



Asosiasi  
Digital Marketing  
Indonesia

# Belajar Penulisan untuk Digital Marketing

Ditulis oleh : Babastudio



**babastudio.com**  
DIGITAL CONSULTANT & ACADEMY

A free resource made by **Baba Studio**

# Mengapa Harus Copy Writing?

Penulisan naskah untuk jualan digital yang berkualitas adalah **KUNCI** untuk mengubah apapun ide bisnismu, dari Ekspektasi menjadi Realita!

Mungkin terdengar gampang? Sekadar menulis informasi harga, manfaat dari produkmu dan bikin orang membeli Produk tersebut?

**Nyatanya?**  
"Ngga ada yang tertarik tuh..."

Kamu bisa menjadi developer hebat, produser, freelancer, desainer grafis, e-commerce, Digital marketer, atau pemilik agensi. Tetapi, Kalau kamu tidak bisa mengkomunikasikan nilai dari produkmu itu dengan baik kepada khalayak. Wah, BAHAYA! Metode ini penting untuk kamu pelajari nih, agar kamu sukses dalam dunia digital marketing.

Karena Sekarang media pemasaran online semakin berkembang dibanding pemasaran tradisional. Peran dari teks/naskah penulisan atau copywriting sangat dibutuhkan.

Misal : Kalau kamu memasarkan produk ke 200 orang, sebelumnya hanya dibeli 2 orang. Tetapi dengan menggunakan teknik penulisan naskah yang berkualitas dan tepat, menghasilkan 10 pembeli. Itu, sudah 5x Lipat!



ADA

# #11 Metode

Nah, Untuk menyulap menjadi naskah yang menarik perhatian, Yuk mari kita pelajari Satu persatu metode Penulisan naskah untuk Jualan Digital Sekarang juga:

## #Metode - 1 = Meniru & Modifikasi



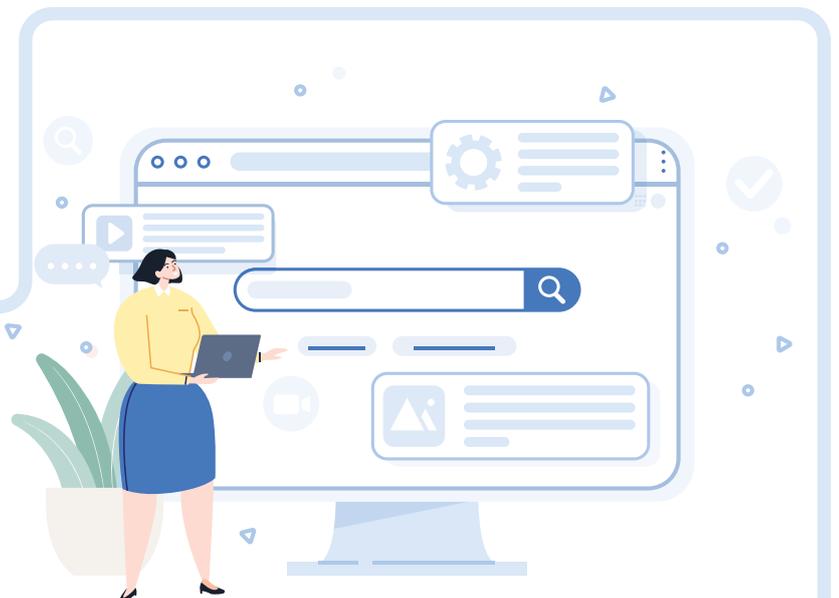
*Mempelajari cara membuat naskah yang baik dan menarik. Dengan memperhatikan struktur penulisan yang sedang populer, YA!*

[Read more](#)

## #Metode - 2 = Memaksimalkan R&D

### **Penting!**

*Memaksimalkan Research dan development. Dari buku-buku Best seller.*

[Read more](#)

## #Metode - 3

*Memfaatkan 'bias kognitif' (Kesalahan berpikir) yang tertanam pada pembaca. Ini, bisa membantu meningkatkan penjualan lho.*

[Read more](#)



## #Metode - 4



*Memfaatkan Kekuatan Komunitas.*

[Read more](#)



## #Metode - 5

*Susunan Penulisan yang mudah digunakan dan sudahteruji dengan baik.*

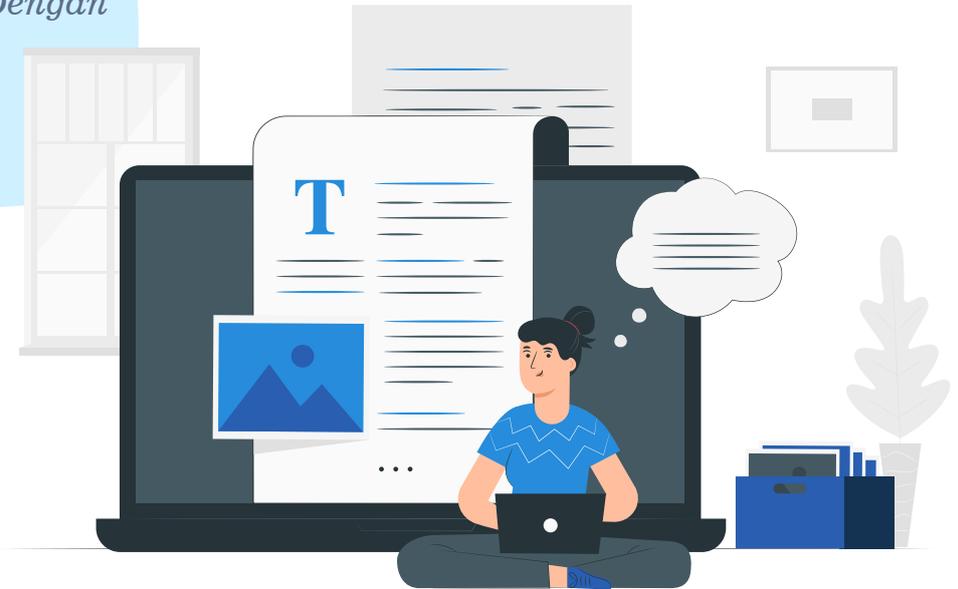
[Read more](#)



