

Seminar Nasional “Strategi Copy Writing Untuk Promosi Online”



Disusun Oleh:

**NAMA DOSEN: Sri Muryani, M. Kom
NIDN: 0313018109**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
PROGRAM STUDI INFORMATIKA
UNIVERSITAS NUSA MANDIRI
TAHUN 2023**

=====

LAPORAN HASIL KEGIATAN

Seminar Nasional “Strategi Copy Writing Untuk Promosi Online”

=====

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kegiatan

Penggunaan internet sudah sangat berkembang pesat dan akan terus meningkat yang sekarang telah merubah gaya hidup. Orang dulunya membaca di koran sekarang membaca berita di smartphone, dulunya sering nonton tv sekarang sering nonton youtube.

Begitu juga dengan aktifitas pemasaran, sekarang sudah lebih maju menggunakan cara online atau internet marketing.

Ada banyak media digital yang bisa dimanfaatkan, jika baru memulai sangat perlu mempelajari bagaimana memilih dan menggunakan media digital internet yang tepat. Karena itulah disini kami akan membantu anda cara memulai pemasaran online dengan strategi internet marketing. Tujuh langkah pemasaran online antara lain:

1. Memahami peran dan fungsi media digital
2. Memetakan segmen market bisnis anda
3. Memilih media digital yang tepat
4. Mulai menerapkan internet marketing yang baik
5. Membuat dan mendistribusikan content marketing
6. Menggunakan iklan digital marketing
7. Membangun database customer

Website adalah media halaman selain menyampaikan informasi, bisa digunakan untuk jual beli memasarkan produk dan jasa. Website dibuat oleh sang pemilik dengan akses yang bebas untuk mendesain dan mengisi konten apa saja yang diperlukan.

Marketplace adalah situs yang disediakan sebagai tempat jual beli secara aman, semua penjual bisa membuat toko online di marketplace dan pembeli juga bisa bebas melakukan transaksi dengan sistem yang ditentukan oleh pihak marketplace.

Toko online adalah website yang fungsinya lebih diutamakan sebagai toko yang memajang produk-produk secara online agar visitor bisa leluasa memilih dan melakukan order secara online. Sosial Media adalah media untuk berkumpul, berinteraksi, bersosialisasi secara online namun juga bisa digunakan sebagai akun bisnis.

Copywriting bisa diartikan sebagai salah satu teknik menulis yang digunakan guna menghasilkan sebuah produk tulisan di mana bisa membuat pembaca memberikan respons sesuai dengan apa yang diinginkan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kegiatan

Maksud dan tujuan dari seminar adalah memahami peran dan fungsi media digital, memilih media digital yang tepat, menerapkan internet marketing yang baik, menggunakan iklan digital marketing serta menggunakan copy writing untuk melakukan promosi online sehingga bisa meningkatkan penjualan produk.

BAB II

LAPORAN KEGIATAN

2.1. Bentuk Kegiatan

Seminar Nasional yang diselenggarakan oleh UMKM Naik Kelas dengan Tema “Strategi Copy Writing Untuk Promosi Online” yang dilaksanakan secara daring melalui media Zoom Meeting.

2.2. Pelaksanaan Kegiatan

Seminar Nasional dengan Tema “Strategi Copy Writing Untuk Promosi Online”, dilaksanakan pada :

Tanggal : Senin, 6 Maret 2023

Waktu : 10.00-12.00 WIB

Tempat :

<https://us06web.zoom.us/j/88107556794?pwd=d3JkSmE0OXhJVFdsdmJuNmE2YXVjZz09>

Meeting ID : 881 0755 6794

Passcode : UNK0601

Acara dimulai pada pukul 10.00 dengan terlebih dahulu peserta melakukan registrasi. Adapun bertindak selaku narasumber webinar adalah Bapak Dr. Dede Suleman, MM Certified Digital Marketing (BNSP) merupakan dosen Universitas Pembangunan Jaya. Dengan moderator Ibu Hanifah Ihsaniyati.

