



# Covert Copywriter

Cara Menulis iklan yang tidak terkesan menawarkan

a present from Dewangga



## ***COPYWRITING GAYA COVERT***

Banyak yang risih saat berteman dengan orang yang kerjanya jualan melulu. Yang membuat tambah risih karena jualannya tidak pakai etika. Banyangkan aja, jualannya lebih banyak dari jumlah makan 1 hari. Kalau makan hanya 3 kali sehari, ini ada orang yang jualannya 10 kali sehari, hehe.

Setiap posting status isinya hanya jualan dan jualan. Hasilnya banyak teman-temannya mengabaikan postingannya, bahkan yang paling parah orang tersebut sampai diblokir.

Anda tau orang yang seperti itu?

Yang kalau hanya posting status isinya hanya jualan?

Kalau kenal, suruh orang tersebut tobat ya.

Dan kalau orang itu Anda, Saya minta Anda untuk tobat juga, hehe.  
#becanda

Ngejar setoran sih boleh saja, tapi ingat bahwa yang kita jual adalah manusia. Jadi saat jualan, imbangin dengan interaksi. Berikan calon pembeli manfaat. Pada dasarnya pembeli bisa dengan bebas memilih akan membeli dimana. Dan sudah semestinya mereka membeli ke penjual yang mereka suka. Karena itu, jangan jadi penjual yang menyebalkan, alias penjual yang kerjanya jualan terus.

*“Jadilah Penjual yang Menyenangkan, Karena  
Konsumen Anda Hanya Membeli Ke Penjual  
yang Mereka Sukai”*

Selain berusaha menjadi penjual yang disukai, ada satu cara bagaimana iklan Anda tidak membuat risih pembacanya.

Untuk bisa seperti itu, Anda bisa belajar teknik menulis iklan tanpa disisipi dengan penawaran secara vulgar atau terang-terangan. Teknik yang dimaksud adalah **Cara menulis Copywriting Gaya Covert**.

*Apa itu Copywriting gaya covert?*

Sederhannya itu adalah iklan terselubung, jadi jualan tapi gak kelihatan jualan.

*Koq bisa?*

Karena prinsip mutlak dalam Copywriting gaya covert adalah **No Offering** alias jangan sampai ada penawaran

*Lalu bagaimana jualannya kalau gak nawarin sesuatu?*

Jadi, agar teknik ini bekerja, Anda harus fokus kepada tujuannya.

Dalam copywriting gaya covert sebisa mungkin isi iklannya adalah **membuat pembacanya paham** dan **membuat pembacanya penasaran**.

Kenapa paham dan penasaran?

Karena setelah seseorang paham dengan manfaat produk, maka itu akan memperbesar keinginan mereka untuk memiliki produknya.

Sedangkan jika seseorang penasaran, maka mereka akan mencari cara untuk menjawab rasa penasarannya, dan itu semua akan berujung dengan membeli produknya.

Jadi, tanpa penawaran atau ajakan membeli pun, Anda bisa membuat target pasar membeli dengan memperbesar pemahaman dan memperbesar rasa penasaran mereka.

Sampai sini paham?

*“Dalam Copywriting Gaya Covert Tidak Ada Penawaran Terang-terangan. Diganti dengan kalimat yang Tujuannya Membuat Pembaca Paham Atau Penasaran”*

## **CARA MEMBUATNYA**

Lalu bagaimana cara membuat copywriting gaya covert ini?  
Untuk itu, silahkan terapkan tips-tips di ebook ini.

### **Tips Pertama - Jangan Menunjuk Secara Langsung**

Asumsikan posisi pembaca adalah orang ketiga diluar iklan. Jadi, jangan ada kata *“Anda. . Anda . . Anda . .”* Dalam teknik ini tidak ada kalimat *“Anda nanti akan”, “Anda nanti ini”, “Anda nanti itu”* tidak ada.