## #Metode - 6

*Struktur Naskah Yang  
Berlawanan Dengan  
Pemahaman.*

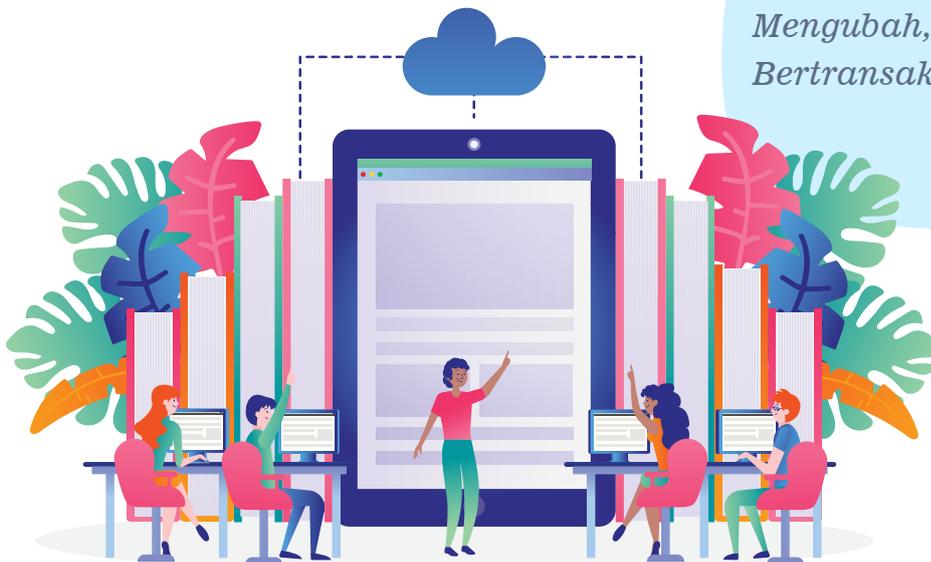
Read more



## #Metode - 7

*Mengajar,  
Mengubah,  
Bertransaksi..*

Read more



## #Metode - 8



*Nah, ini.. Kamu bisa loh, memanfaatkan perjalanan hidup dari pembaca atau audiensmu, untuk menciptakan materi marketing yang Baru.*

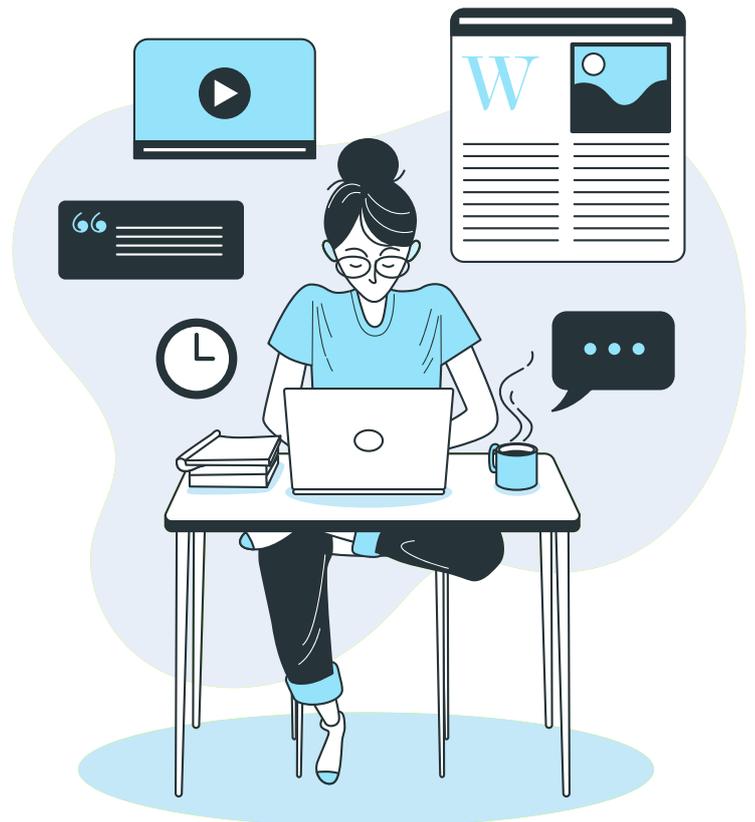
***Catat:** Saat kamu menulis, bukan kamu pahlawannya. Melainkan pembaca/ Audiensmu!*

Read more

## #Metode - 9

*Memahami Pola dasar, Pastinya!*

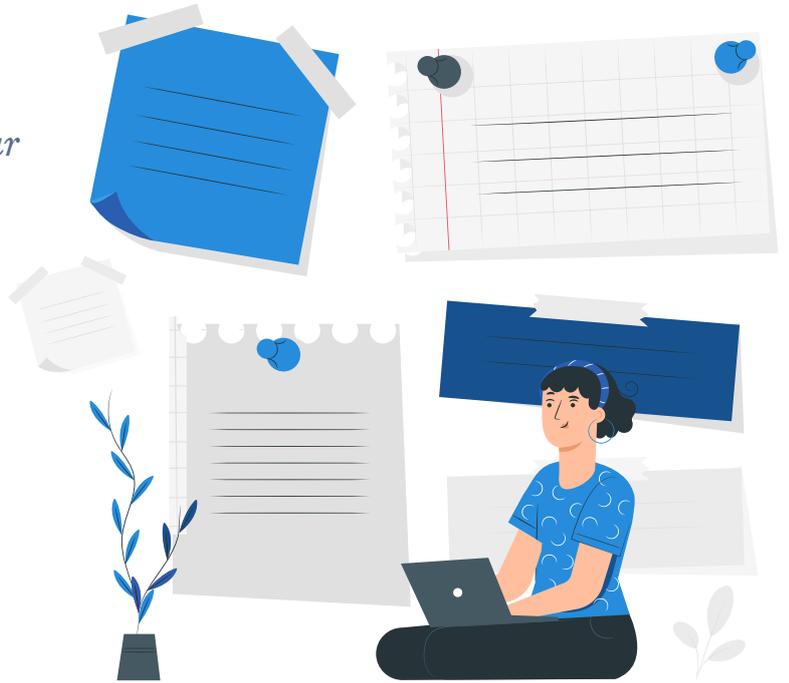
Read more



## #Metode - 10

**DATA YANG Kuat & Memiliki Nyawa**  
Menyeimbangkan 3 pilar komunikasi Persuasif (Pathos, Legos, dan Ethos) agar dapat hasil yg lebih baik.

Read more



## #Metode - 11



Dari semua metode yang sudah kamu lakukan. Terakhir, wajib meyakinkan pembacamu untuk membeli tulisanmu.