2.3. Hasil Kegiatan

Pemateri utama adalah Bapak Dr. Dede Suleman, MM Certified Digital Marketing (BNSP) merupakan dosen Universitas Pembangunan Jaya. Beliau menyampaikan materi tentang Strategi Copy Writing Untuk Promosi Online.

Copy Writing

Copy Writing adalah the task of writing text for advertising atau dengan kata lain tulisan yang dibuat untuk keperluan periklanan (Santosa, 2009). Copy terdiri dari beberapa bagian, yaitu

- ✓ Headline
- ✓ Subheadline
- ✓ Body copy
- ✓ Call to action (CTA)
- ✓ Tagline / slogan

Headline, atau judul, atau tajuk, atau teks yang biasanya dibuat paling menonjol dengan ukuran huruf yang lebih besar dan warna yang menarik biasanya unsur yang paling pertama dilihat oleh pembaca.

Subheadline adalah bagian dari headline yang berfungsi untuk mempertegas atau memperjelas makna dari headline utama.

Bodycopy Bodycopy merupakan suatu bagian untuk menerangkan atau menjelaskan secara jelas dan detail tulisan apa yang ingin disampaikan. Isi teks yang bagus dan kreatif mampu membuat pembaca penasaran sekaligus memiliki daya tarik agar pembaca mau membaca secara keseluruhan.

Call to action singkatnya, CTA merupakan gambar, tulisan, atau ucapan yang mendorong pelanggan dan pengunjung website untuk melakukan action. Baik itu membaca artikel lebih lanjut, membeli sesuatu, menggunakan jasa yang ditawarkan, atau mungkin berlangganan newsletter blog dari website tersebut.

Tagline akan mewakili perusahaan, sehingga setiap menampilkan logo perusahaan maka tagline akan ikut dicantumkan. Sementara slogan dibuat spesifik mengikuti produk dari suatu perusahaan.

Kenali Target Konsumen Anda

Hal pertama yang perlu anda lakukan adalah mengidentifikasi karakteristik calon konsumen, sehingga anda akan tahu apa yang mereka butuhkan serta cara terbaik untuk berkomunikasi dengan mereka.

Pahami fitur-fitur unggulan dari produk atau layanan anda. Setelah mengetahui berbagai masalah yang dihadapi calon konsumen, pastikan produk atau layanan anda bisa menjadi solusinya. Oleh karena itu, buatlah daftar fitur unggulan produk anda.

Konsep AIDA Dalam Copy Writing

AIDA merupakan singkatan dari Attention, Interest, Desire, dan Action. Keempat komponen ini mampu mengubah halaman kosong menjadi tulisan atau konten yang berkesan, menarik minat, bahkan membuat orang lain menjadi terpengaruh setelah membaca tulisan atau konten tersebut.

1. Attention (Perhatian)

Anda perlu mengundang perhatian calon konsumen. Sehingga mereka bisa tertarik untuk membaca copy anda lebih lanjut. Caranya dengan menggunakan kalimat yang menggugah rasa penasaran.

2. Interest (Minat).

Selanjutnya anda perlu menarik minat calon konsumen. Caranya dengan menyebut permasalahan yang mereka alami atau menawarkan solusi. Tahap ini penting agar calon konsumen paham apa yang mereka butuhkan.

Contoh:

- Kini anda tak perlu berpikir tentang cara membuat website. Disini anda bisa melakukan dengan beberapa klik.
- Milo Activ-Go mampu melengkapi kebutuhan energi anak.
- Dapatkan rambut indah dan bebas ketombe dengan sampo ini.

3. Desire (Keinginan)

Sekarang calon konsumen tahu bahwa ada yang mereka butuhkan, tapi bagaimana caranya agar mereka yakin dan mau memilih anda? Nah, disinilah fase desire dibutuhkan. Anda perlu menampilkan fitur unggulan yang menjadi keunikan produk atau layanan anda.

Contoh:

- Nikmati kemudahan membuat website disini. Mulai dari domain gratis dan sertifikat SSL unlimited.
- Formula total protection membasmi bakteri hingga 99,99% kuman dan bakteri.

