

entrepreneurID

# SCALE UP COPYWRITING



## ► MENEMUKAN ANGLE YANG MENARIK

Isi dari modul ini memiliki hak kekayaan intelektual yang dilindungi oleh undang-undang. Dilarang menggunakan, mengubah, memperbanyak dan mendistribusikan seluruh atau sebagian isi modul untuk tujuan komersil.

- Disusun oleh Tim entrepreneurID



Dimateri sebelumnya kita sudah belajar kalau Angle adalah nyawanya iklan. Dimana pemilihan angle iklan, akan sangat mempengaruhi hasil penjualan.

Nah yang jadi pertanyaan, gimana cara mendapatkan angle yang menarik? Gimana caranya supaya angle iklan gak terasa hambar dan biasa-biasa saja?

Kami akan mulai jelaskan caranya ya, silahkan dicatat. 😊

**Please  
Take Note...**



Jadi, untuk menemukan angle yang menarik, pertama-tama kita harus sepakat dulu kalau kita ingin iklan yang :

- ✔ Disimak sampai habis
- ✔ Direspon
- ✔ Produknya dibeli

Kita gak mau iklan yang :

- ✘ Dicueki
- ✘ Sepi
- ✘ Penjualannya kecil

Iya kan? Sepakat ya dengan hal-hal diatas? 😊

Nah kalau kita sudah sepakat dengan yang barusan, maka kita harus mematuhi satu hukum mutlak saat membuat copywriting. Apa itu?

Hukumnya seperti ini,

**Kalau ingin iklannya menggerakkan orang lain, maka tulislah iklan berdasarkan kondisi mereka.**

Ya, sesuaikan isi iklan, dengan kondisi target pasar.  
Bukan tulis semau kita.

Faktanya, yang membuat copywriting sepi respon dan penjualannya minim, karena target pasar merasa isi iklan tidak ada hubungan dengan hidup mereka.

Karena tidak ada hubungannya, jadi gak papa deh kalau iklannya dilewatkan, hehe. 😊

Pada dasarnya, hal yang paling dipedulikan oleh target pasar adalah **"DIRI MEREKA SENDIRI"**.

Jadi kalau copywritingnya tidak menyinggung hidup mereka, otomatis iklannya akan di skip.

Ya, sebuah copywriting dikatakan menarik, kalau isi copywritingnya adalah sesuatu yang memang menarik untuk target pasar.

Lalu apa hubungannya dengan angle??

Nah, karena angle adalah nyawa dari iklan.

Maka saat menentukan angle, pilihlah angle yang ada hubungannya dengan kehidupan target pasar.

Intinya, semakin relevan anglenya dengan hidup target pasar, maka semakin bagus iklannya.

## “ Angle Wajib Relevan dengan Hidup Target Pasar

Lantas bagaimana cara mendapatkan Angle yang menarik?

Rahasiannya kami bongkar disini ya. 😊

Untuk dapat angle yang menarik, Anda bisa pakai pendekatan ini :

**Angkatlah topik-topik yang bisa memicu perubahan emosi target pasar.**

Jadi mendapatkan angle yang menarik, itu sebenarnya gak ribet.

Untuk memancing kreativitas Anda, coba jawab pertanyaan-pertanyaan dengan bentuk seperti ini

*Apa saja yang membuat target pasar . . . .?*

. . . . = (emosi spesifik)

Contoh :

✔ *Apa saja yang membuat target pasar **senang**?*

✔ *Apa saja yang membuat target pasar **sedih**?*

✔ *Apa saja yang membuat target pasar **takut**?*

✔ *Apa saja yang membuat target pasar **gelisah**?*

Dan emosi-emosi lainnya

Nah disadari atau tidak, jawaban-jawaban dari pertanyaan barusan, itu bisa jadi angle iklan lho. 😊

Kalau kami rekap, ada lebih dari 40 emosi yang ada pada manusia.

Antara lain :

Senang	Keren	Pertemanan	Bosan
Sedih	Minder	Cemburu	Kagum
Takut	Risih	Marah	Terhibur
Gelisah	Canggung	Benci	Santai
Tenang	Bingung	Permusuhan	Kaget
Mudah	Jijik	Menang	Percaya
Sulit	Frustrasi	Kalah	Syukur
Ingin sama	Berduka	Semangat	Dan lain-lain
Penasaran	Empati	Lesu	
Percaya diri	Nyaman	Puas	
Malu	Cinta	Kurang puas	

Nah untuk dapat angle yang menarik untuk iklan, Anda hanya perlu buat daftar pemicu dari emosi-emosi barusan. Dengan melakukan ini, maka Anda tidak akan bingung dan tidak akan pernah kehabisan ide untuk menemukan angle yang menarik. 😊

## “ Pemicu Emosi Target Pasar adalah Angle yang Menarik

Supaya makin kebayang, kami berikan contoh ya.

### Contoh 1

**Market : Mahasiswi**

**Penawaran : Parfum**

Contoh Angle :

- ✔ Pemicu Gelisah : Gak pakai parfum
- ✔ Pemicu Penasaran : Parfum yang lagi Viral
- ✔ Pemicu Percaya diri : Aromanya Enak, Ditanya-tanya teman
- ✔ Pemicu Risih : Bau badan
- ✔ Pemicu Cinta : Supaya gebetan gak illfeel

### Contoh 2

**Market : Pengusaha**

**Penawaran : Workshop Bisnis**

Contoh Angle :

- ✔ Pemicu Takut : Bisnis Tutup
- ✔ Pemicu Ingin sama : Omzet minimal 100 juta/bulan
- ✔ Pemicu Frustrasi : Bisnis sudah lama, tapi gak ada hasilnya
- ✔ Pemicu Cinta : Berjuang untuk orang yang disayang
- ✔ Pemicu Syukur : Penghasilan lebih dari cukup untuk nafkah

### Contoh 3

**Market : Karyawan**

**Penawaran : Vitamin C**

Contoh Angle :

- ✔ Pemicu Tenang : Kebutuhan vitamin C satu hari terpenuhi
- ✔ Pemicu Mudah : Cukup 1 tablet/hari
- ✔ Pemicu Lesu : Aktivitas berantakan karena tubuh gak fit
- ✔ Pemicu Percaya : Repeat order ratusan ribu / bulan
- ✔ Pemicu Syukur : Diberi umur panjang, jadi harus dijaga

Jadi begitulah.

Untuk dapat angle yang menarik, tulis saja pemicu-pemicu emosi dari target pasar. Apa yang membuat mereka senang, sedih, gelisah, takut, tenang, penasaran, malu, dan emosi-emosi lainnya.

Jadikan itu sebagai angle iklan, taruh dibagian pembuka, maka iklan Anda akan jadi menarik untuk target pasar.

Gimana?

Bisa dipahami kan?

Kalau ada pertanyaan, bisa langsung tanyakan di grup atau WA konsultasi ya. 😊

Sekarang, silahkan berlatih dengan ilmu yang baru Anda dapatkan.

Siapa market Anda?

Apa penawarannya?

Apa saja angle-anglenya?

Silahkan dibuat daftarnya ya. 😊