



pujiyanto

TAGL!NE



Tim Kreatif dalam *Advertising*

Art Director



Copywriter

Visual

Verbal

Layout

Teks Iklan

Gambar

SFX



Syarat menjadi Copywriter

- Penguasaan bahasa (EYD)
- Diperlukan penguasaan berbagai bahasa
- Mampu menulis dengan baik dan benar
- Mengetahui Kode Etik Periklanan
- Tidak menyerempet SARA
- Mengerti berbagai keilmuan:
Seni, Psikologi, Sosiologi, Ekonomi, Ekologi,
bahkan Seksologi
- Menjadi Salesmen dalam tulisan.



Teknik penyampaian pesan

1. Tujuan *copywriting*: Menjual produk/jasa yang kita iklankan.
2. Tidak harus mendemonstrasikan kemahiran menulis, tetapi “*inside out*” tentang produk/jasa yang kita iklankan atau kompetitornya.
3. Bila ada kelemahan (*weakness*) pada produk/jasa, tunjukkan kekuatannya (*strength*).
4. Jangan membohongi tetapi mendramatisir

Membohongi: Memberikan informasi tentang sesuatu yang tidak benar sebagai benar dengan maksud untuk mengecoh, menipu, atau memperdaya lawan bicara atau sasaran (konsumen).

Mendramatisir: Memberikan informasi tentang sesuatu yang benar dengan cara melebih-lebihkan (*exaggeration*) sifat atau keadaannya dengan maksud menarik perhatian lawan bicara atau sasaran (konsumen).



Bidikan khalayak sasaran

1. **Siapa yang menjadi sasaran: Target Audience, dan Target Market secara Demografi (gender), Psikografi (kejiwaan), Geografi (wilayah), dan Behavioristik (kelakuan).**
2. **Sesuaikan gaya bahasa dengan targetnya.**



Bagaimana naskah iklan yang baik

Headline: Punya daya tarik, menyatu dengan visual, tidak menyinggung perasaan, banyak konotasi, jenis huruf yang mudah dibaca, hindari kalimat yang terlalu panjang.



Bagaimana naskah iklan yang baik

Contoh:

Kalimat yang panjang, sulit dimengerti secara cepat

Studi di laboratorium Jepang membuktikan, bahwa deterjen “bla-bla”, mencuci lebih bersih semua bahan pakaian dibandingkan dengan deterjen lain dan tidak mengandung bahan berbahaya sehingga aman bagi kulit sensitif.



Bagaimana naskah iklan yang baik

Contoh:

Bandingkan dengan ini:

Headline:

Deterjen “bla-bla”, mencuci lebih bersih.

Sub headline:

Aman bagi kulit sensitif



Bagaimana naskah iklan yang baik

Contoh:

Bandingkan dengan ini:

sebelum:

Ribuan wanita telah membeli gelang ini dalam sepekan

sesudah:

Seribu tujuh belas wanita telah membeli gelang ajaib ini dalam sepekan



Bagaimana naskah iklan yang baik

Struktur kalimat harus bisa membentuk:

1. Pernyataan (***statement***)
2. Membuat penasaran (***curiosity***)
3. Pertanyaan (***question***)
4. Menggoda (***intriguing***)
5. Mengejutkan (***shocking***)
6. Retotika (***rhetoric***)
7. Bujukan (***persuasion***)



Bagaimana naskah iklan yang baik

Struktur kalimat harus bisa membentuk:

- **Pernyataan (*statement*)**

Dalam tiga tahun terakhir Desain Komunikasi Visual UDINUS diserbu pendaftar

- **Membuat penasaran (*curiosity*)**

Ingin kerja sebelum lulus, hanya di Desain Komunikasi Visual UDINUS

- **Pertanyaan (*question*)**

Siapa bilang Desain Komunikasi Visual UDINUS tak berprestasi?



Bagaimana naskah iklan yang baik

Struktur kalimat harus bisa membentuk:

- **Menggoda (*intriguing*)**
Anda belum tahu UDINUS, kalau belum ke Desain Komunikasi Visual
- **Mengejutkan (*shocking*)**
Penyebab pengangguran, kerana tidak kuliah di Desain Komunikasi Visual
- **Retorika (*rhetoric*)**
Insan kreatif ada di Desain Komunikasi Visual UDINUS
- **Bujukan (*persuasion*)**
Desain Komunikasi Visual UDINUS membuat anda lebih kreatif inovatif



Selamat berpetualangan

kami tunggu ide kreatifmu