4. Action (Aksi)

Terakhir, anda perlu memberi satu instruksi yang jelas pada calon konsumen. Tujuannya agar mereka tahu kemana harus membeli produk anda. Instruksi ini biasa disebut call to action.

Contoh:

- Yuk buat website disini
- Telpon ke 08123456789 untuk memesan Formula Protection. Klik untuk memesan.

Memperhatikan Struktur Konten Dalam Copywriting

✓ Membuat headline yang menarik

Headline adalah hal pertama yang akan dilihat oleh calon pelanggan. Headline yang akan menentukan apakah si calon pelanggan akan tertarik membaca copy-mu atau tidak. Karena itulah sangat penting untuk membuat headline yang bisa menarik calon konsumen.

✓ Penawaran

Penawaran adalah hal yang bisa membuat orang yang awalnya tidak tertarik dengan produkmu, menjadi tertarik dan membeli produkmu. Di bagian penawaran ini, kamu harus tau masalah apa yang dialami calon pembelimu, dengan begitu, kamu bisa menawarkan kepada mereka bahwa kamu punya solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Dalam bagian penawaran perlu dicantumkan beberapa hal, yaitu pengantar yang merupakan penawaran dalam bentuk cerita sebagai upaya membangun kedekatan dengan calon pembeli. Kemudian cantumkan deskripsi produk yang menjelaskan tentang produk apa yang kamu jual, tunjukkan bahwa produk ini bisa mengatasi permasalahan yang dialami si calon pembeli. Dan yang paling penting adalah beritahu secara detail impact atau manfaat apa yang akan si pembeli dapat apabila membeli produk ini.

✓ Alasan

Alasan adalah hal yang penting agar pembeli tertarik dengan produk yang kamu jual. Disini kamu harus menjelaskan kenapa produk kamu harus dibeli, kenapa produk kamu lebih baik daripada kompetitor dan berbagai pertanyaan lain. Kamu harus bisa membuat yakin si calon pembeli dengan menggunakan alasan yang kuat.

✓ Bonus

Pernah nggak membeli suatu barang bukan karena kamu membutuhkannya, tetapi karena adanya bonus menggiurkan yang ditawarkan? Ya! Adanya bonus akan semakin membuat si calon pembeli tergiur dengan produk yang dijual.

✓ Testimoni.

Pernah beli barang di e-commerce? Nah, setiap mau membeli barang di e-commerce, rating dari barang yang akan kamu beli pasti menjadi pertimbangan kan? Semakin tinggi ratingnya, orang-orang akan semakin percaya dengan produk tersebut.

✓ Call To Action

Call to action adalah ajakan bagi si calon pembeli untuk melakukan action, yaitu membeli produk yang kamu tawarkan. Contoh call to action seperti “Beli sekarang!”, “Beli sekarang, stok terbatas!”, “Dapatkan informasi terbaru dengan mengikuti akun sosial media kami!” dan lain-lain

BAB III

PENUTUP

3.1. Kesimpulan

Dengan mengikuti Seminar Nasional dengan Tema “Strategi Copy Writing Untuk Promosi Online”, diharapkan para peserta bisa memahami konsep copy writing untuk promosi online. Peserta memahami peran dan fungsi media digital, memilih media digital yang tepat, menerapkan internet marketing yang baik, menggunakan iklan digital marketing serta menggunakan copy writing untuk melakukan promosi online sehingga bisa meningkatkan penjualan produk.

Memperhatikan struktur konten dalam copywriting yaitu membuat headline yang menarik, memberikan penawaran, alasan calon konsumen supaya tertarik, memberikan bonus, melihat testimoni dan call to action (CTA).

3.2. Saran

Seminar nasional yang sangat luar biasa dan interaktif diharapkan pada peserta memahami fungsi copy writing.

Lampiran

Lampiran 1. Sertifikat.



Lampiran 2. Flyer Webinar



Lampiran 3. Bukti Kehadiran

