




STRATEGIC Copywriting

Subiakto

July 21, 2011

We'd like the session to be interactive

A top-down photograph showing approximately 12 hands of different skin tones (ranging from light to dark brown) pressed together in a circle on a sandy surface. The hands are arranged in a ring, with fingers pointing outwards, creating a sense of unity and teamwork. The sand is light-colored and slightly disturbed by the hands.



this is a product





Interaction

this is a brand



I bring to
Heaven with
me

Commitment create Brand Loyalist



How to get **IDEA**











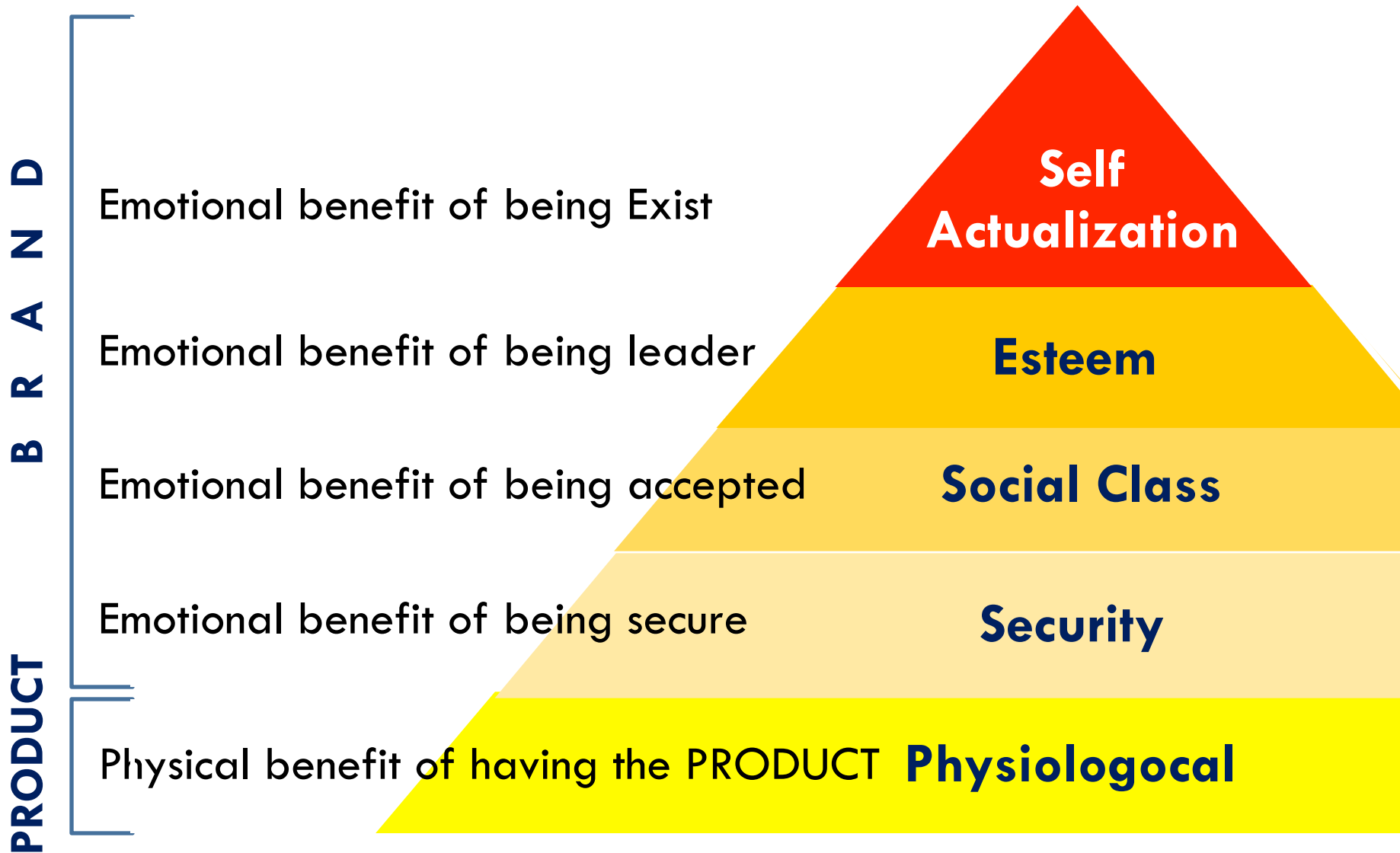
How to get the **WHAT IDEA**



Multivitamin YANG ...

