

101

AMAZING COPYWRITING IDEAS



PERPUSTAKAAN

No. INV.

Tn. Angg.

PANAP

Cat .

TGL

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 COPYWRITING (?)	1
A. Pengertian <i>Copywriting</i>	2
B. Yang Perlu Diperhatikan Sebelum Mulai Menulis....	4
C. Peran Penting <i>Copywriting</i>	6
D. Jenis-jenis <i>Copywriting</i>	8
E. Prinsip Persuasi dengan <i>Copywriting</i>	18
F. Tips untuk Membuat <i>Copy</i> Anda Lebih Baik	21
BAB 2 COPYWRITER.....	25
A. Pengertian <i>Copywriter</i>	26
B. Yang Harus Dimiliki Para <i>Copywriter</i>	30
C. Beda <i>Copywriter</i> dan <i>Content Writer</i>	42
BAB 3 ANATOMI <i>COPYWRITING</i>	44
Anatomi <i>copywriting</i> ?	44
BAB 4 101 IDE DALAM MENULIS <i>COPYWRITING</i>	59

Trik dan Teknik Membuat <i>Copywriting</i>	59
1. Memperbanyak Informasi tentang Target Pasar dan Konsumen.....	59
2. Menemukan Wadah yang Tepat Sasaran	60
3. Merangsang Minat	61
4. Sesuaikan dengan Produk yang Ingin Dijual	62
5. Fokus pada Tujuan.....	62
6. Jangan Sok Tahu dan Menggurui.....	63
7. Judul Harus Menarik Perhatian	64
8. Jangan Gunakan Paragraf yang Terlalu Panjang	65
9. Gunakan Huruf Kapital untuk Perhatian	66
10. Gunakan Huruf Tebal untuk Penekanan.....	67
11. Jangan Menulis untuk Diri Sendiri.....	67
12. Tambahkan Video atau Foto yang Menarik.....	68
13. Buat Tulisan Bombastis	69
14. Kalimat Padat dan Berisi.....	69
15. Langsung pada Maksud Pesan	70
16. Tambahkan Solusi atau Nasihat.....	71
17. Provokatif.....	72
18. Posting dan Tawarkan di Waktu yang Tepat.....	73
19. Gunakan Prinsip <i>Down to Earth</i>	74
20. Memanfaatkan Semua Media Promosi dengan Baik	75
 MENCIPTAKAN <i>HEADLINE</i> YANG MENARIK.....	75
21. Perhatikan dan Pilih Jenis <i>Headline</i> yang Sesuai	87
22. Ingat Kembali Tujuan Awal.....	89
23. Gunakan Bahasa yang Persuasif	90

24. Menjelaskan Manfaat	91
25. Pola <i>Zero to Hero</i>	92
26. Menunjukkan Pengalaman Personal	93
27. Menceritakan Pengalaman yang Menakjubkan	95
28. Menggunakan Kalimat yang Menantang	95
29. Sederhana Tetapi Mengena	96
30. Mengarahkan Menuju Sesuatu yang Lebih Baik	97
31. Menggunakan Kata dan Frasa yang Tidak Biasa	98
32. Menyampaikan Secara Jujur dan Tidak Berlebihan.	98
33. Buat Konsumen Percaya	99
34. Menggunakan Kalimat Penjelasan	100
35. Membuka dengan Kalimat Tanya	101
36. Menggunakan <i>Quote</i> yang Terkenal dan Relevan ...	101
37. Membuat Konsumen Berimajinasi	102
38. Memilih Kata yang Mudah Dimengerti	102
39. Buat Konsumen Penasaran.....	103
40. Biarkan Konsumen Merasa Bahwa Penawaran Ini Hanya Untuknya.....	104
 TAKTIK PROMOSI DAN PENAWARAN.....	 105
41. Gratis Ongkos Kirim	118
42. Tawaran Spesial untuk Member Saja	119
43. Upload Foto, Dapatkan Diskon	119
44. Coba Secara Cuma-cuma	120
45. Paket Super Murah	121
46. Kuota Hampir Habis	122
47. Khusus Hari Ini!	122

48. Jual Rugi	123
49. Produk yang Berkelanjutan	123
50. Ekstra Bonus	124
51. Beli Banyak, Harga Grosir	124
52. Voucher untuk Pembelian Selanjutnya	125
53. Promo Per Periode	125
54. Menawarkan Paket Menarik dan Relevan	126
 ALASAN	 127
55. Berikan Alasan yang Masuk Akal	128
56. Beberapa Frasa yang Memperkuat Alasan Anda	129
 BONUS	 130
57. Memberikan <i>Value</i> pada Bonus yang Disediakan	131
58. Berikan Informasi yang Mendukung	131
59. Relevansi Bonus dengan Produk	132
60. Perhatikan Kualitas Bonus	133
 TESTIMONI	 134
61. Berikan Bukti yang Nyata dan Spesifik	136
62. Testimoni dari Ahli di Bidang nya	137
63. Memanfaatkan <i>Public Figure</i>	138
64. Beri Bukti yang Beragam dari Semua Sosial Media yang Digunakan	139
65. Jangan Gunakan Kalimat yang Hiperbolis	140
66. Perhatikan Privasi dari Konsumen	141

GARANSI	142
67. Pilih Kalimat yang Variatif	146
68. Yakinkan Konsumen Bahwa Mereka Adalah Raja	146
69. Berikan Garansi yang Sewajarnya dan Sesuai Kemampuan	147
70. Biarkan Konsumen Merasa Aman	148
ILUSTRASI	149
71. Pilih dan Manfaatkan Ilustrasi Semaksimal Mungkin	150
72. Perhatikan Komposisi dan Tampilan	151
73. Tambahkan Sumber Jika Ada	151
CALL TO ACTION	152
74. CTA Harus Jelas	158
75. Mengaplikasikan CTA di Media Cetak	159
76. Kalimat dan Frasa untuk CTA	160
CATATAN KECIL (NB)	164
77. Buat Konsumen Memperhatikan Catatan	165
78. Tambahkan Batas Waktu atau Kuota yang Terbatas	166
79. Yakinkan Target Konsumen untuk Segera Melakukan	166
80. Menekankan Isi Terpenting	167
81. Merendah untuk meroket	167

KEMUDAHAN BERTRANSAKSI.....	169
82. Memilih Nama dan Nomor yang Mudah Diingat.....	170
83. Keseragaman Nama/Kata untuk Semua Media Promosi.....	171
84. <i>Re-check</i> Semua Narahubung Agar Tidak Salah Sambung.....	172
DATA LENGKAP.....	173
85. Definisi Produk.....	173
86. Review Singkat.....	174
87. Profil Singkat.....	174
88. Rekomendasi atau Otoritas Resmi.....	175
LANDING PAGE	176
Apa sih sebenarnya <i>landing page</i> itu?	177
89. Menentukan Tujuan	178
90. Gunakan Petunjuk yang Mudah Dipahami	179
91. Perhatikan Komponen Penting dalam <i>Landing Page</i>	180
92. Melakukan Pengujian (<i>Trial and Error</i>)	186
93. Peninjauan Kembali untuk Page yang Terbaik	187
MEMAKSIMALKAN MEDIA PROMOSI.....	188
94. Website	189
95. Media Promosi <i>Online</i>	190
96. Media Promosi Fisik.....	190
97. Iklan Televisi	192

98. <i>Radio Commercial</i>	193
99. Brosur	195
100. <i>Broadcast Message</i>	196
101. <i>Endorsement</i>	198
DAFTAR PUSTAKA	199
TENTANG PENULIS	201