

BAB

09

Strategi Konten untuk Promosi

5

Pilar Konten

Dari menarik perhatian sampai closing



Konten Berputar

Organik & iklan yang konsisten



Bank Ide

Contoh siap eksekusi tiap pilar

Landing page sudah siap — sekarang ia butuh **traffic**. Bab ini memberi ide konten organik dan iklan lewat lima pilar konten yang, jika diputar konsisten, menuntun audiens dari "baru kenal" sampai "siap membeli".

Pilar Konten

Organik & Iklan

Bank Ide

Lima pilar yang menuntun audiens ke pembelian

Tujuan bab ini: **memberikan ide konten organik dan iklan**. Kuncinya bukan sekadar rajin posting, tapi memutar lima pilar yang masing-masing mendorong audiens satu langkah lebih dekat ke keputusan beli.

PILAR → PERJALANAN PEMBELI

SADAR	PERCAYA	TERTARIK	BELI	YAKIN
Konten Problem	Konten Edukasi	Konten Demo	Konten Hardselling	Konten Social Proof

◆ Atur takaran kontennya (content mix)

Jangan didominasi hardselling. Perbanyak konten yang membangun audiens (problem, edukasi, demo), selipkan hardselling secukupnya, dan rutin tampilkan bukti. Contoh takaran sehat:

Problem 25%	Edukasi 25%	Demo 22%	Hard 13%	Proof 15%
-------------	-------------	----------	----------	-----------

◆ Prinsip konten promosi

Orang tidak suka diiklani terus-menerus. **Beri nilai dulu** lewat problem, edukasi, dan demo — saat kepercayaan terbangun, hardselling terasa seperti bantuan, bukan gangguan.

A

PILAR KONTEN · BAGIAN 1

Tarik perhatian & bangun kepercayaan

1

Konten Problem

→ SADAR

Tujuan: menarik perhatian orang yang sedang mengalami masalah, lewat pertanyaan yang membuat mereka merasa "ini gue banget".

CONTOH IDE

"Masih catat stok di buku?"

"Gaji habis tapi nggak tahu ke mana?"

"Konten berantakan karena nggak punya kalender?"

"Bisnis kecil tapi laporan belum rapi?"

FORMAT

Hook video pendek & caption pertanyaan — **buat orang berhenti scroll** dan merasa tertangkap.

2

Konten Edukasi

→ PERCAYA

Tujuan: menunjukkan kamu paham masalahnya & membangun kepercayaan dengan memberi solusi gratis yang bermanfaat.

CONTOH IDE

Cara mencatat cashflow sederhana

Cara membuat content calendar

Cara mengatur budget keluarga

Cara membuat tracker stok barang

FORMAT

Carousel langkah-langkah atau tutorial singkat — **beri nilai dulu**, produk menyusul secara alami.

Tunjukkan produk & ajak membeli

3

Konten Demo Produk

→ TERTARIK

Tujuan: menunjukkan produk benar-benar bekerja agar audiens membayangkan dirinya memakainya.

CONTOH IDE

Sebelum vs sesudah pakai template

Isi dashboard otomatis

Cara edit file

Cara pakai di Google Sheets

FORMAT

Screen recording & before/after — **tunjukkan, jangan cuma ceritakan.** Bukti visual paling meyakinkan.

4

Konten Hardselling

→ BELI

Tujuan: mengajak audiens yang sudah hangat untuk mengambil keputusan dan membeli sekarang.

CONTOH IDE

"Cuma sekali bayar, dapat banyak template siap pakai."

"Bisa dipakai sendiri atau dijual ulang."

"Sudah termasuk materi jualan & landing page."

FORMAT

Penawaran jelas + CTA tegas ke link order — **sebut manfaat & ajakan** dalam satu napas.



Yakinkan dengan bukti & putar kontennya

5

Konten Social Proof

→ YAKIN

Tujuan: menghapus keraguan terakhir dengan menunjukkan bukti bahwa orang lain sudah membeli & merasakan manfaatnya.

CONTOH IDE

Testimoni pembeli

Screenshot dashboard

Hasil pengguna

Studi kasus UMKM

FORMAT

Repost testimoni & screenshot chat/hasil — **bukti dari orang lain** lebih dipercaya daripada klaim sendiri.

◆ Cara memutar kelima pilar

Tidak perlu konten baru tiap hari dari nol. **Putar kelima pilar bergiliran** sepanjang minggu — misalnya Senin problem, Selasa edukasi, Rabu demo, Kamis social proof, Jumat hardselling. Satu ide bisa diubah jadi beberapa format (Reels, carousel, story) agar tidak cepat kehabisan bahan.

◆ Organik dulu, iklan menyusul

Konten yang sudah terbukti ramai secara organik adalah **kandidat terbaik untuk dijadikan iklan**. Uji dulu mana yang paling banyak ditonton & disimpan, baru dorong dengan budget iklan.

Yang perlu kamu bawa dari bab ini

-  **5 pilar = alur menuju beli:** Problem (sadar) → Edukasi (percaya) → Demo (tertarik) → Hardselling (beli) → Social Proof (yakin).
-  **Beri nilai dulu.** Perbanyak problem, edukasi, & demo; hardselling secukupnya agar tidak terasa mengganggu.
-  **Tulis pakai bahasa audiens.** Konten problem yang memakai kata-kata mereka paling cepat menarik perhatian.
-  **Tunjukkan, jangan cuma cerita.** Demo & social proof berupa screenshot/before-after paling meyakinkan.
-  **Putar pilar tiap minggu** dan jadikan konten organik terbaik sebagai bahan iklan berbayar.

Refleksi sebelum lanjut ke Bab 10

1. Tulis **3 ide konten problem** memakai kata-kata yang sering diucapkan audiensmu.
2. Susun **jadwal mingguan** yang memutar kelima pilar (mis. Senin–Jumat).
3. Pilih **satu ide demo produk** yang akan kamu rekam lebih dulu sebagai konten andalan.

Selanjutnya — Bab 10

Konten sudah mengalir. Berikutnya kita rapikan sistem penjualan & pengiriman produk agar transaksi berjalan otomatis.