**Mengkomunikasikan nilai produkmu dengan Baik.**

Read more

## #Metode Bonus

**21** *Headline Menarik*  
**YANG PASTI MENJUAL**

Read more





## Metode -1

# Meniru & Modifikasi



Pada metode pertama ini, Ada yang perlu ditegaskan bahwa **MENIRU** tidak sama dengan **MENYALIN!**

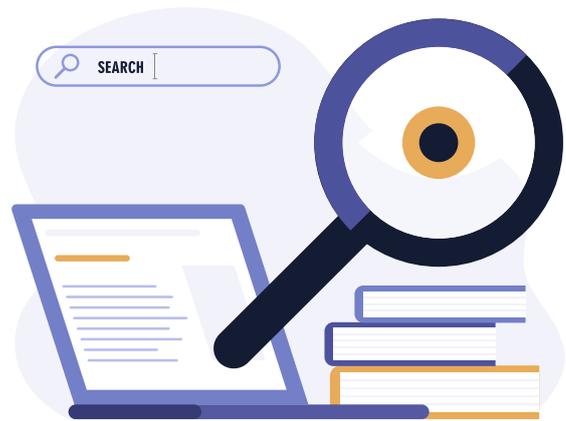
**INGAT:**

*Seseorang ngga akan bisa mendapat inovasi tanpa sentuhan imajinasi.*

Maka, Langkah yang diperlukan untuk naskahmu :

## 1. Riset

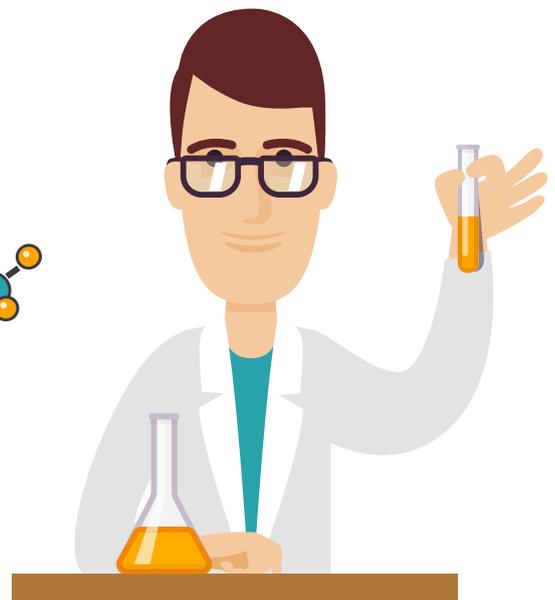
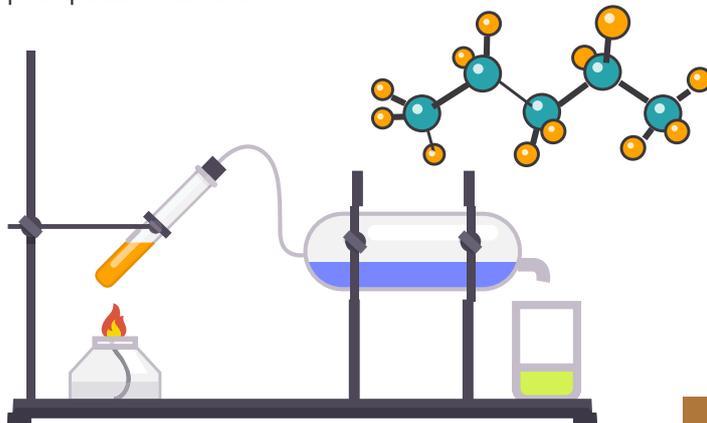
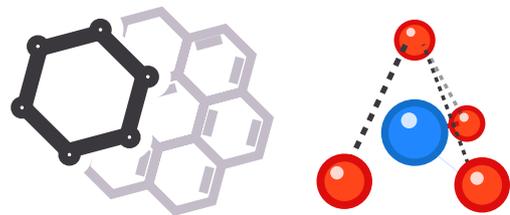
Pada langkah awal ini, Kunjungi situs-situs web populer seperti Kompas.com, Kumparan.com, IDN Times atau berkunjung ke Gramedia (dan fokus lah pada struktur tulisannya, lupakan apa yang situs itu ingin sampaikan). Setelahnya, kamu terlebih dulu bisa mulai untuk pertama kalinya di lembar kertasmu menyiapkan kalimat awal secara singkat sebagai pembuka dan kalimat akhir adalah bentuk kesan manfaat yang kamu ingin berikan kepada pembacamu.



## 2. Merumuskan

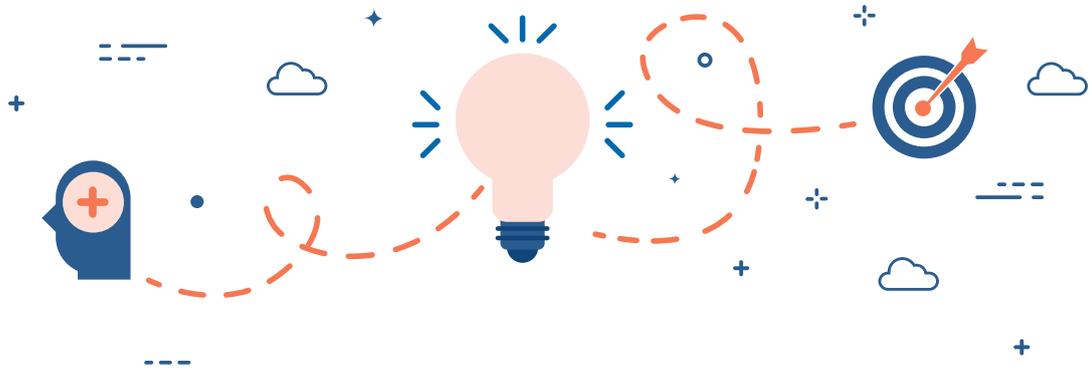
Selanjutnya, kamu menulis kembali headline dari topik yang sedang populer. Kamu cukup meniru gaya headlinenya saja dan mengeksplorasi. Mengenai materi yang ingin disampaikan tetap ada pada subjek yang sudah kamu pelajari.

Ternyata headline memiliki magnet tersendiri untuk menarik orang agar menjadi penasaran dan membuat mereka ingin meng-klik sebuah post pada situs web.