Untuk membuat Anda lebih kebayang, Saya akan memberikan contoh, dimana fokus kalimatnya adalah membuat pembaca paham dengan manfaat produk, tapi tidak ada penawaran.

Silahkan ke halaman selanjutnya untuk melihat contohnya.

Contoh :

*Beberapa hari yang lalu Saya beraniin diri untuk coba serum muka, produk baru dari X-Skin Care. Karena dilihat dari banyak testimonya, serum ini salah satu produk yang recommended untuk Saya yang punya problem kulit kusam.*

*Alhamdulillah setelah dicoba, pertama kali yang saya rasakan kulit berasa dingin segar dan langsung meresap ke dalam kulit. Ini salah satu ciri-ciri kalau kulit Saya cocok dengan serum dari X-Skin Care dan produknya aman untuk digunakan.*

## **Tips Kedua - Memperlihatkan Emosi Penulisnya**

Penulis bisa menunjukkan emosi dengan cara mengutak atik gaya tulisan, jadi mainkan kata-kata dan tanda baca.

Contohnya jika Anda ingin menyisipkan emosi senang, tulis aja "hehehe" (jangan terlalu banyak ya "hehe" -nya, kalau kebanyakan, nanti jadinya seperti ini "hehehehehehehehe", itu bukan senang, tapi artinya gak waras, ups).

Contoh lainnya jika ingin menyisipkan emosi kesal, pakai tanda seru. "Kesal banget !!" Atau bisa pakai huruf kapital "KESAL BANGET!". Kalau cuma tulisan "kesal banget" dan gak ada tanda serunya terasa beda kan? Bahkan, kata-kata efek juga berlaku disini, seperti "PLAK !, DHUARR !!, Krik . . Krik . . , BYUURRRR . ". Ada rasanya kan?

Buat apa tips kedua ini?

Coba deh Anda bayangkan. .

Kalau ada orang yang nangis depan Anda.

Atau ada orang ketawa ngakak depan Anda.

Apa respon Anda?

Pasti kepo kan?

Pingin tahu ada apa dan jadi penasaran.

Sama, tips kedua ini tujuannya untuk memancing rasa penasaran pembaca.

Contoh :

*DEG-DEGAN BANGET !!!*

*Waktu kemarin mau presentasi proyek baru, file ketinggalan dirumah. Mana lagi bos dikantor baru killeeerrrrr banget (Eh, dia gak baca status ini kan?). Kalau pulang, gak keburu. Rumah ke kantor kan jaraknya 1 jam bolak balik. T,T*

*Untung pas menit-menit terakhir ingat kalau sempat nyimpan filenya di aplikasi note super. Jadi notenya bisa konek antara laptop, Hp dan Multiple User. Selamat deh kemarin, untung ada kamu Note Super.*

### **Tips ketiga - Gunakan Kalimat Tidak Spesifik**

Ada kalimat spesifik, ada kalimat tidak spesifik. Kalimat spesifik artinya kalimat yang memberikan keterangan sejelas-jelasnya. Sedangkan kalimat tidak spesifik, adalah kalimat yang ambigu, multi tafsir, tidak memberikan keterangan secara spesifik.

Di dalam copywriting gaya covert, kita menggunakan kalimat tidak spesifik, tujuannya agar pembaca membangun pemahamannya sendiri, sehingga ujungnya mereka akan penasaran

Supaya Anda lebih bisa membedakan kalimat spesifik dan tidak spesifik, Saya jabarkan tabel di halaman berikutnya.

Coba lihat tabel ini

Contoh Kalimat Spesifik	Contoh Kalimat Tidak Spesifik
<i>Dia mau melakukan apa saja untuk orang yang disayang</i>	<i>Dia mau melakukan apa saja untuk istrinya</i>
<i>Bayangkan Anda sedang bersantai ditempat yang membuat Anda nyaman</i>	<i>Bayangkan Anda sedang bersantai dipantai</i>
<i>Gajinya lebih besar daripada UMK</i>	<i>Gajinya Rp. 3.000.000</i>

Kebaca bedanya?