Buyer		Seller		
		One	Few	Many
One	One	Monopoly	Buyers Market	Buyers Market
	Few	Monopoly	Oligopoly	Buyers Market
	Many	Monopoly	Sellers Market	Pure Competition
Many	Homogeneous	Monopoly	Sellers Market	Pure Competition
	Differentiated	Monopoly	Sellers Market	Monopolistic Competition

Value Added





How to get the HOW **IDEA**

Segmentasi Target Market

Geography	Urban, sub urban, rural
Demography	Pria/wanita, Usia, Pendidikan, Pekerjaan, Family size
Psychograph	Layman vs expert Loner vs gregarious
Behaviors	Usage rate : Light, Medium, Heavy Media habit : Traditional vs Digital



Old Media

Passive Audience



New Media

Active Audience



1. **Need** : need atas product benefit baru, atau need baru pada produk lama. Need of having *physical benefit* dan need of having *emotional benefit*
2. **Brand** : propose you brand gently
3. **Promise** : buatlah janji. Janji besar boleh asal jangan janji palsu
4. **Proof** : Tunjukkan bukti atas janji diatas
5. **Action** : Iklan harus ditutup dgn kalimat ajakan utk membeli

Matrix 1

	Awareness	Knowledge	Liking	Preference	Conviction	Loyal
Need (NEW)	Smartphone baru	Fitur lengkap	Sekretaris pribadi			
Brand	Blackberry					
Promise (BIG)	1. Helpful 2. Kemudahan komunikasi	Real time Push email Twitter Facebook internet	PC dalam gengaman BB Mesanger			
Proof	Selalu update	Update berita	1 juta sekretaris sudah memakai	20 jutq sdh blackberry		
Call to action	Beli sekarang konek sekarang	Beli sekarang dapatkan dicicil 6x tanpa bunga	Miliki sekretaris probadi sekarang			

Matrix 1

	Awareness	Knowledge	Liking	Preference	Conviction	Loyal
Need (NEW)						
Brand	Physical	Secure	Social	Esteem	Exist	
Promise (BIG)						
Proof						
Call to action						

Matrix 2

	Personal	Family	Face to face	Reference group	Social Class	Sub Nation	Nation
Initiator	TMarket						
Influencer					V		
Decider	V						
User		V					
Buyer	V		V				

1. **Stopping Power** : Ciptakan pembukaan iklan yang memiliki kekuatan untuk membuat khalayak berhenti dari kegiatan lain
2. **Striking Power** : Need, Brand, Promise, Proof ataupun Action to buy yang bila perlu sensasional
3. **Sticking Power** : Ciptakan iklan yang 'lekat' dalam benak konsumen. Gunakan 3 Key :
 1. *Key Word - Slogan*
 2. *Key Visual – master shot*
 3. *Key Sound – Jingle*

	Audio	Visual
Stopping Power	<i>Key Sound – Jingle</i> Need, Brand,	Proof
Striking Power	Promise Benefit	<i>Key Visual – master shot</i>
Sticking Power	1.Action to buy <i>Key Word - Slogan</i>	

1. **Sakura Film (Nirwana Photo)** *“Sakura Film rancak bana”*
2. **LIGNA (Furniture)** *“Kalau sudah duduk, lupa berdiri”*
3. **Engran (Multivitamin)** *“Engran Sarapan Kedua”*
4. **Xon-Ce (Vitamin C)** *“Xonce-nya mannnna ?”*
5. **Sanaf lu (obat Flu)** *“Flu boleh, kerja jalan terus. Belum tahu dia ?”*
6. **Promag (obat maag)** *“Lho ? Kok masih didepan TV ?”*
7. **MAYORA (Snack Manufacturer)** *“Satu lagi dari MAYORA !”*
8. **KOPIKO (Coffee Candy)** *“Gantinya ngopi”*
9. **Biskuit Roma** *“Sudah Tradisi”*
10. **POLYTRON (Local TV set)** *“The Winning Theme”*
11. **DIGITEC (Local TV set)** *“Digitec memang moo i”*