## 3. Mengembangkan

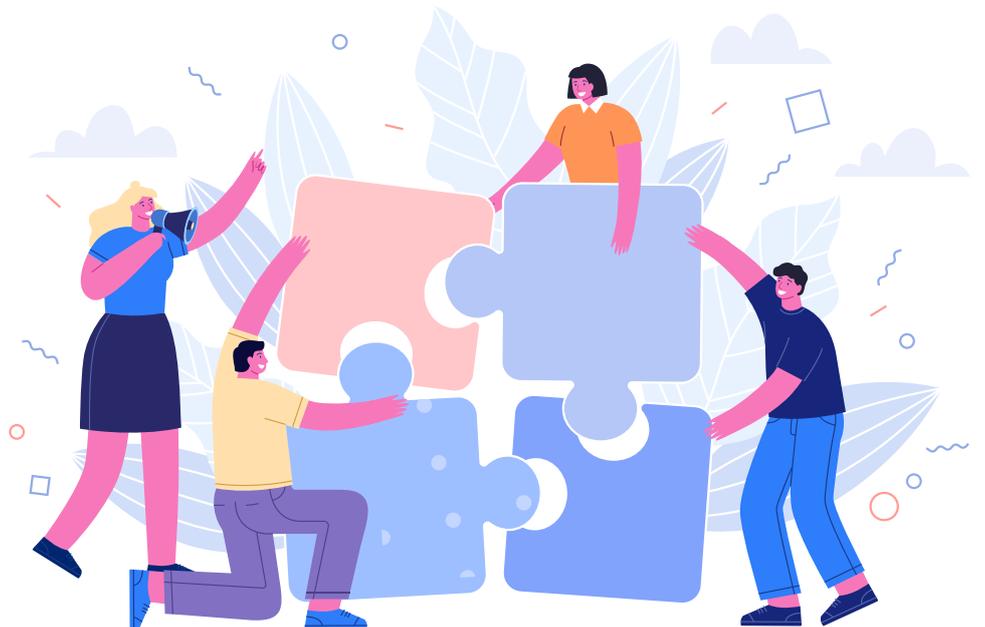
Pada hal ini, sangat diperlukan menganalisis Unsur **"mengapa"** bekerja atau tidak pada headline. Agar mengetahui headline itu Apakah memancing keingintahuan? atau Apakah headline itu menegaskan suatu keyakinan?



*Jika naskah yang sudah dibuat meyakinkan pembaca bahwa klaim kita benar, maka headline-mu berhasil bekerja!*

## 4. Adaptasi

Sederhana, disini hanya menyesuaikan saja Struktur penulisan dengan Topik yang sudah kamu siapkan.



Mengadaptasi penggunaan konten adalah cara yang bagus untuk meningkatkan marketing copywriting tanpa harus memulai dari awal setiap kali membuat sesuatu yang baru.



Meskipun begitu:

- Standar konten telah BANYAK berubah selama beberapa tahun terakhir.
- Kamu tidak bisa membaca artikel langsung di depan mikrofon lalu pekerjaanmu dianggap sudah selesai.
- Bab ini akan menunjukkan bagaimana cara menggunakan adaptasi penggunaan konten sebagai bagian dari strategi kontenmu di tahun 2020.

### *Cocokkan Konten untuk Setiap Format*

- Standar Copywriting sama sekali berbeda dari standar 2-3 tahun yang lalu.
- Saat itu, konten atau materi bisa berhasil hanya dengan mendaur ulang konten dari satu posting blog ke dalam beberapa format berbeda.
- Kini, kamu perlu mengambil ide, konsep, dan contoh dari konten orisinalmu... dan mengadaptasinya sehingga menjadi sangat cocok untuk format baru.



## 5. Memperluas

Loh, Perluas apa?  
Jadi, Di sini, topik kamu bisa lebih diperluas lagi dan penting untuk memikirkan pembacamu, ya!  
Misalnya dengan memberikan manfaat yang mendalam terhadap isi tulisanmu sehingga pembacamu menerima kesan yang tak terlupakan.



## 6. Inspirasi Awalan Headline

**INI DIA!!!**

Hal pertama yang mereka baca adalah judulnya, **Penulis cukup berikan kalimat yang singkat untuk menarik perhatian mereka.**

***PASTIKAN!** Setidaknya pada headlinemu, mencapai Aspek-aspek berikut ini :*



## Ada 33 Cara membuat Headline yang Menarik Perhatian :

### ✓ Berikan pertanyaan

- Ex : 1. Apa itu sukses?  
2. Bagaimana meningkatkan Pengunjung Website?

### ✓ Referensi peristiwa terkini

- Ex : 1. Kata Menteri Perindustrian soal UKM di Indonesia!  
2. Tips berkembang di era teknologi

### ✓ Membuat istilah Kamu sendiri

- Ex : 1. Kata Menteri Perindustrian soal UKM di Indonesia!  
2. Tips berkembang di era teknologi

### ✓ Mengungkapkan Berita (Baru/Memperkenalkan)

- Ex : 1. Hati-hati! Keamanan siber di Indonesia masih belum terjamin.  
2. Saat ini kamu harus tahu perkembangan digital marketing!

### ✓ Menyuruh Pembaca untuk Melakukan Sesuatu

- Ex : 1. Cara Membuat campaign Produk, Baca dari Awal Sampai Akhir!  
2. Diskon 50%, belanja sekarang Juga !

### ✓ Memberikan Statistik

- Ex : 1. 100+ statistik dan Fakta bisnis online.  
2. Hasil survey khusus ekonomi kreatif.

### ✓ Membuat Perbandingan

- Ex : 1. Ini dia perbedaan SEO dan SEM!  
2. Buku cetak VS Buku Dital. Menang siapa?

### ✓ Menjanjikan Informasi yang Bermanfaat

- Ex : 1. Meningkatkan pengunjung website hingga 101%  
2. Tips sukses menjual produk tanpa harus bertatap muka langsung dengan pembeli.

✓ **Penawaran Langsung**

- Ex : 1. Les digital marketing, Dijamin bisa lancar menggunakan marketplace dalam Waktu 2 Bulan  
2. Beli Produk kami! Akan kami antarkan langsung ke lokasi anda!

✓ **Menceritakan Cerita Singkat**

- Ex : 1. Implementasikan context Aware dalam lingkungan pervasive computing menggunakan UPNP network  
2. Metode Pengenalan Sosial Media Marketing untuk meningkatkan digital marketing.

✓ **Membuat Rekomendasi**

- Ex : 1. 5 Rekomendasi Situs Fintech Terpercaya  
2. 10 Rekomendasi Judul Naskah Best Seller.

✓ **Memberitahu Manfaat**

- Ex : 1. Penyedia hosting VPS Terbaik (2020) Pro dan Kontra  
2. 6 Kesalahan fatal pemasarann Email (dan solusinya).

✓ **Menggunakan Testimoni**

- Ex : 1. 5+ Testimoni Gel Jerawat Nampol Mampu membasmi Hingga Bekasnya  
2. 15 Finalis Putri kecantikan percayakan Shampoo Ajaib Kami.

✓ **Membangkitkan Rasa Ingin Tahu**

- Ex : 1. Bocoran! Ini cara menggunakan email marketing!  
2. Blog kamu masih sepi pengunjung? Mungkin 3 hal ini penyebabnya!

✓ **Janji Akan Mengungkapkan Rahasia**

- Ex : 1. Rahasia menjadi orang kaya!  
2. Mengungkap rahasia naskah-naskah kuno!

✓ **Menjadi Luar Biasa Spesifik**

- Ex : 1. 10 Smartphone terbaik untuk anda yang suka selfie  
2. Panduan agar jualanmu laris!

