

Copywriting

ELEMEN VISUAL

Penulisan Kreatif

Dr. Jokhanan Kristiyono, ST., M.Med.Kom.

TUJUAN

Deskripsi

Memahami pentingnya elemen desain dalam penulisan kreatif untuk komunikasi pemasaran, terutama dalam copywriting yang efektif.

Copywriting adalah seni menyusun kata-kata yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memotivasi audiens untuk bertindak. Desain visual memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman komunikasi yang konsisten dan persuasive.



TEORI

Dasar

Copywriting

- Penulisan kreatif yang bertujuan untuk memengaruhi pembaca dan menggerakkan mereka untuk melakukan tindakan tertentu (misalnya membeli produk, berlangganan layanan).
- Copywriting yang baik menggabungkan kreativitas dengan strategi komunikasi yang jelas dan langsung.

Elemen Desain dalam Copywriting

- **Tipografi:** Pemilihan jenis huruf yang sesuai dapat memperkuat pesan dan mempengaruhi suasana hati audiens.
- **Warna:** Warna dapat mempengaruhi persepsi dan emosi audiens. Misalnya, warna merah sering dikaitkan dengan urgensi atau gairah, sementara biru memberikan kesan kepercayaan dan ketenangan.
- **Gambar dan Grafik:** Visual mendukung pesan teks, meningkatkan pemahaman, dan memperkuat daya tarik.
- **Spasi dan Layout:** Pengaturan elemen di halaman atau layar yang baik memudahkan audiens untuk mengikuti pesan yang ingin disampaikan.

TEORI *Dasar*



COPYWRITING

Model **AIDA** (Attention, Interest, Desire, Action)

- **Attention:** Desain menarik yang mengundang perhatian audiens, seperti pemilihan font dan gambar yang mencolok.
- **Interest:** Menggunakan elemen desain untuk mempertahankan perhatian dengan teks dan visual yang relevan.
- **Desire:** Mendesain agar pesan dan visual menumbuhkan keinginan pada audiens.
- **Action:** Mendorong audiens untuk mengambil tindakan melalui desain yang menonjolkan call-to-action.

ELEMEN DESAIN

Semiotics

- Menggunakan tanda-tanda dan simbol untuk menyampaikan pesan yang lebih dalam. Pemilihan warna, gambar, dan bentuk dalam iklan memiliki arti simbolik yang perlu dipahami untuk menghasilkan pesan yang efektif.

STUDI *Kasus*

Iklan yang Menggunakan Desain Visual dan Copywriting Kreatif

Studi Kasus 1: Iklan Coca-Cola "Share a Coke":

- **Elemen Desain:** Penggunaan tipografi yang besar dan warna merah yang ikonik.
- **Pesan Copywriting:** Menggunakan nama-nama orang di botol untuk menciptakan kedekatan dan mendorong konsumsi berbagi.
- **Efektivitas:** Meningkatkan engagement melalui personalisasi dan pengalaman visual yang menarik.



STUDI *Kasus*

Iklan yang Menggunakan Desain Visual dan Copywriting Kreatif

Studi Kasus 2: Iklan Nike "Just Do It":

- **Elemen Desain:** Desain minimalis dengan fokus pada gambar atlet dan tipografi yang kuat.
- **Pesan Copywriting:** "Just Do It" sebagai ajakan motivasional yang singkat dan tajam.
- **Efektivitas:** Memanfaatkan desain sederhana namun sangat berkesan untuk membangkitkan emosi audiens, dengan visual yang mendukung pesan iklan.



KESIMPULAN *Catatan*

- Desain visual dan penulisan kreatif dalam pemasaran tidak dapat dipisahkan. Kedua elemen ini bekerja bersama untuk menarik perhatian audiens, menyampaikan pesan yang efektif, dan mendorong tindakan.
- Peserta diharapkan dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah dipelajari dalam membuat iklan yang menarik dan komunikatif, serta memahami pentingnya setiap elemen desain dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran.



THANKYOU
for Studying

@jokhanan.kris

PENUGASAN PERSONAL

Pembuatan Iklan



Peserta membuat sebuah iklan pemasaran dengan fokus pada produk atau layanan tertentu menggunakan penulisan kreatif dan elemen desain visual yang tepat.

Instruksi Penugasan

- Pilih produk atau layanan: Setiap kelompok memilih produk atau layanan yang ingin dipromosikan.
- **Desain Visual:** Gunakan elemen desain (tipografi, warna, gambar, layout) yang sesuai dengan produk dan audiens target.
- **Penulisan Copywriting:** Buatlah teks iklan yang menarik dan efektif, dengan memperhatikan model AIDA dan teori semiotik.
- **Format Output:** Iklan dapat berupa poster, banner, atau video pendek.
- **Presentasi:** Setiap kelompok akan mempresentasikan hasil iklan mereka dan menjelaskan bagaimana elemen desain dan copywriting saling mendukung untuk mencapai tujuan komunikasi pemasaran.
- **Waktu Pengerjaan:** 7 Hari

Kriteria Penilaian

- Kreativitas, Keterkaitan dengan Teori, Efektivitas Pesan, Kesesuaian dengan Audiens