



Dasar Copywriting

DIYAH AYU AMALIA AVINA M.SI
FISIP UNIVERSITAS BRAWIJAYA
D_AVINA@UB.AC.ID

Copy ?

Burton (1990:13) mengatakan bahwa arti kata *copy* bergantung pada siapa individu yang memberikan definisi.

- Sebagai kritikus, *copy* dapat diartikan sebagai rangkaian kata-kata yang menyebabkan orang-orang membeli apa yang tidak dibutuhkan.
- Sebagai pencetak, *copy* diartikan sebagai kata-kata yang biasa digunakan untuk mendeskripsikan keseluruhan iklan- *artwork*, *headline*.
- Sebagai pembuat iklan, *copy* diartikan sebagai pesan yang tercetak di media apapun selama pesan tersebut dapat muncul.
- Sebagai pembuat iklan televisi, *copy* terdiri kata-kata (*audio*) yang menemani kemunculan gambar dalam iklan televisi.

Copywriting?

- *Copy* dapat tercipta karena adanya copywriting, yaitu tulisan karya *copywriter* dalam bentuk karangan iklan yang dibuat semenarik mungkin". (Jefkins, 2004:11).
- "copywriting adalah *The task of writing text for advertising*" atau dengan kata lain tulisan yang dibuat untuk keperluan periklanan. (Santosa,2009)

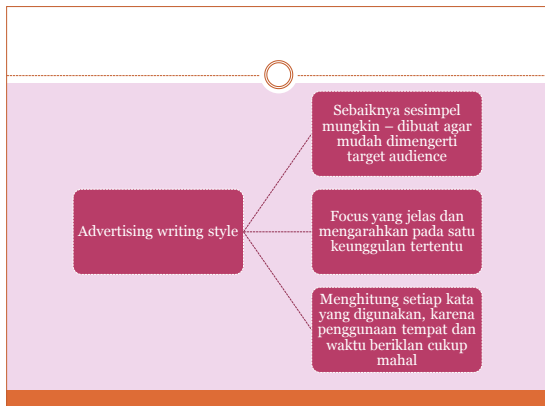
Perluasan definisi copywriting

- copywriting merupakan Proses untuk menunjukkan nilai dan manfaat yang ditawarkan oleh merek (moriarty 2009)

Creative Plan

- Dasar yang mengarahkan elemen pesan dalam *advertising copy*

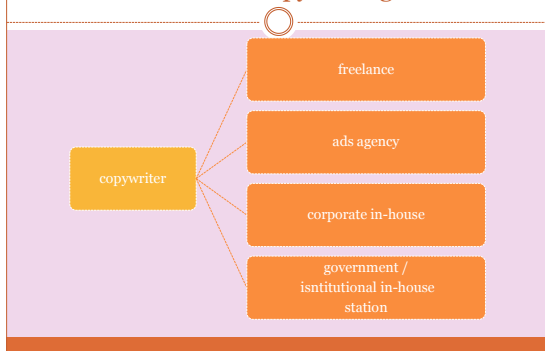




Copywriter

- Seseorang yang menulis naskah dalam organisasi
- Seseorang yang menciptakan, membentuk dan membuat seni kata dalam periklanan
- *Copywriter* merupakan seseorang yang jabatannya setara dengan *art director* di dalam sebuah *agency* periklanan. Seorang *copywriter* tidak hanya mencintai dunia kata tetapi juga menguasai visualisasi karena *copywriter*-lah yang mengolah imajinasi visual ke dalam rangkaian kata-kata/narasi.
- Tugas seorang *copywriter* adalah mengolah data dan menyelaraskan ide dengan strategi kreatif periklanan yang mengacu pada tujuan produk/jasa yang hendak diiklankan.

Jobs in Copywriting



Menulis Teks Iklan yang efektif



Toolkit Copywriter

Elemen Copy

- pada umumnya, sebuah iklan dibangun dari dua atau tiga elemen *copy*.
- Elemen dalam *copy* terdiri dari (1) *headline*, (2) *overline*, (3) *subheadline*, (4) *body copy*, (5) *captions*, (6) *blurbs*, (7) *boxes and panels*, (8) *slogans - tagline; logotypes and signatures*.

Headline

- fungsi utama sebuah *headline* adalah untuk menarik perhatian *audience* ketika dilihat seketika itu juga.
- Headline merupakan frasa atau kalimat yang berfungsi sebagai pembukaan iklan.
- Headline seringkali berupa huruf besar atau posisi yang menonjol untuk menarik perhatian

- Headline

- Headline adalah bagian terpenting dalam iklan (david ogilvy)



Tipe headline

Direct action

Langsung informatif

Contoh : proteksi dari sinar uv

Indirect headline

Tidak bersifat selektif dan tidak memuat banyak informasi namun dikemas menarik untuk menciptakan citra

Contoh : help , I need tourniquest

- Direct action



Overline atau underline

- Frasa atau kalimat yang mengikuti headline
- Biasanya huruf lebih kecil dibandingkan headline
- Tujuan overline adalah membuka area dan underline untuk menfelaborasi ide headline dan sebagai transisi isi iklan.



