

"AYAT POWER, JUALAN MELETUP!"

SENI AD COPYWRITING YANG PENGARUH ORANG NAK KLIK DENGAN SEGERA

Disediakan oleh: Amirul Imran bin Abu Kasim

Pernah tengok iklan yang buat anda **klik tanpa fikir panjang** walaupun sebenarnya tidak merancang nak membeli pun?

Itulah kuasa **ad copywriting**, seni menulis ayat iklan yang mampu mempengaruhi pembaca untuk segera bertindak. Dalam dunia digital yang penuh persaingan, ayat anda boleh mengubah keadaan, antara dari **"scroll terus"**, kepada **"klik beli sekarang"**.

Menurut **Laporan HubSpot (2025)**, kadar klik purata (*Clickthrough Rate* - CTR) iklan yang menggunakan mesej peribadi dan panggilan tindakan (*Call-to-Action* - CTA) yang jelas adalah **2.3 kali ganda lebih tinggi** berbanding iklan biasa. Ini membuktikan bahawa ayat iklan bukan sekadar tulisan, tetapi ia sebenarnya **senjata pemasaran yang bernilai tinggi**.

1. FAHAMI SASARAN AUDIENS DAN NIAT MEREKA

Sebelum menaip satu perkataan pun, **kenali siapa dan apa yang mereka mahu**.

- **Kenal persona pelanggan:** Iklan untuk pelajar universiti tidak sama nadanya dengan iklan untuk pemilik perniagaan.
- **Fahami niat carian (search intent):** Carian "kursus digital marketing percuma" menunjukkan niat belajar, bukan membeli.
- **Gunakan bahasa mereka:** Untuk audiens muda, gunakan bahasa yang santai, ringkas dan beremosi lebih berkesan.



Tip

Gunakan alat seperti **Google Trends** atau **AnswerThePublic** untuk faham minat pengguna semasa.



2. TULIS MESEJ RINGKAS TAPI "PADU"

Dalam dunia digital, anda hanya ada **3 saat pertama** untuk tarik perhatian pembaca.

- Gunakan **tajuk yang "catchy"** seperti:
 - "Nak Kurus Tanpa Ubat? Cuba Cara Ini!"
- Fokus pada **manfaat, bukan ciri-ciri**. Contoh: gantikan "mengandungi kolagen" kepada "buat kulit nampak cerah dan sihat".
- Tambah elemen **"mendesak"** seperti "Diskaun 30% Hari Ini Sahaja!"

💡 Tip Copywriter Pro

- Guna formula **PAS (Problem-Agitate-Solve)** untuk hasilkan mesej yang lebih beremosional.

3. GUNAKAN CALL-TO-ACTION (CTA) YANG JELAS DAN STRATEGIK

Call-to-Action (CTA) yang betul umpama “pintu emas” kepada jualan.

- Spesifik: “Daftar Sekarang”, “Muat Turun E-Book Percuma”.
- Sesuai dengan niat pengguna: Fasa awal? Gunakan “Ketahui Lebih Lanjut”.
- Letak CTA di hujung ayat utama atau dalam ayat tengah untuk platform sosial.

4. UJI, ANALISIS & BAIKI SECARA KONSISTEN

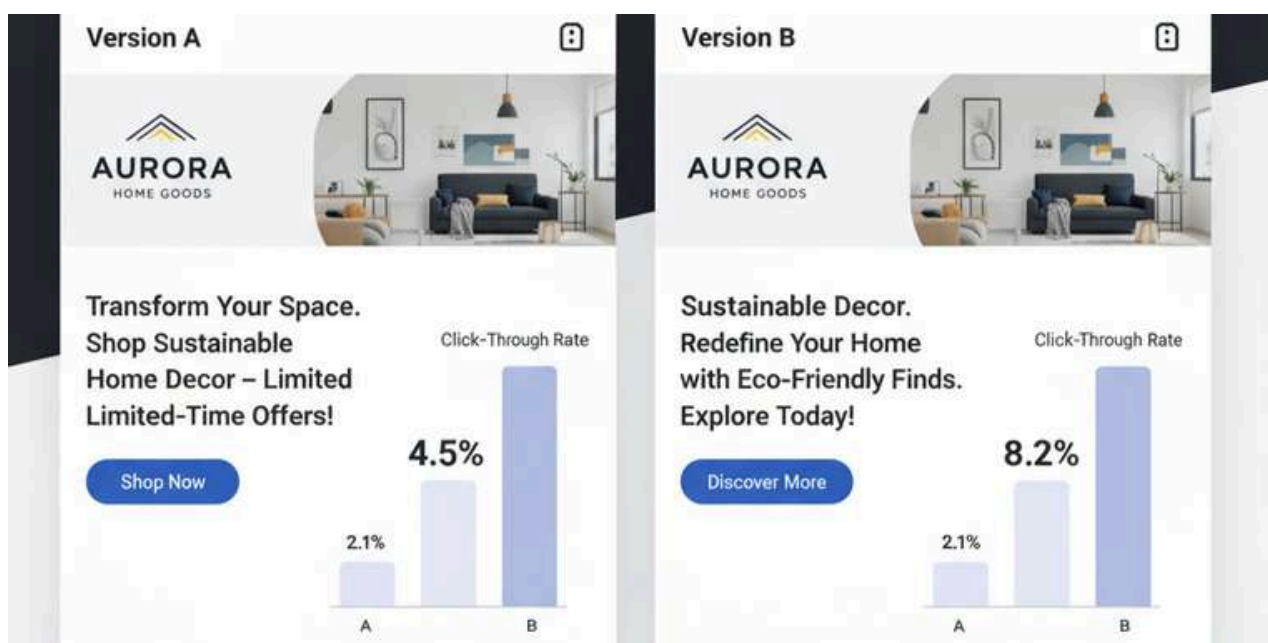
Tiada “formula ajaib” untuk copywriting. Sebab itu **A/B Testing** penting untuk dapat *insight*!

1. Tukar **satu elemen pada satu masa** (tajuk, CTA, atau gambar).
2. Pantau **CTR, Cost-per-click (CPC)** dan **Conversion Rate**.
3. Gunakan data, bukan rasa, biar fakta tentukan ayat paling berkesan.

$$\text{CR} = (\text{No. of Conversions} / \text{Total Clicks}) \times 100$$

$$\text{CTR} = (\text{No. of Conversions} / \text{Total Clicks}) \times 100$$

$$\text{CPC} = (\text{Total Cost} / \text{Total Clicks})$$



KESIMPULAN

Ad copywriting bukan sekadar menulis ayat cantik, ia merangkumi aspek **memahami manusia, emosi, dan niat mereka**. Siapa yang mahir menulis ayat **tepat, ringkas dan relevan**, pasti akan sentiasa berada **selangkah di hadapan pesaing**. Ingat, setiap perkataan anda berpotensi menjadi **duit yang berkembang**!



SUMBER RUJUKAN

Céillie Clark-Keane. (2025, August 22). *Website Copywriting: 17 Tips to Write Copy That Converts* / *WordStream*. WordStream.

<https://www.wordstream.com/blog/website-copywriting>

DIGITAL 2025. (n.d.). <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2025/02/GDR-2025-v2.pdf>

Google Ads Best Practices - Google Ads Help. (n.d.). Support.google.com.

<https://support.google.com/google-ads/answer/6154846?hl=en>

Hubspot. (2025). *Not Another State of Marketing Report | 2025 Marketing Trends*.

Www.hubspot.com. <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>