

entrepreneurID

SCALE UP COPYWRITING



► **REKAP
CARA NULIS
PRESSURE**



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



Nah sampai materi ini, artinya Anda sudah mempelajari 8 teknik menulis pressure pada Framework HODOPA.

Untuk membantu mengingatkan materinya, ini ya rangkuman dari kami

- ✔ Bagian Pressure pada iklan gunanya untuk memberikan dorongan ke target pasar agar tidak menunda-nunda merespon iklan kita
- ✔ Cara memberikan dorongan yang tidak membuat target pasar risih adalah dengan menerapkan prinsip-prinsip persuasif
- ✔ Persuasif artinya adalah membujuk secara halus atau cara komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi dan meyakinkan orang lain.
- ✔ Ada 8 prinsip persuasif yang bisa dipraktikkan dalam iklan
 1. **Reason** (Kasih Target pasar Alasan dengan kata "Karena")
 2. **Social Proof** (Berikan bukti ke target pasar dengan jumlah konsumen, label best seller, dan menampilkan testimoni)
 3. **Authority** (Memanfaatkan kesan ahli dari diri sendiri, atau orang lain)
 4. **Scarcity** (Tonjolkan kelangkaan)
 5. **Commitment** (Singgung komitmen kecil yang sudah dilakukan target pasar)
 6. **Reciprocity** (Janjikan sesuatu, buat mereka merasa spesial)
 7. **Liking** (Bahas hal-hal yang disukai oleh target pasar)
 8. **Attribution** (Puji target pasar dengan pujian yang mereka sukai)

Menutup pembahasan tentang Pressure, kami ingin sampaikan bahwa salah satu ciri-ciri iklan yang berhasil adalah iklannya harus persuasif. Jadi pembacanya mau melakukan sesuatu tanpa paksaan.

Nah untuk bisa seperti itu, Anda bisa pratikan tips-tips yang sudah didapat dibagian ini.

Silahkan dilatih terus-terusan ya. 😊