- Indirect headline

Overline atau underline

- underline



Body copy (body text)

- Body copy merupakan pesan utama dalam sebuah iklan. – isi atau teks iklan

Biasanya huruf kecil dan ditulis dalam paragraf atau beberapa baris kalimat.

Bodycopy digunakan untuk menjelaskan ide atau selling point

Body copy



subhead

- Digunakan dalam blok teks yang panjang, mengawali bagian baru dalam teks.
- Biasanya dengan huruf yang lebih besar dan tebal daripada isi teks
- Tujuan subheads adalah untuk menjelaskan logika, membantu audiensi membaca teks dan membantu memahami apa yang dikatakan iklan



- subhead

Call-outs

- Kalimat yang melayang disekitar gambar, biasanya dilengkapi dengan garis atau panah yang menunjukkan elemen spesifik dalam visual yang mereka sebut atau jelaskan. (moriarty (2010))

- Contoh – dalam iklan body lotion, ada panah dan tulisan di sekitar tubuh yang menunjuk tangan, kaki yang mengatakan kekeringan, kusam, ataupun merona

Dalam iklan obat panas dalam, muncul tulisan tenggorokan gatal, bibir pecah2, dsb disekitar gambar model



captions

- *Captions* adalah **bagian kecil** yang digunakan bersama ilustrasi, kupon, dan penawaran special lainnya. (burton 1990)
- *Captions* merupakan **kalimat pendek atau bagian pendek dari teks**, yang menjelaskan apa yang sedang anda lihat pada foto atau ilustrasi. (moriarty 2010)
- *Captions* jarang digunakan dalam iklan karena gambar diasumsikan telah menjelaskan banyak hal


captions

- Umumnya posisi *captions* tidak terlalu penting dibanding bagian lain yang lebih menjual seperti *body copy* dan biasanya caption ditampilkan dengan ukuran huruf yang lebih kecil dari *body text*.
- Tetapi ketika seseorang memosisikan *captions* sebagai satu-satunya keterangan dari sebuah produk yang dijual maka posisi *captions* berubah menjadi penting dan dapat dipertimbangkan sebagai sebuah *body copy*.

blurps

- Sebuah *blurb* atau *balloon* (balon kata) adalah sebuah elemen yang dalam dunia periklanan khusus ditempatkan untuk keberadaan *copy* yang mengesankan bahwa sebuah pernyataan dikatakan oleh karakter yang diilustrasikan dalam iklan.
- *Blurbs* sering juga dijadikan sebagai *headline* tetapi *blurb* tidak pernah lepas dari fungsinya di atas kecuali ditampilkan dengan ukuran *font* yang besar dan ditempatkan di *headline* sebuah iklan.

So they decided to just drop sustainable and do "Development"



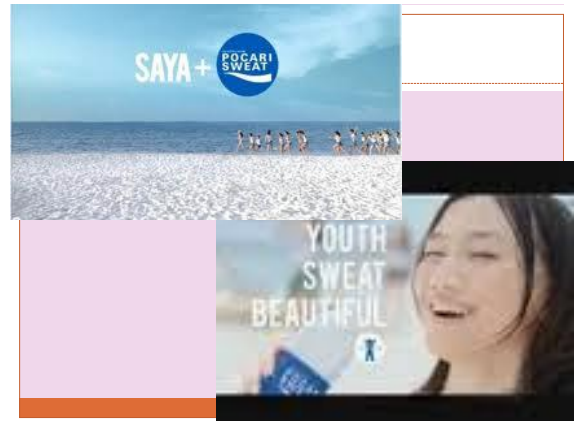
- blurps

Boxes and panels

- *Boxes and panels* sebenarnya adalah sebuah *captions* sederhana yang digunakan untuk menarik perhatian lebih dari *audience*.
- **untuk box**, penerapannya hanya dengan membuat kotak di tengah-tengah *copy* yang ingin ditekankan dan **untuk panel**, seperti langkah sebelumnya lalu diberikan warna yang mencolok seperti hitam atau warna lainnya.

diksi

- Diksi atau pilihan kata sebenarnya agak jarang didefinisikan secara khusus.
- Pada Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer ditemukan definisi diksi yaitu pilihan kata; penggunaan kata yang sesuai dalam penyampaian suatu gagasan dengan tema pembicaraan, peristiwa atau pemirsa.



Tagline

- Frasa pendek yang mengungkapkan ide atau konsep kreatif yang biasanya muncul di akhir isi iklan (*body copy*)
- Tagline kerap kembali merujuk pada headline atau membuka frasa dalam satu iklan.

Slogan

- Frasa unik yang berfungsi sebagai moto untuk kampanye, brand atau perusahaan.
- Ia digunakan dalam beragam komunikasi pemasaran untuk **periode yang panjang**
- slogan seringkali difungsikan sebagai tagline



tugas

- Cari 5 iklan dalam majalah
- Tentukan elemen yang digunakan dalam copy (misal headline, overline /underline, body copy, subheads, callouts, blurps, boxes and panels, tagline / slogan)