PESAN IKLAN

Think Copywriting

Copy dalam Bahasa Inggris juga berarti juga hal-hal yang ditulis oleh jurnalis, novelis dan para penulis lainnya.

Pesan (*What to say*) : sebuah pesan dengan kata-kata yang dibuat semenarik mungkin

Cerita (*How to say*) : Dibalik pesan, ada sebuah konsep cerita yang penuh makna.

MENAMPILKAN PESAN IKLAN

Daya Tarik Pesan Iklan Rasional

- **Faktual (*high involvement*)**
- **Potongan Kehidupan (*Slice of Life*)**
- **Domonstrasi**
- **Iklan Perbandingan (*Comparative Advertising*)**

Daya Tarik Pesan Iklan Pada Perasaan & Emosi

- Rasa Takut (*fear*)
- Aspek Negatif/hal yang berbahaya
- Humor
- Animasi
- Seks
- Musik (*ilustrator, diferensiator & identifikasi produk*)
- Fantasi

Copywriting = Promosi

Kata-kata persuasif yang terencana dan terstrategi yang kita temukan dalam iklan dengan tujuan menginformasikan, mempromosikan, dan membujuk calon konsumen agar membeli produk yang ditawarkan atau merubah perilaku masyarakat jika iklan tersebut sifatnya non komersil.

Anatomi Copy Iklan Media Cetak

- **Headline**

  Bagian terpenting dalam iklan, headline harus menarik dan menonjol
- **Bodycopy**

  Informasi mengenai semua produk yang kita jual serta benefit yang akan didapat konsumennya, gunakan bahasa yang singkat dan padat
- **Tagline**

  Representasi produk yang dikomunikasikan

  Contoh : Pakai Panther, pinter!

  Terus terang Philips terang terus

Copywriting dalam media televisi

Televisi adalah media audio visual. Fungsi copywriting untuk menyampaikan pesan persuasifnya akan lebih menarik karena selain pesan verbal (audio), rangkaian gambar (visual) akan mendukung proses komunikasi.

- Ide Cerita
- Key Word

Copywriting dalam media radio

- *Theatre of Mind*
- *Sound effect*
- *Jingle Base*