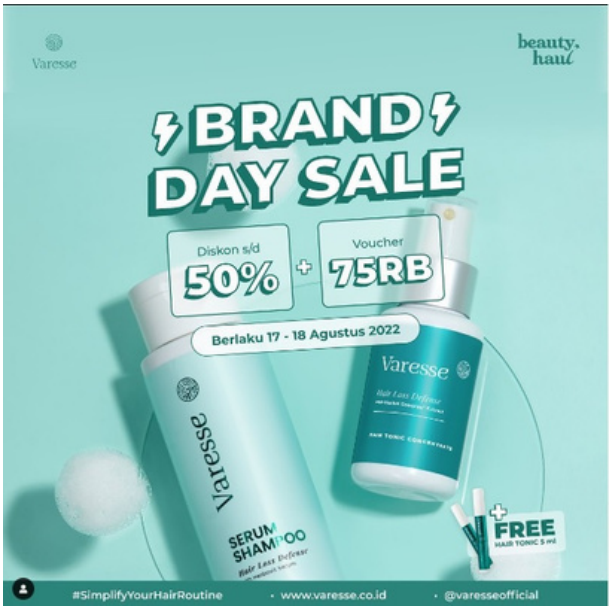
Advertorial merupkan penggabungan antara advertisement dengan editorial. Promosi advertorial merupakan bentuk promosi yang disajikan dengan gaya bahasa jurnalistik. Itu mengapa promosi advertorial dapat dikatakan sebagai teks promosi yang dikemas dalam bentuk artikel, layaknya produk jurnalistik.

contoh copywriting dalam Advertorial

JENIS MEDIA & CONTOH COPYWRITING

3. Media Sosial

Promosi di media sosial bisa menggunakan cara yang gratis, dan juga berbayar. Hanya saja, tujuan dari media sosial adalah untuk bersosialisasi. Sehingga banyak sekali pengguna media sosial yang kurang nyaman jika kita posting sesuatu yang berbau promosi.



contoh copywriting dalam sosial media

JENIS MEDIA COPYWRITING

4. Email Marketing

Penggunaan email marketing sebagai media promosi, sebaiknya ringkas dan tidak bertele-tele. Karena jarang sekali orang yang suka membaca email yang panjang. Kita juga perlu memperhatikan jumlah kata untuk subyek email. Jumlah yang ideal adalah sekitar 41 karakter atau 7 kata. Sedangkan untuk body email, idealnya maksimal 200 kata.

contoh copywriting dalam email marketing

TEKNIK PENULISAN COPYWRITING

Terdapat berbagai jenis formula dari copywriting. Namun, ada 3 formula yang paling banyak digunakan, yaitu AIDA, PAS, BAB dan FAB.

AIDA

Attention
Menarik perhatian target konsumen lewat judul. Salah satu caranya adalah dengan memberikan fakta yang menghentak, data yang mengagetkan, atau kalimat tanya. Dan fakta, data, atau pertanyaan tersebut bisa dijadikan sebagai judul. Mengenai judul, bisa dibaca lebih lengkap pada bab berikutnya.

Interest
Membangkitkan minat target promosi terhadap produk dan layanan, caranya dengan memaparkan value proposition dan manfaatnya.

Desire
Buat target konsumen benar-benar menginginkan produk tersebut dengan menyelipkan psychological triggers. Contohnya pembatasan waktu, pembatasan peserta, dan lain-lain.

Action
Buat target promosi melakukan sebuah tindakan.