Yang satu menjelaskan detail banget, sedangkan yang satunya tidak spesifik

Contoh:

*Aaaaaaaa suka banget sama hijab satu ini. :D :D :D*

*Makasih ya @nama orang*

*Gak heran kalau ini laris di tokomu. .*

(sambil tunjukkan foto)

Disini tujuannya membuat pembaca paham dengan menunjukan foto. Bagi yang tertarik untuk membeli, bisa kepin nama orang yang di mention.

Nah hubungannya kalimat diatas dengan kalimat tidak spesifik?

Yang saya soroti adalah kata larisnya.

Nah kata laris ini sifatnya ambigu, karena tidak jelas ukuran larisnya?

Ada kata yang tidak spesifik disana. Sama dengan saat kita katakan *Alhamdulillah, sold out.* ^\_^

Sold out maksudnya tokonya tutup?  
Atau produknya habis?

Kalau habis, emang stocknya berapa?  
Besok dijual lagi gak?  
Jadi ada kata tidak spesifik disana.

Kata-kata tidak spesifik itu memancing pembacanya penasaran dan membangun persepsi di pikirannya sendiri. Yang ujungnya, kalimat itu akan jadi copywriting yang covert.

## **Tips terakhir- Gunakan kata "Ini"**

Buat apa? Ini menunjukan kata benda misterius.

"ini" apa?

"ini" yang mana?

"ini" yang bagaimana?

Ingat tujuan dari Copywriting gaya Covert adalah menyampaikan informasi sehingga membuat pembacanya penasaran.

Kalau sudah penasaran, orang akan mencari tahu. Ketika mereka melakukan itu, maka iklan kita sukses memancing pembeli datang.



Contohnya . .

*Bersyukur banget, atas ijin Allah Ta'ala lewat ilmu ini Saya bisa menghasilkan 100 juta dalam 1 kali promosi*

Nah, ilmu apa yang dimaksud?

Mancing penasaran kan kalau polanya kalimatnya begitu, hehe.

Dan itulah tips praktis untuk menulis copyriting gaya covert.

1. Jangan menunjuk secara langsung
2. Memperlihatkan emosi penulisnya
3. Menggunakan kalimat tidak spesifik
4. Pakai kata “ini “

## **Cara Mengarahkan Pembacanya**

Karena dalam teknik ini tidak ada perintah/ajakan/penawaran maka untuk mengarahkan pembaca untuk melakukan sesuatu, kita bisa memberikan perintah samar alias perintah tidak langsung. Contohnya seperti ini.

### **Frasa untuk memberitahu Value Produk**

Dalam copywriting biasa

*Harga Rp 99.000*

Dalam Copywriting Gaya Covert

- *Harganya dibawah paket internet sebulan . .*
- *Gak nyampe 150ribu, tapi sudah dapat . . .*
- *Heran deh, smart action camera sekeren ini yang biasa harganya 500ribuan, ini gak nyampe setengahnya .*

## **Frasa untuk mengarahkan melakukan sesuatu**

Dalam Copywriting biasa

- *Beli, klik [www.hardhard.com](http://www.hardhard.com)*
- *Pesan chat di WA 0800-9000-0000*
- *Share status ini*
- *Bonus untuk 5 pembeli pertama*

Dalam Copywriting Gaya Covert

- *Sudah cantumin di [www.halushalus.com](http://www.halushalus.com) semua informasinya*
- *Saya sudah siapin WA 08XX-9000-0000 kalau mau tanya-tanya*
- *Jangan share kecuali ada manfaatnya*
- *Beruntung banget nih 5 orang pembeli pertama karena otomatis dapat bonus spesial*

Nah, begitulah cara untuk menulis Copywriting gaya covert.

Silahkan gunakan tips untuk memancing pemahaman dan penasaran. Lalu gunakan contoh-contoh terakhir untuk mengarahkan pembacanya melakukan sesuatu.