1. **Ligna** : “Kalau sudah duduk lupa berdiri
2. **Digitec** : “Digitec memang mooii”
3. **EXTRA JOSS (Energy drink)** *“Ini Biangnya, buat apa beli botolnya”*
“Merubah Ngos menjadi Joss”
4. **INDOMIE (Instant Noodle)** *“Indomie seleraku”*
5. **Minakjinggo (Kretek Cigaret)** *“Jinggo, jinggo, jinggo ... ugh!!!”*
6. **Gudang Garam Merah (Kretek Cigaret)** *“Merah ... Meriah ooiii”*
7. **TIGA RODA (Mosquito coil)** *“Nyamuk sini Cuma takut TIGA RODA”*
8. **SANAFLU (Flu tablet)** *“Flu boleh, kerja jalan terus. Belum tahu dia”*
9. **Tropikal (Cooking Oil)** *“Dua kali penyaringan”*
10. **SINZUI (Sabun pemutih)** *“Emangnya yang putih Cuma Jepang ?”*

1. **EXTRA JOSS (Energy drink)** *"Ini Biangnya, buat apa beli botolnya"*
"Merubah Ngos menjadi Joss"
2. **INDOMIE (Instant Noodle)** *"Indomie seleraku"*
3. **Minakjinggo (Kretek Cigaret)** *"Jinggo, jinggo, jinggo ... ugh!!!"*
4. **Gudang Garam Merah (Kretek Cigaret)** *"Merah ... Meriah ooiii"*
5. **TIGA RODA (Mosquito coil)** *"Nyamuk sini Cuma takut TIGA RODA"*
6. **SANAFLU (Flu tablet)** *"Flu boleh, kerja jalan terus. Belum tahu dia"*
7. **Tropikal (Cooking Oil)** *"Dua kali penyaringan"*
8. **SINZUI (Sabun pemutih)** *"Emangnya yang putih Cuma Jepang ?"*
9. **BuKrim (Detergent)** *"Beli satu dapat dua"*
10. **OBHerbal (Cough syrup)** *"Herbal 100%"*



1. **SBY-JK (Presidential Campaign 2004)** *"Bersama Kita Bisa"*
"Perubahan Kini Semakin Dekat"
2. **PERTAMINA (Oil)**
3. **PERTAMINA (Corporate)** *"Selalu Hadir Melayani"*
4. **MANDIRI Fiesta (saving account)** *"Terbesar dan Tersebar"*
5. **KARTU AS** *"Nomornya Cuma-Cuma, Pakenya Suka-suka"*
6. **FB-Priyanto (Governor Campaign 2007)** *"Serahkan Pada Ahlinya"*
"Coblos Kumisnya"
7. **CFC (Resto)** *"Bukan Cuma ayam"*
8. **ENTROSTOP (diare)** *"Stop ! Dengan Entrostop"*
9. **Extra Joss (Campaign 2009)** *"Stamina plus nyali"*
10. **CITILINK (low cost airlines)** *"Bayar seperlunya"*

1.New

2.*Free*

3.*Discount*

1. **Direct H/L** – Lugas dan menyatakan ide besar anda.
Kopi ini berenergi.
2. **News H/L** – Khalayak tertarik pada berita. Kata2 yang memiliki nilai berita seperti baru, kini, dan akhirnya. *Akhirnya Jakarta bebas polusi*
3. **How-To H/L** - Menjanjikan solusi atas masalah atau informasi yang menarik. *Tahukah anda cara langsing dalam 30 hari*
4. **Question H/L** – Untuk manfaat atau kepedulian khalayak, H/L bernada pertanyaan memiliki kekuatan merebut perhatian. *Adakah cagub DKI yang bisa mengurai kemacetan lalu lintas?*

5. **Command H/L** – H/L bernada perintah langsung masuk jalur cepat dan langsung menjual. *Beli sekarang atau anda akan kehabisan*
6. **Informative H/L** – Konsumen membuat keputusan membeli berdasarkan informasi yang anda berikan. Dengan mengedukasi mereka, anda akan mendapat perhatian dan kepercayaan. *Dua alasan mengapa kopi membuat jantung anda tetap sehat*
7. **Testimonial H/L** – Tidak ada yang lebih meyakinkan dari pengakuan konsumen. *Hypnolangsing membuat saya langsing. Demikian juga anda!*