CONTOH PENGGUNAAN FORMULA AIDA

contoh penggunaan formula AIDA

TEKNIK PENULISAN COPYWRITING

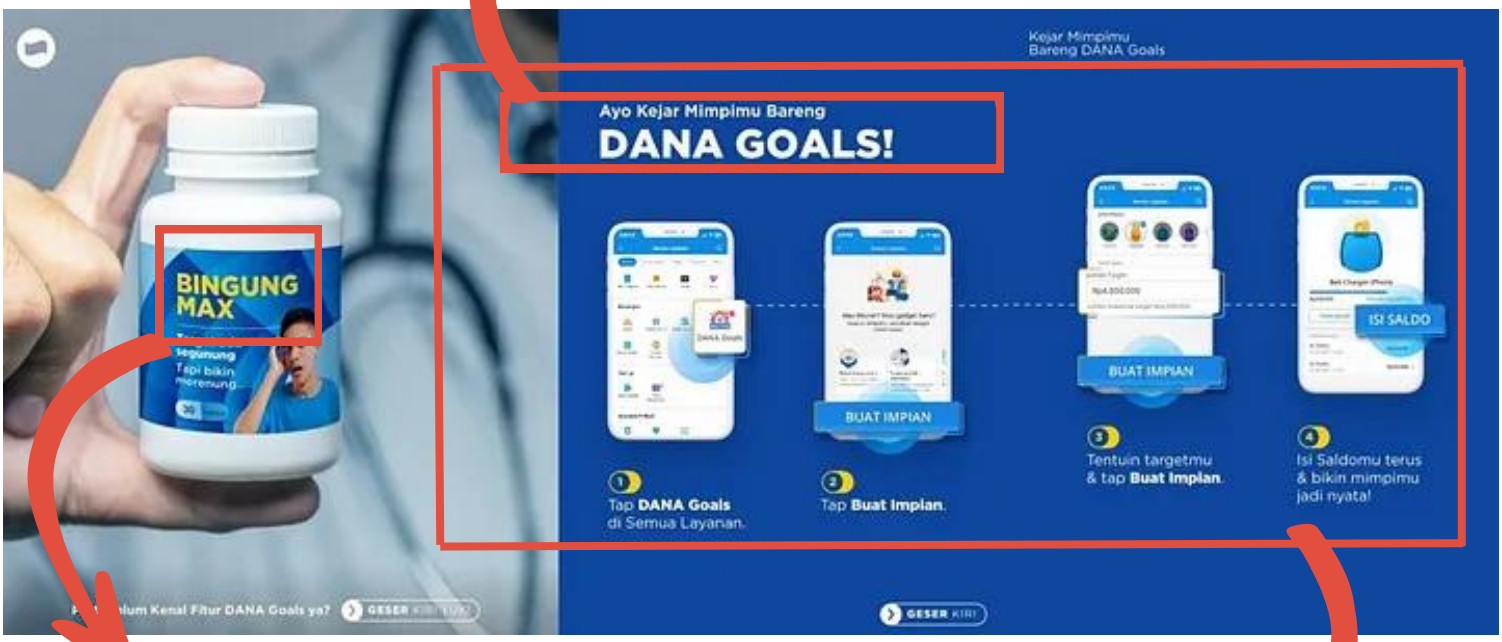
PAS

Problem
Memasarkan produk dengan memanfaatkan permasalahan yang dialami target konsumen

Agitate
Coba mendramatisir masalah dan meyakinkan target konsumen bahwa apa yang menimpa mereka adalah masalah serius

Solution/Solve
Tawarkan solusi kepada target promosi

CONTOH PENGGUNAAN FORMULA PAS



contoh penggunaan formula PAS

TEKNIK PENULISAN COPYWRITING

BAB

Before
Ceritakan masalah atau situasi yang dihadapi audiens saat ini.

After
Beri bayangan bagaimana jadinya jika masalah tersebut bisa diselesaikan.

Bridge
Sampaikan bahwa brand memiliki solusinya (tampil as a hero).

CONTOH PENGGUNAAN FORMULA BAB

Before

After

Bridge

contoh penggunaan formula BAB

TEKNIK PENULISAN COPYWRITING

FAB

Features
Menonjolkan fitur dari produk atau jasa yang dimiliki brand.

Advantages
Menjelaskan keunggulan fitur dengan lebih rinci.

Benefit
Beritahu bagaimana keunggulan barang atau jasa tersebut dalam mempermudah hidup audiens.

CONTOH PENGGUNAAN FORMULA FAB

Feature — **BANGO HITAM GURIH**

Advantage

Memperkenalkan kecap Bango Hitam Gurih, terbuat dari kedelai hitam Malika berkualitas yang memadukan cita rasa manis, gurih, dan warna hitam yang meresap sesuai dengan selera ibu.

Benefit

KENAPA HARUS MEMILIH BANGO HITAM GURIH?

- Harga Terjangkau hanya 2000 rupiah
- Dibuat dari kedelai hitam Malika berkualitas
- Cocok digunakan untuk masakan dengan cita rasa manis, gurih dan tampilan yang lebih hitam
- Medok hitamnya dan gurih rasanya!

contoh penggunaan formula FAB

tunas Honda
Main Dealer of Honda Motorcycle

LET'S PRACTICE ON SOCIAL MEDIA