- ✓ **Sasar Bagian penting dari Audiensmu**  
Ex : 1. Panduan lengkap Blogger untuk membuat situs web.  
2. Ini 10 fitur keren dari whatsapp.
- ✓ **Headline Berbasis Waktu**  
Ex : 1. Sukses kampanye marketing di tahun 2020  
2. Meningkatkan Pengunjung yang Wksplosif di tahun 2020
- ✓ **Urgensi Stres / Kelangkaan Tabungan/ Nilai**  
Ex : 1. 102 Formula Judul Artikel Blog
- ✓ **Menyampaikan Kabar Baik**  
Ex : 1. Ini dia cara yang akan memudahkanmu meningkatkan SEO!  
2. Cara ampuh agar kamu bisa rajin menabung
- ✓ **Menantang Pembacamu**  
Ex : 1. Kalau mau kaya ngapain sekolah!  
2. Mengarang novel itu gampang!
- ✓ **Soroti Jaminan yang akan kamu berikan**  
Ex : 1. Cara meningkatkan pendapatan bulanan hingga 80%  
2. Strategi mengembangkan bisnis online dalam 30 hari !  
Lebih asik lagi bila kedua contoh tersebut digabungkan menjadi 1 :  
1. Meningkatkan pengunjung website hingga 80% dalam 30 hari !
- ✓ **Nyatakan Harga (sebagai manfaat)**  
Ex : Barang serba Rp10.000 + Gratis Ongkir, Ayo Serbu!
- ✓ **Mengatur (seakan-akan) ada Kontradiksi**  
Ex : 1. 9 Cara Saya Mendapatkan Uang dari Internet  
2. Teknik SEO yang Percuma dan Tidak Lagi Bermanfaat

✓ **Menyampaikan Keberatan/Kekhawatiran Pembaca**

Ex : Tenang! BPJS Masih Gratis Kok!

✓ **Terdengar Gila**

Ex : 1. Bagaimana membuat Humor dalam Blog?

2. 10 Benda Terkecil di dunia Yang tidak anda Percayai Sebenarnya ada.

✓ **Membawa Mereka ke Tanah Perjanjian**

Ex : 1. Konten Ini akan membuat anda tipe judul yang benar.

2. 5 hal yang dapat membuat karirmu cepat melesat!

✓ **Mendemonstrasikan ROI**

Ex : Cara Mengetahui Rasio Buka dan Rasio Klik-Tayang yang dapat menguntungkan Digital Marketing.

✓ **Alasan Mengapa Headline**

Ex : Mengapa SEO sangat Diperlukan di dunia digital marketing? Ini alasannya!

✓ **Daftar/Jawab Pertanyaan**

Ex : Pertanyaan yang sering ditanya pembeli di Email? Ini Jawabannya !

✓ **Menekankan Nilai dari Penghematan Biaya**

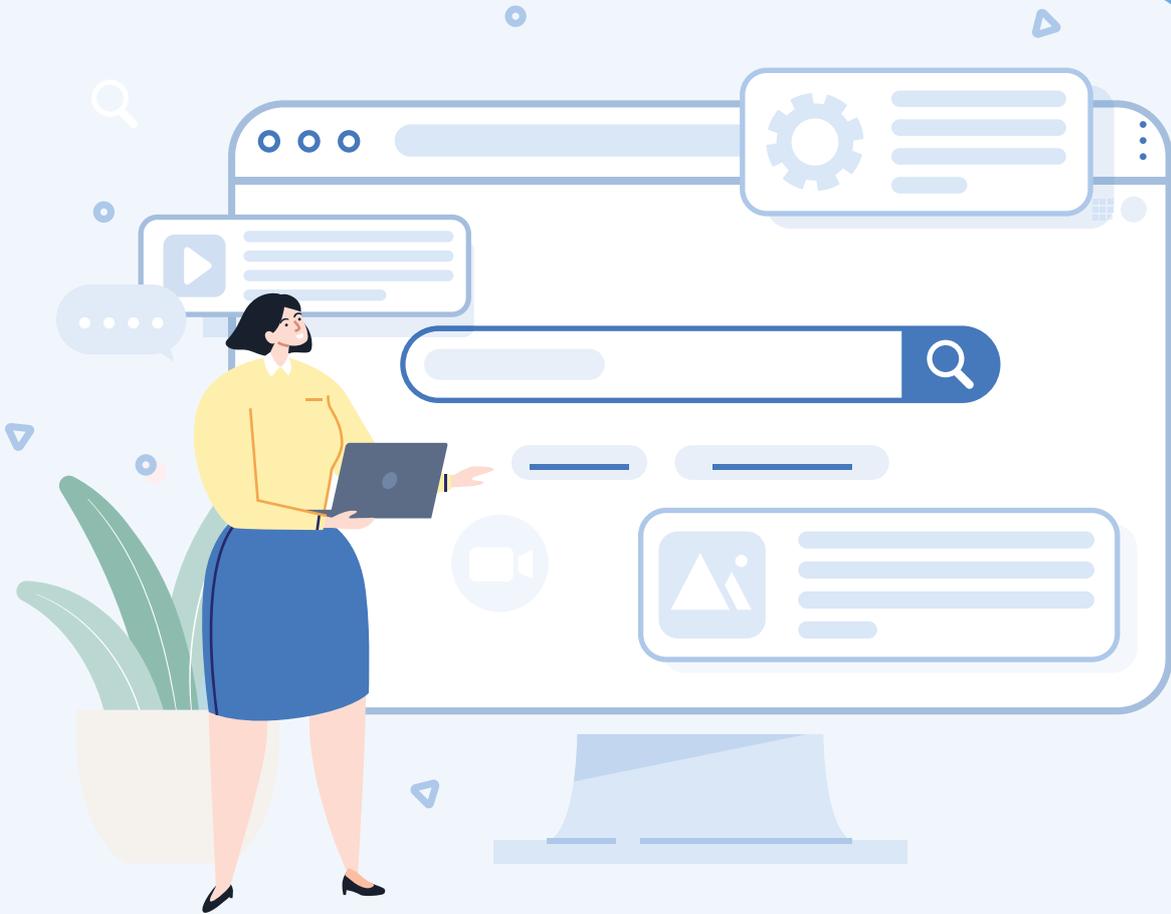
Ex : Anda Ingin Hemat Biaya? Jangan Terapkan Program ini!

✓ **Menyorot Biaya dari Kesalahan**

Ex : 6 Kesalahan Fatal Sales B2B yang patut dihindari

✓ **Menyatakan/Menyampaikan Tujuan Pembaca**

Ex : 9 Fakta Digital Maketing yang Dapat mengejutkan Anda



## Metode -2

# R&D

## Memaksimalkan **Research & Development**



**Research and Development** merupakan arti dari penelitian dan pengembangan.

R & D bisa menjadi langkah untuk mengembangkan produk baru maupun produk yang sudah ada.



