

entrepreneurID

SCALE UP COPYWRITING



► FRAMEWORK HODOPA

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



Di materi ini kami akan memperkenalkan salah satu cara mudah nulis copywriting kepada Anda, yaitu **HODOPA**.
Tapi sebelum membahas tentang HODOPA, kami ingin memberikan sedikit pengantar.

Jadi sebelum kami menyusun SUC, entrepreneurID sudah sering berbagi materi tentang copywriting.

Yang ikut sharing gratisan, sudah gak terhitung.

Yang download Ebook, ada puluhan ribu.

Yang ikut kursus onlinenya, ada lebih dari 6.000

Yang ikut kelas onlinenya, ada lebih dari 5.000

Bahkan kami pernah nerbitkan buku tentang copywriting, yang baca lebih dari 4.000

Nah karena sudah sering sharing materi tentang copywriting, kami menemukan ada satu masalah yang dialami banyak orang ketika nulis iklan. Apa itu?

Nama masalahnya adalah **Writer's Block**.

Alias kesulitan menuangkan isi pikiran ke dalam tulisan, hehe.

Ya, ciri-cirinya :

- ✗ Bingung mau nulis apa
- ✗ Tulis dikit, hapus. Tulis dikit, hapus.
- ✗ Nulisnya macet-macet, hehe 😊

Gimana?

Anda juga pernah merasakan itu?

Kalau pernah, sebenarnya, solusi dari masalah ini hanyalah 2.

- ✔ Pertama, jangan lakukan apapun selain menulis
- ✔ Kedua, susun kerangka dulu, sebelum lanjut nulis

Jadi kalau lagi nulis sesuatu, kondisikanlah lingkungannya. Jangan sambil ngobrol, jangan sambil pegang hp, intinya, jangan melakukan apapun yang mengganggu proses nulisnya.

Faktanya, menulis itu butuh fokus dari pikiran kita. Nah bisa aja tulisannya gak jadi-jadi karena pikiran kita lagi fokus ke tempat lain.

Betul? 😊

Yang kedua, susun kerangkanya dulu sebelum nulis. Tujuannya masih sama, yaitu untuk membuat pikiran kita fokus.

Kalau sebelum nulis kita sudah susun kerangkanya, seperti apa yang mau ditulis diawal, ditengah, sampai akhir, maka itu akan sangat-sangat membantu pikiran untuk fokus. Sebaliknya, kalau tanpa kerangka, maka akan mudah teralihkan kepada hal-hal lain, dan akhirnya tulisannya gak selesai-selesai. 😊

Jadi cukup jelas ya solusi untuk mengatasi writer's block?

“ Nulis itu Butuh Fokus

Nah ngomong-ngomong tentang kerangka sendiri, HODOPA adalah salah satu kerangka yang bisa membantu untuk nulis Copywriting.

Jadi kalau Anda ingin nulis iklan, maka tulislah dengan urutan HODOPA. Yang kalau dijabarkan seperti ini :

H : Headline

O : Opener

D : Description

O : Offer

P : Pressure

A : Action

Ya, HODOPA adalah singkatan dari Headline - Opener - Description - Offer - Pressure dan Action.

H O D O P A

Headline | Opener | Description | Offer | Pressure | Action

Headline

Bagian iklan yang ditaruh diawal. Tujuannya untuk menarik perhatian target pasar untuk nyimak seluruh isi iklannya.

Opener

Pembuka iklan yang membuat target pasar semakin tertarik untuk membaca iklannya sampai habis.

Description

Penjelasan tentang produk atau jasa yang membuat target pasar menginginkan produk/jasa tersebut

Offer

Penawaran yang sangat-sangat menarik, sehingga menambah keyakinan target pasar untuk membeli

Pressure

Desakan agar pembaca iklan tidak nunda-nunda

Action

Hal yang harus dilakukan target pasar setelah baca iklan

Gimana?

Mudah dipahami kan urutannya? 😊

Jadi dengan framework HODOPA, kita bisa mengubah emosi target pasar, mulai dari tertarik, kepingin, sampai dengan melakukan sesuatu.

Nah di Chapter SUC kedua ini, kami akan bongkar habis kepada Anda tips-tips gimana caranya :

- ✔ Nulis Headline yang benar
- ✔ Nulis Opener yang benar
- ✔ Nulis Description yang benar
- ✔ Nulis Offer yang benar
- ✔ Nulis Pressure yang benar, sampai
- ✔ Nulis Action yang benar

Tujuannya, setelah selesai belajar Chapter ini, maka Anda akan semakin mudah menulis iklan promosi yang bisa meyakinkan target pasar untuk segera membeli.

Gak pakai nunda-nunda, gak pakai nanti-nanti, hehe.

InsyaAllah.

Dimateri-materi selanjutnya, kita akan pelajari satu persatu ya teknik-tekniknya. 😊