

DAFTAR ISI

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

Trik dan Teknik Membuat Copywriting	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 Bersi	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 Down to Earth	74
20. Memanfaatkan Semua Media Promosi dengan Baik	75
 MENCiptakan HEADLINE yang MENarik	 75
21. Perhatikan dan Pilih Jenis Headline yang Sesuai ...	87
22. Ingat Kembali Tujuan Awal	89
23. Gunakan Bahasa yang Persuasif	90

24. Menjelaskan Manfaat	91
25. Pola Zero to Hero	92
26. Menunjukkan Pengalaman Personal	93
27. Menceritakan Pengalaman yang Menakutkan	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 Quote 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 Value 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 Bidangnya.....	137
63. Memanfaatkan Public Figure.....	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. Re-check 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 landing page itu?	177
89. Menentukan Tujuan.....	178
90. Gunakan Petunjuk yang Mudah Dipahami.....	179
91. Perhatikan Komponen Penting dalam Landing Page.....	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 Online.....	190
96. Media Promosi Fisik.....	190
97. Iklan Televisi.....	192

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