



# HUKUM PARETO DALAM COPYWRITING

Menurut Saya salah satu ilmu yang tidak akan habis dibahas adalah ilmu copywriting. Bayangkan saja, tiap orang punya pendekatan yang berbeda-beda tentang copywriting itu sendiri. Hal ini karena ilmu copywriting adalah ilmu terapan. Beda guru, bisa berbeda pemahaman dan penyampaiannya.

Tapi dari perbedaan sudut pandang, Saya hampir bisa memastikan bahwa menurut mayoritas pakar copywriting, salah satu bagian terpenting dari copywriting adalah **bagian pembukanya**.

Kenapa bagian pembuka?

Karena target pasar akan memutuskan mau membaca iklan atau tidak, setelah menilai pembuka copywritingnya. Kalau bagian awal copywriting saja tidak menarik, maka iklan akan dilewatkan begitu saja, tanpa dibaca.

Ngomong-ngomong tentang pembuka copywriting, biasanya copywriting dibuka oleh Headline.

Buat yang belum tau headline, headline adalah judul iklan yang dibuat secara khusus agar pembaca tertarik membaca sebuah iklan.

Walaupun headline persentasenya hanya 20% dari keseluruhan copywriting, tapi headline punya dampak yang besar.

Karena dampaknya besar, kenapa kita tidak fokus ke 20% ini sambil menyempurnakan bagian lainnya??

Saya percaya, jika headline sebuah iklan bagus, maka itu akan memperbaiki hasil copywriting secara keseluruhan.

Ini persis seperti hukum pareto.

Ada hukum yang bunyinya seperti ini

*“20% Yang Kita Lakukan, Memberikan  
Kontribusi 80% Dari Total Hasil yang Kita  
Dapatkan”*

Ya, walaupun headline hanya 20% dari bagian copywriting, tapi headline berperan sangat penting terhadap keberhasilan copywriting kita.

Lalu bagaimana menulis headline yang baik?

Untuk bisa seperti itu, pertama-tama kenali dulu pembagian kategori pasar.

## **Mengenal Kategori Pasar**

Pada dasarnya pasar terbagi jadi 3 macam . Ada Cold Market, Warm Market, dan Hot Market.

- Cold Market adalah orang-orang yang belum mengenal bisnis Anda, tidak pernah berinteraksi dengan Anda, dan belum pernah sekalipun membeli produk Anda
- Warm Market adalah orang-orang yang sudah mengenal bisnis Anda, pernah berinteraksi dengan Anda, tapi belum pernah sekalipun membeli produk Anda
- Dan Hot Market adalah orang-orang yang pernah membeli produk Anda

Lalu apa hubungannya antara headline dengan kategori target pasar?

Salah satu cara agar headline memberikan dampak adalah saat menulis headline pikirkanlah siapa yang akan membacanya. Ya, apakah pembacanya kategori cold, warm atau hot.

Pada dasarnya copywriting hanya menarik perhatian, jika pembaca merasa iklan itu ditulis untuk mereka. Oleh karena itu, saat membuat headline, pikirkanlah siapa yang akan membaca iklannya nanti.

Untuk membantu Anda, Anda bisa gunakan rumus praktis ini

## **Rumus Praktis Headline Tiap Kategori**

### **4 Rumus headline Praktis untuk Cold Market**

Rumus 1

#### ***Bagaimana (Manfaat) Tanpa (Hambatan)***

Karena membaca iklan kita menyita waktu, kita harus memberitahu cold market apa yang akan mereka dapatkan dengan membaca headlinenya. Untuk pendekatan ke cold market, fokus di manfaat yang akan kita tawarkan.

Contoh headline :

- *Bagaimana mendapatkan kulit yang lebih mulus tanpa perawatan yang mahal*

- *Bagaimana cara menghemat 1 juta rupiah perbulan tanpa harus menabung*
- *Bagaimana menghasilkan minimal 3 juta rupiah tanpa harus kekantor*
- *Bagaimana turun 5 kg dalam sebulan tanpa diet ketat*

Rumus 2

***Sekarang Anda bisa (manfaat) sambil (kemudahan)***

Kemudahan itu seperti jalan pintas untuk berinteraksi dengan cold market

Contoh headline :

- *Sekarang Anda bisa menghasilkan 10 juta perbulan sambil tiduran*
- *Sekarang Anda bisa menikmati waktu lebih banyak dengan keluarga sambil tetap berpenghasilan*

Rumus 3

***(angka) sudah (Sugesti), siapa lagi yang mau (Manfaat) ?***

Angka akan membangun keyakinan cold market karena angka menunjukkan sesuatu yang detail

Contoh headline :

- *2120 orang sudah daftar, siapa lagi yang ingin mendapatkan pengasilan tambahan lewat program ini?*
- *Lebih dari 10.000 wanita sudah pakai, siapa lagi yang mau kulit lebih putih dalam 2 bulan?*

Rumus 4

***Untuk Anda yang (Impian)***

Semua orang punya harapan termasuk cold market.

Contoh headline :

- *Untuk Anda yang ingin anaknya jadi juara kelas*
- *Untuk Anda pergi ke Tanah Suci*

## **4 Rumus Headline Praktis untuk Warm Market**

Rumus 1

***Hanya (kemudahan) bisa (manfaat)***

Karena kepada warm marketi kita sudah akrab, atau sudah kenal maka kita bisa menggunakan rumus barusan

Contoh headline :

- *Hanya dengan 3.000 perhari, Anda bisa hemat sampai 3.000.000*

Rumus 2

***Jangan (aktivitas) sebelum (Sugesti)***

Seakan-akan mewanti-wanti pembacanya.

Contoh headline :

- *Jangan keluar rumah sebelum pakai . . .*
- *Jangan bisnis, sebelum baca buku ini*

Rumus 3

### ***Cara Saya (impian) yang bisa Anda tiru***

Kata Saya memberikan kesan personal kepada Warm Market

Contoh headline :

- *Cara Saya punya penghasilan 100 juta perbulan yang bisa Anda tiru*
- *Cara Saya tetap bersemangat yang bisa Anda tiru*

Rumus 4

### ***Sudah (sugesti) belum?***

Salah satu bentuk interaktif ke warm market

Contoh headline :

- *Sudah tau info ini belum?*
- *Sudah cek tokopedia belum?*

## **2 Rumus Headline praktis untuk Hot**

Rumus 1

### ***(Penawaran) hanya (batasan)***

Karena sebelumnya sudah beli, jangan ragu untuk menawarkan mereka lagi

Contoh headline :

- *Diskon 50% hanya hari ini saja*
- *Potongan harga sampai 100.000 hanya untuk 5 pendaftar pertama*

Rumus 2

**(Pemancing) untuk Anda**

Tidak perlu bertele-tele kepada Hot Market

Contoh headline :

- *Spesial untuk Anda*
- *Gratis untuk Anda*
- *Bonus untuk Anda*

Nah, itulah rumus-rumus headline yang bisa Anda gunakan untuk membuat pembaca iklan Anda tertarik.

## **Tips Tambahan**

Saat menerapkan tips barusan, beberapa orang kadang bingung antara memberlakukan cold market atau warm market di sosmednya. Jika ketemu yang seperti ini, lihat dari jumlah interaksi.

Kalau interaksi sosmednya kecil, maka pakai headline untuk Cold.

Kalau interaksi sosmednya tinggi, maka pakai headline untuk Warm.

Semoga Ebook ini jadi tambahan keilmuan untuk Anda.

Aamiin