

Mahasiswa UNAIR Adakan Seminar Mentoring Copywriting Tingkatkan Digital Bisnis

Achmad Sarjono - SURABAYA.INDONESIASATU.ID

Sep 27, 2022 - 23:59



SURABAYA – Seiring berjalannya era digital dan dampak perubahan besar dalam perdagangan dunia yang tak terelakkan, terdapat peluang dan tantangan yang harus dihadapi. Hal itu sejalan dengan program kerja Scale Up Business In Digital Era (SCUTER) yang direalisasikan oleh BEM Universitas Airlangga Kementerian Pengembangan Profesi (PENGPROF). Kali ini SCUTER bekerja

sama dengan Kejar Mimpi Surabaya. Seminar SCUTER berlangsung pada Minggu (26/09/2022).

Di tahun-tahun sebelumnya, acara SCUTER diadakan secara online. Tahun 2022 ini acara diadakan di BG Junction Mall Surabaya L2 Multifunction Star satu. Mitha Nuraini mahasiswa Fakultas Hukum UNAIR angkatan 2020 selaku panitia mengaku, tujuan dari acara SCUTER adalah kembali ke tujuan visi misi Kementerian PENGPROF, yaitu memberikan program pengembangan skill kepada masyarakat umum terutama mahasiswa UNAIR.

Pelatihan mentoring dihadiri Leith Keshava selaku pembicara pertama. Ia menyampaikan, copywriter memiliki seni dalam menjual tulisan. Berbeda halnya dengan content writing yang tujuannya lebih umum dan tidak harus dijual. Meski keduanya memiliki tujuan untuk memasarkan sesuatu, namun copywriting fokus pada target penjualan yang lebih objektif.

“Copywriting bukan fokus kepada mengkomunikasikan produk Anda. Copywriting lebih mengedepankan empati terhadap masalah dan value customer yang paling mendesak,” ulas Leith Keshava.

Image not found or type unknown



Pendiri dan senior copywriting Stepzero.id yang akrab disapa Leith ini menyebut,

ada beberapa hal sederhana dalam memulai copywriting. Pertama, overview atau membuat gambaran campaign. Lalu, tentukan placement pasar, seperti Instagram atau Tiktok. Tujuannya mengetahui penguasaan iklan tersebut.

Setelah itu, pilih target market yang sesuai dengan campaign yang dimiliki. Sampaikan key message, value utama yang ingin disampaikan. Terakhir, gunakan bahasa yang enak dibaca dan tidak boleh menyudutkan salah satu pihak.

Masing-masing Medsos Miliki Karakter

Pada sesi kedua, hadir Nindya Retnasatiti yang juga lulusan Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. Nindya sebagai Manager CREA Digital Lab membagikan strategi penggunaan media sosial dalam bisnis digital. Nindya menyebut, setiap platform sosial media memiliki karakteristik masing-masing. "Konten yang organik, tidak dibuat-buat lebih diminati oleh orang-orang," ujar Nindya.

Sosial media juga memiliki waktu yang tepat dalam mengunggah konten, seperti waktu jam makan siang dan di jam-jam sebelum istirahat malam. Lebih lanjut, penggunaan media sosial pada digital marketing memiliki goals. Pertama, spesifik target pada tujuan plan program, lalu strategi yang dijalankan harus terukur. Yakin goals yang ditetapkan harus tercapai.

Selain itu, strategi harus memiliki target. Terakhir yang disampaikan oleh Nindya adalah memiliki timebound atau batas waktu tanggal sasaran yang spesifik.

Selepas sesi dua mentoring, rangkaian acara selanjutnya yaitu peserta diminta membuat kelompok study case. Hasil diskusi study case nantinya dipresentasikan. Sebelum pengujung acara, masih ada sesi penyerahan awarding kepada best participants SCUTER. Seluruh peserta mengikuti rangkaian acara dengan baik dan ditutup dengan foto bersama. (*)

Penulis: Mutiara Rachmi Karenina

Editor: Binti Q. Masrurroh