*Menyambung Metode Pertama,  
Dalam Memaksimalkan R&D sangat memperhatikan  
Riset yang jauh lebih mendalam.*

**Lalu, Langkah yang bisa kamu lakukan adalah :**

1. Saat mengunjungi toko buku atau situs web populer, lakukan penelitian. Jangan menilai buku dari sampulnya, melainkan sub-judulnya.
2. Mengadaptasi Sub-judul tersebut, dengan menggunakan struktur yang sedang populer dan subjek yang sudah kamu miliki.



## Mari kita coba:

Sebagai contoh, postingan tayang trending topic bulan ini adalah fesyen anak kuliah. Dari topik tersebut, Kamu bisa menulis daftar headline yang memungkinkan untuk dijadikan sebuah artikel.

Misalnya seperti "X Rekomendasi Sepatu Kuliah Mahasiswa yang Stylish dan Tahan Lama", "Anti Jebol Meski Kuliah Sehari", atau "Tetap Terlihat Rapi Meski Pakai Celana Sport ke Kampus".

Nah, judul-judul tersebut tentu saja masih dapat diubah. Namun, setidaknya kamu memiliki gambaran harus dan akan menulis apa.

Jika sudah selesai menulis salah satu artikel, kamu bisa menulis daftar judul atau headline yang lebih menarik dari judul awal tersebut. Lalu, mintalah pendapat kepada orang-orang yang selera kamu percaya untuk membantu menentukan judul yang paling tepat.

## Contoh Subjudul menarik perhatian :





## Metode -3

# Memfaatkan Bias Kognitif

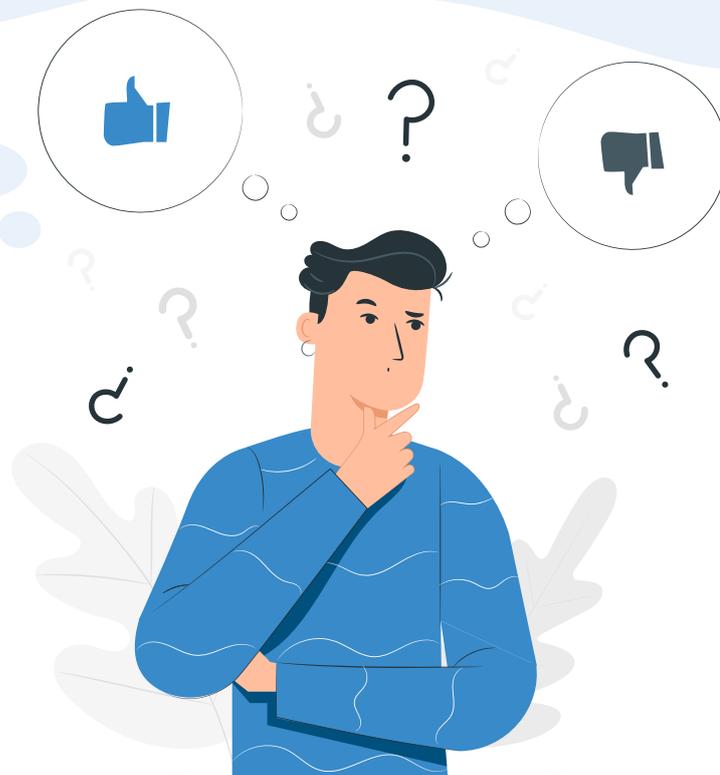


*Memfaatkan 'bias kognitif' (Kesalahan berpikir) yang tertanam pada pembaca. Ini, bisa membantu meningkatkan penjualan lho.*

**INGAT!!!**

**Bias Kognitif** sering diartikan sebuah kesalahan berpikir manusia.

## Bias kognitif sering menjadi Kontroversial, Tapi jangan diabaikan, lho!



Sebelum menyelami metode kali ini, akan dijelaskan sedikit bahwa Pembaca atau audiens kita memiliki bias kognitif/kesalahan berpikir terkait dengan produk, merek, dan industri, Hal tersebut sangat memengaruhi proses pengambilan keputusan pembaca atau audiens kita. Lalu, dengan kamu Mengetahui bagaimana cara memanfaatkan kekuatan dari kesalahan pembaca atau audiens. Berarti itu sudah berhasil memanipulasi Dan mampu membuat naskah Berkualitas dan pamungkas.

Bias Kognitif yang diketahui saat ini ada **180**. Pada metode ini, hanya menjelaskan bias yang sudah sangat melekat pada masyarakat.

## Lalu, Langkah mengkomunikasikan ke dalam naskah berdasarkan 5 Bias kognitif utama adalah :

### Bias : yang Kuat Tertanam

Orang seringkali terlalu bergantung pada informasi yang pertamakali mereka dengar.

Kamu bisa memanfaatkan bias ini karna, memungkinkan kamu untuk membantu pembacamu melihat nilai dari apa yang kamu jual dengan jelas.

Langkah Menerapkannya :

1. Grafik perbandingan harga dengan pesaingmu
2. mencoba untuk mencari tahu lebih dalam menyesuaikan kebutuhanmu'



### Bias : Efek ikut-ikutan

Sebuah fenomena di mana tingkat penyerapan ide, mode dan tren meningkat dengan semakin banyaknya orang yang mengadopsi. "Dengan begitu Efek ikut-ikutan meningkat karna banyaknya jumlah orang yang melakukannya"

Dengan mengetahui bahwa pembaca atau audiensmu dipengaruhi oleh "Banyak Orang" tentu hal tersebut dapat kamu isi dalam naskahmu dan kamu tunjukkan bahwa

- a. Mereka tidak sendirian dalam mengambil tindakan tersebut, dan / atau
- b. Mereka mungkin ditinggal sendiri jika tidak mengambil tindakan tersebut..

