

BAB

10

Strategi Iklan Meta Ads

4

Angle Iklan

Sudut pesan yang berbeda-beda



Iklan Siap Tiru

Headline + primary text per angle



Uji & Skala

Temukan angle pemenang

Konten organik sudah berjalan — sekarang kita percepat dengan **iklan berbayar**. Bab ini membantu kamu menjalankan Meta Ads dengan angle yang jelas: empat sudut pesan siap pakai, lengkap dengan headline dan primary text, plus cara mengujinya.

Meta Ads

Angle Iklan

Uji & Optimasi

Satu produk, banyak angle iklan

Tujuan bab ini: membantu kamu menjalankan iklan dengan **angle yang jelas**.

Produk yang sama bisa dijual ke orang berbeda dengan **sudut pesan (angle) berbeda**. Satu orang tergerak karena ingin hemat waktu, yang lain karena butuh rapikan usahanya, yang lain lagi karena ingin peluang jualan. Tugasmu bukan menebak satu pesan terbaik, tapi **menguji beberapa angle** dan membiarkan data menunjukkan pemenangnya.

4 ANGLE → COCOK UNTUK SIAPA

1**Hemat Waktu****Target:** pekerja & profesional umum yang sering pakai Excel/Sheets.**2****Untuk UMKM****Target:** pemilik usaha, reseller, online shop, bisnis rumahan.**3****Bisa Dijual Ulang****Target:** pencari peluang & penghasilan tambahan / calon reseller.**4****Murah Dibanding Buat Sendiri****Target:** value seeker & orang yang pernah repot bikin template sendiri.

◆ Aturan main pengujian

Jalankan **beberapa angle sekaligus** dengan budget kecil, lihat mana yang menghasilkan biaya per hasil termurah, lalu naikkan budget pada angle pemenang. Jangan jatuh cinta pada satu angle — biarkan angka yang memutuskan.



Angle hemat waktu & untuk UMKM

01

Hemat Waktu



KelasOnline · Bersponsor
Mega Bundle Template

Sekarang kamu nggak perlu mulai dari kosong. Dapatkan paket Template Excel & Google Sheets multi bidang yang bisa langsung dipakai untuk bisnis, keuangan, produktivitas, konten, HR, pendidikan, dan event.

MOCKUP PRODUK

KELASONLINE.COM

Bikin File Excel dari Nol Itu Capek.

Pelajari

TARGET

Audiens luas: **pekerja & profesional** yang akrab dengan Excel/Sheets.

02

Untuk UMKM



KelasOnline · Bersponsor
Template Usaha

Kelola penjualan, stok, invoice, kas, dan laporan usaha dengan template siap pakai. Cocok untuk UMKM, reseller, online shop, dan bisnis rumahan yang ingin lebih rapi tanpa aplikasi mahal.

MOCKUP PRODUK

KELASONLINE.COM

Usaha Jalan, Tapi Catatan Masih Berantakan?

Pelajari

TARGET

Pemilik usaha, reseller, online shop & bisnis rumahan.

♦ Yang membedakan dua angle ini

Angle 1 menjual **kemudahan untuk semua orang**; angle 2 menjual **solusi spesifik untuk pemilik usaha**. Headline yang menyentuh masalah nyata ("catatan berantakan") biasanya menarik audiens yang lebih panas & siap membeli.



Angle jual ulang & lebih murah

03

Bisa Dijual Ulang



KelasOnline · Bersponsor
Mega Bundle + Reseller

Dapatkan Mega Bundle Template Excel & Google Sheets lengkap dengan materi jualan, poster promosi, dan landing page. Cocok untuk kamu yang ingin mulai jualan produk digital tanpa harus membuat produk dari nol.

MOCKUP PRODUK

KELASONLINE.COM

Punya Produk Digital yang Bisa Dijual Berkali-kali.

Pelajari

TARGET

Pencari peluang & penghasilan tambahan / calon reseller.

04

Murah Dibanding Buat Sendiri



KelasOnline · Bersponsor
Paket Hemat

Daripada habiskan waktu berjam-jam membuat template sendiri, gunakan paket siap pakai untuk berbagai kebutuhan: bisnis, keuangan, planner, konten, HR, pendidikan, travel, dan event.

MOCKUP PRODUK

KELASONLINE.COM

Bayar Sekali, Dapat Banyak Template Siap Pakai.

Pelajari

TARGET

Value seeker & orang yang pernah repot bikin template sendiri.

◆ Catatan penting untuk Meta Ads

Headline pendek & memancing rasa penasaran biasanya menang. Pastikan **primary text menyebut manfaat utama di kalimat pertama** karena pengguna hanya melihat 1–2 baris sebelum tombol "Selengkapnya".



Cara menjalankan & menemukan pemenang

Angle yang bagus baru setengah cerita — sisanya soal **menguji dan membaca data**. Empat langkah praktis berikut membantu uang iklanmu bekerja efisien.

1**Uji beberapa angle bersamaan**

Buat satu iklan per angle dengan budget kecil. Biarkan keempatnya berjalan beberapa hari agar terlihat mana yang paling diminati audiens.

2**Ukur biaya per hasil, bukan jumlah like**

Yang penting bukan banyaknya komentar, tapi **biaya per klik/pesan/pembelian**. Angle dengan biaya per hasil termurah adalah pemenangnya.

3**Naikkan budget pada pemenang secara bertahap**

Setelah satu angle terbukti efisien, tambah budgetnya pelan-pelan. Lonjakan budget mendadak sering membuat performa iklan goyah.

4**Segarkan materi sebelum jenuh**

Iklan yang sama bisa "capek" ditonton. Siapkan variasi gambar/video & headline baru agar biaya tetap stabil saat performa mulai turun.

◆ Jembatan dari organik ke iklan

Konten organik yang sudah ramai (banyak ditonton/disimpan) adalah **bahan iklan paling aman** — ia sudah terbukti menarik sebelum kamu keluar uang.

Yang perlu kamu bawa dari bab ini

-  **Satu produk, banyak angle.** Sudut pesan berbeda menjangkau motivasi pembeli yang berbeda-beda.
-  **4 angle siap pakai:** hemat waktu, untuk UMKM, bisa dijual ulang, dan lebih murah daripada buat sendiri.
-  **Headline menyentuh masalah** + primary text yang menyebut manfaat di kalimat pertama paling menarik perhatian.
-  **Uji beberapa angle, ukur biaya per hasil,** lalu naikkan budget pada pemenang secara bertahap.
-  **Jadikan konten organik terbaik sebagai iklan** dan segarkan materi sebelum audiens jenuh.

Refleksi & eksekusi

- Siapkan **4 iklan** (satu per angle) memakai headline & primary text di bab ini.
- Tentukan **budget uji harian** yang kecil tapi cukup untuk melihat data dalam beberapa hari.
- Tetapkan **satu metrik penentu** (mis. biaya per pesan WhatsApp) untuk memilih angle pemenang.

★ Penutup Modul

Dari mindset (Bab 1) sampai iklan (Bab 10), kamu kini punya peta lengkap: pahami pasar, bentuk produk, kemas premium, susun offer, tulis halaman jualan, dan datangkan pembeli lewat konten & iklan. Langkah terakhir paling penting — **eksekusi**. Mulai dari satu produk, satu halaman, satu iklan. Selamat berkarya.