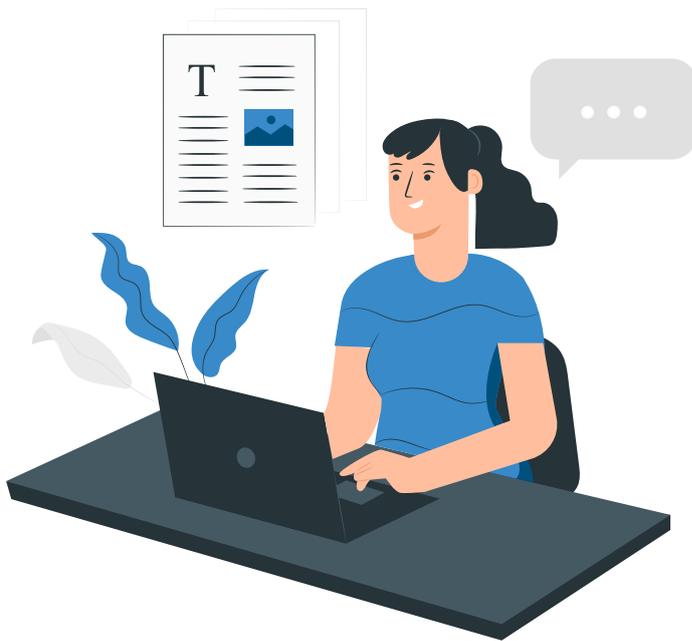
### Lalu, Cara menerapkan ke naskahmu :

1. Dalam headlines, kamu dapat menggunakan frasa seperti "Sudah terbukti dan teruji...", "Ribuan Orang Telah Merasakan ...", Dilihat dari studi Kasus demi Kasus"
2. Siratkan kata-kata seperti "Jangan Ketinggalan.."
3. Dan berikan, Bukti sudah terjadi dimana-mana.



**Bias : Bias Mendukung Pilihan**

Secara umum, pembaca atau audiensmu telah membuat pilihan untuk membaca naskah kamu, membeli produk atau menggunakan layananmu. Maka, Tingkatkan dan bantu mereka merasa puas serta buat mereka merasa bahwa memilih produkmu adalah alasan yang tepat dan harus

**Cara menerapkan prinsip ini :**

**Sebelum Penjualan :** Tindakan mengajak, kamu harus menunjukkan testimoni positif untuk meyakinkan Pembacamu..  
**Setelah penjualan:** Kita dapat menggunakan bahasa positif seperti "Pilihan yang bagus!". Juga jangan lupa mengucapkan terima kasih atas pembelian mereka, itu sebabnya disebut halaman terima kasih. Penghargaan sangat berarti.

**Bonus tanpa pemberitahuan!** cara ini memungkinkan untuk membuat pelanggan puas dan mampu mengubah kemungkinan pengembalian dana (feedback).

**Bias : Bias Pro-Inovasi****Cara menerapkan prinsip ini :**

1. Saat kita berbagi fitur dan manfaat, jelaskan mengapa produk tersebut inovatif .
2. Contoh : "AC yang baik untuk kesehatan" (itu fitur), "Dapat membasmi nyamuk" (itu adalah manfaat).
3. Maka itu adalah inovasi baru dari inovasi lama yang sudah berkembang.
4. Bahkan jika hal tersebut tidak inovatif bagi kita, bisa saja inovatif bagi pelanggan kita
5. Contoh saja, orang yang mengetahui definisi handphone, menurutnya itu tidak inovatif. Tetapi, jika orang yang belum pernah mendengar. Hal itu menjadi inovatif!

Ada perbedaan besar antara fitur dan manfaat.

Fitur hanya menjelaskan isi yang kamu berikan pada produkmu.

Sedangkan manfaat adalah keuntungan yang bisa mereka rasakan melalui fitur itu.



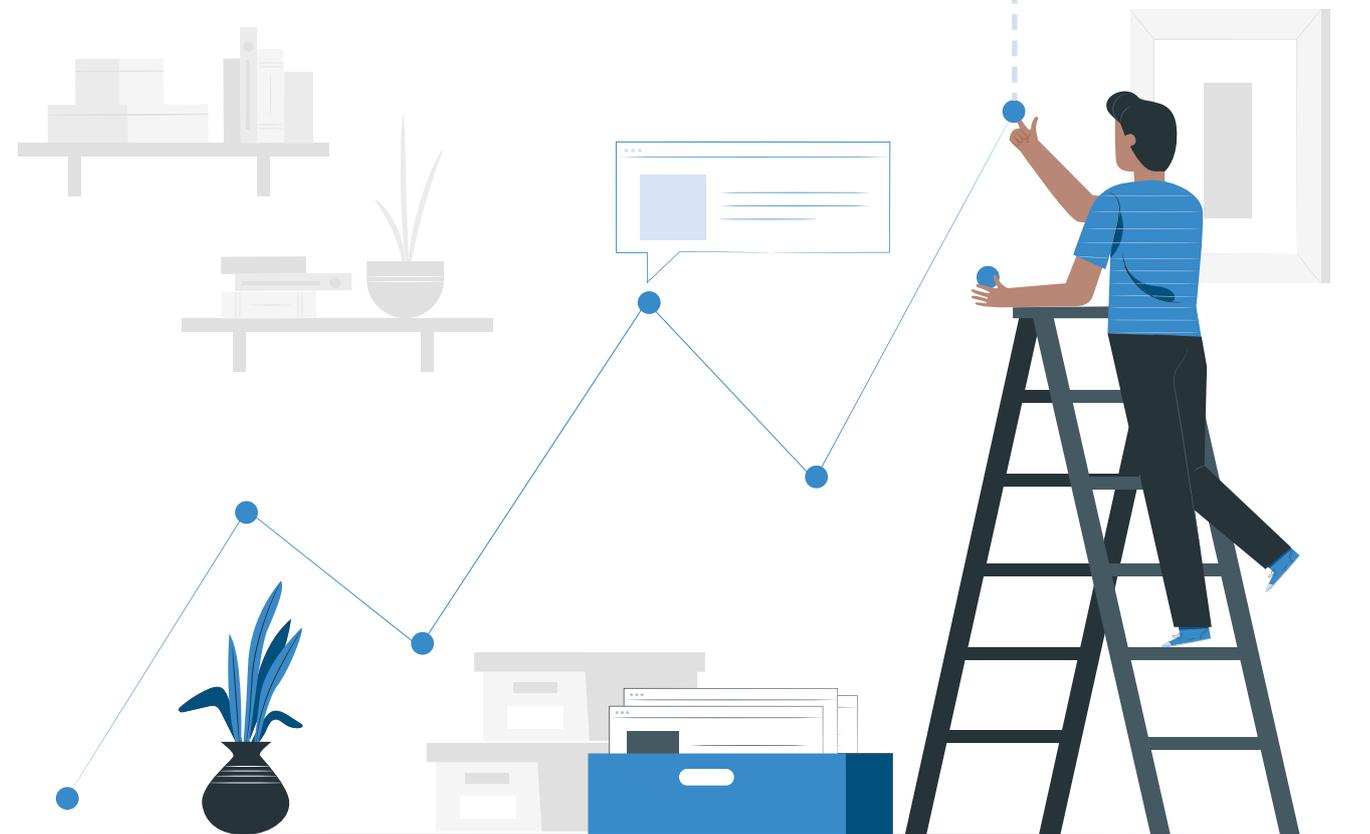
**Bias : Bias Tanpa Resiko**

Pada bias ini sedikit membingungkan, tetapi kamu mungkin familiar dengan menghapus resiko dalam pemasaran?

Biasanya jaminan uang kembali.

**Lalu, Cara menerapkan prinsip ini :**

1. Pembacamu tidak pandai membandingkan antara "membeli vs tidak membeli". berarti tugasmu adalah menunjukkan nilai DI LUAR matematika sederhana itu aja.
2. Buat mereka membayangkan kehidupan dengan atau tanpa produk atau layananmu.
3. Mengecilkan risik, pembeli menyesal membeli produkmu. Menyoroti manfaat pembelian, dan Mendukung manfaat itu dengan alasan yang masuk akal





## Metode -4

# Kekuatan Komunitas



*Salah satu yang paling penting untuk dipertimbangkan seorang pengusaha adalah naskah marketingnya. sebagai pengusaha, naskah tersebut adalah sumber hidup setiap penjualan - pundi rupiah - yang di hasilkan.*

## Untuk mengetahui cara paling praktis memperbaiki tulisanmu adalah masuk ke pemikiran pembacamu. Bisa dengan :

1. **Mempelajari penderitaan** pembaca atau audiensmu, Kamu mempelajari pembacamu akan sebuah kebutuhan yang ingin mereka capai.
2. **Mengenali ketakutan** pembaca atau audiensmu, Pada dasarnya sifat pembaca adalah pintar. Maka pembaca tidak akan mudah begitu saja percaya dan membeli dari produkmu. Hal ini yang akan membuatmu untuk mengenali apa apa saja yang menjadi ketakutan mereka.
3. **Merenungi keinginan** pembaca atau audiensmu, Kamu Bisa dengan bebas menentukan produk apa yang ingin kamu pasarkan untuk pembacamu. Dan memuaskan seluruh keinginan mereka dengan baik.

Untuk bisa memanfaatkan kekuatan komunitas, Sebetulnya, Tidak mudah untuk masuk ke dalam pemikiran orang lain, itu tidak selalu pas dan terkadang gaya mereka tidak masuk akal bagi kita. TETAPI, itu menjadi kunci dari pembuatan tulisan yang akan mendorong tindakan mereka.

... dan seorang tidak dapat melakukannya tanpa sebuah luapan **emosi**.

**INGAT!!!**

**Empati** adalah emosi yang kita butuhkan untuk terhubung dengan seseorang.

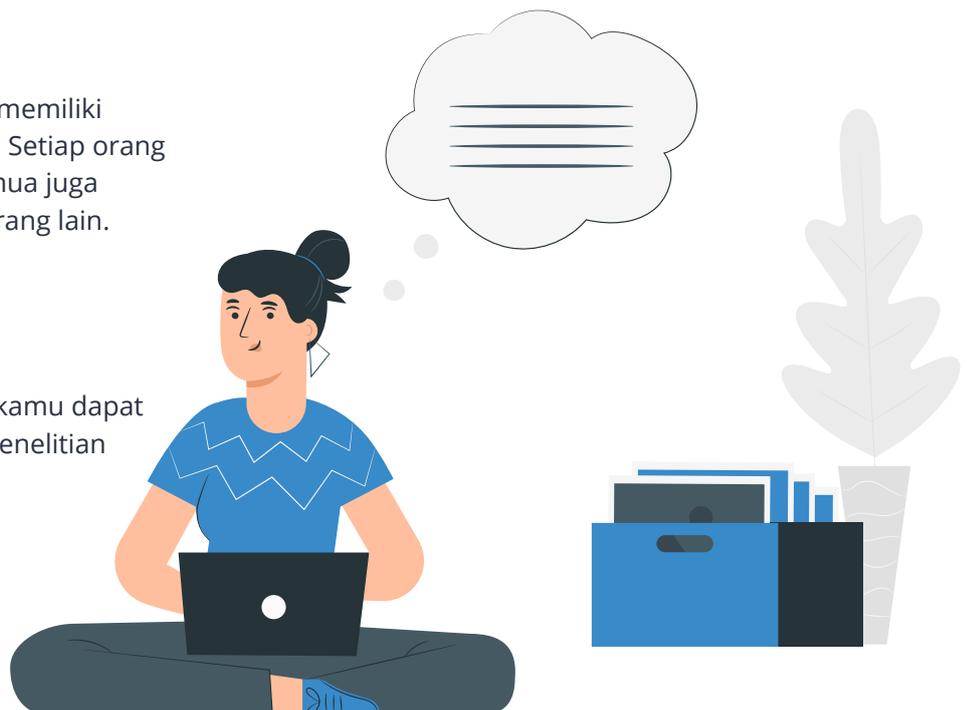
## Bagaimana mengeksplorasi empati "Pembaca/Audiensmu"?

### Pertama

Ingat saja, semua orang memiliki empati, kecuali psikopat. Setiap orang memiliki empati dan semua juga menginginkannya dari orang lain.

### Kedua

Sampai ke titik menulis, kamu dapat menggunakan metode penelitian 'Arbitrase Komunitas'.



# 'BUTIR POIN'!

Sebelum Jauh, kita perlu memahami satu istilah penting yang berhubungan dengan copywriting.  
Istilah itu adalah "butir poin".

Dalam sebagian besar penulisan, 'butir poin' digunakan untuk merangkum atau mengumpulkan daftar poin terkait, dengan naskah yang digunakan serupa tetapi dengan satu perbedaan utama. Fokus dari butir poin-poin ini bukanlah jumlah dari informasi! karena 'Butir poin' adalah **kumpulan manfaat penting bagi pembaca**. Itu bisa merupakan sekumpulan **fitur**, tetapi penting bahwa setiap fitur mencantumkan manfaat dengan jelas.

## Mengapa?

Karena dalam penjualan produk. Fitur memang wajib ada, tetapi fitur tanpa manfaat tidak akan mampu menjual dikarenakan sebagian pembaca tidak mengerti.

## Berikut ini Butir-butir poin untuk headlinemu

1. Merangkum fitur dan manfaat utama.  
Ex : Pendingin Ruangan Yang dapat membasmi Nyamuk
2. membimbing pembacamu di sepanjang halaman.  
Ex : Langkah-Langkah Menyuksesan Kampanye marketing
3. Mereka sangat pandai untuk menegaskan kembali klaim pada headline.  
Ex : Pembaca Dengan Sangat mudah menegaskan  
Headline yang mengundang kontroversi
4. Dapat berisi "*hook*" atau Pengait berupa umpan yang terbuka dan dapat memancing suatu tindakan.  
Ex : Ada diskon 50% lho! Buruan Belanja Sekarang Juga !

