

Buku Pelatihan *Diva* UMKM

Modul 5.
Menggunakan cerita
untuk bisnismu





Menggunakan cerita untuk bisnismu

Halo! Perkenalkan
nama saya _____

Saya adalah seorang _____
(pekerjaan) di _____
(nama usaha).

Sehari-hari, saya melakukan
_____ (pengalaman) dan saya adalah
seorang yang _____ (hal unik).

Senang bertemu denganmu!

Boleh ceritakan tentang
dirimu?





Harapan dari kegiatan ini:

**Membuat
Anda lebih
percaya diri
untuk
bercerita!**



Search...



**Mengapa penting
membangun cerita untuk
bisnismu?**



Menurut penelitian psikolog Jerome Bruner, **fakta yang disampaikan sebagai bagian dari cerita 20 kali lebih mungkin diingat.**

Kilas Balik Kegiatan



Manfaat Cerita dalam Bisnismu



Membuat hubungan emosional

Cerita dapat membantu menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan. Ketika pelanggan merasa terhubung, mereka cenderung lebih loyal dan lebih sering merekomendasikannya kepada orang lain.



Membedakan diri dari pesaing

Market sering kali jenuh dengan produk dan layanan yang serupa. Cerita yang unik dapat membantu bisnis Anda menonjol di antara pesaing. Ini karena cerita memberikan konteks dan makna lebih mendalam terhadap apa yang Anda tawarkan.



Membangun komunikasi yang lebih efektif

Cerita memberikan kerangka kerja untuk semua komunikasi pemasaran Anda. Ini membantu memastikan bahwa semua pesan yang Anda kirim konsisten dan selaras dengan identitas merek Anda.

Manfaat Cerita dalam Bisnismu

Studi kasus: Batik Trusmi Cirebon



Membuat hubungan emosional

Batik Trusmi sering menceritakan kisah tentang para pengrajin batik yang dengan teliti membuat setiap kain batik.

Membedakan diri dari pesaing

Batik Trusmi menonjolkan kisah keunikan desain dan proses pembuatan batik mereka yang menggunakan teknik tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi.

Membangun komunikasi yang lebih efektif

Batik Trusmi menggunakan berbagai platform, termasuk media sosial, website, dan event pameran, untuk berbagi cerita tentang sejarah batik, proses pembuatan, dan kisah para pengrajin.

Semua ini dimulai dengan...

**Memahami siapa
yang menjadi
pelangganmu**





**Yuk kenalan dengan
calon pelangganmu!**



Coba deh sesuaikan dengan persona pelanggannya!

Berapa umurnya?

Apa pekerjaannya?

Apa aktivitasnya saat membeli?

Berapa pendapatannya?

Iklannya bisa dilihat di mana?

Profil Pelanggan



Berapa umurnya?
18–35 tahun

Apa pekerjaannya?
Mahasiswa, pekerja kantoran, pekerja kreatif

Apa aktivitasnya saat membeli?
Nongkrong, bekerja + buka laptop

Berapa pendapatannya?
Di atas 5 juta

Iklannya bisa dilihat di mana?
Media sosial, baliho, aplikasi Gojek



Profil Pelanggan

menentukan

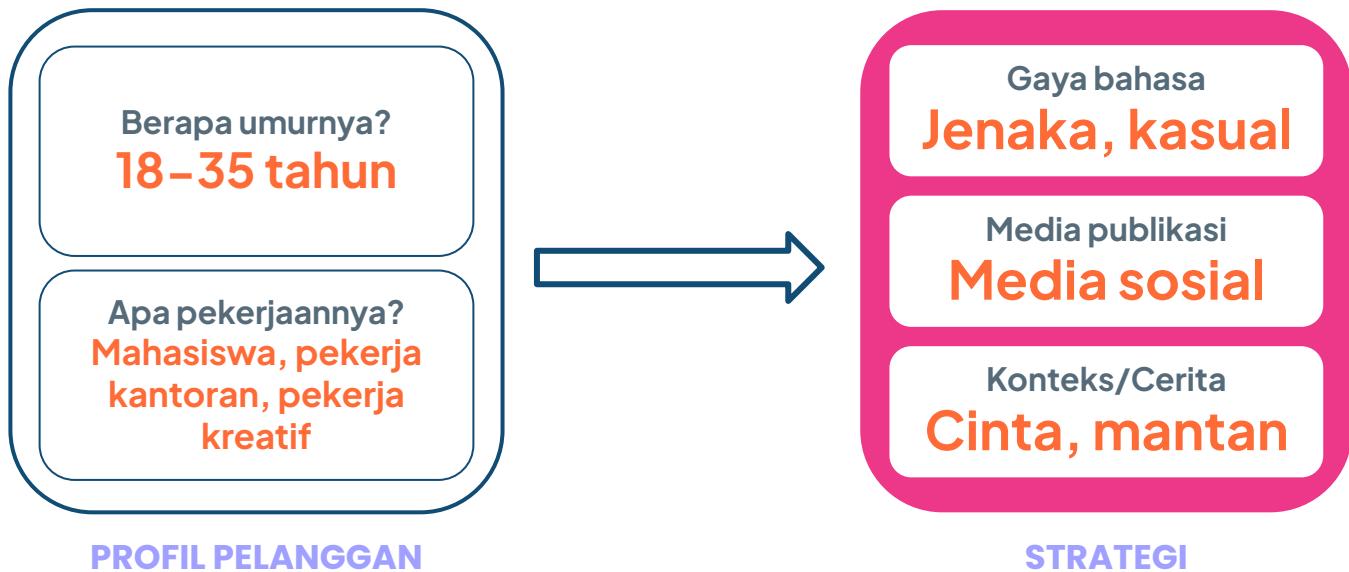
Gaya
bahasanya

Media
publikasinya

Desain
visualnya

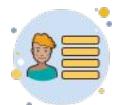
Konteks/
Ceritanya

Penyesuaian Strategi Sesuai Profil Pelanggan



Masih ingat saat kita **membedah** calon pembelimu?

Nama Usaha



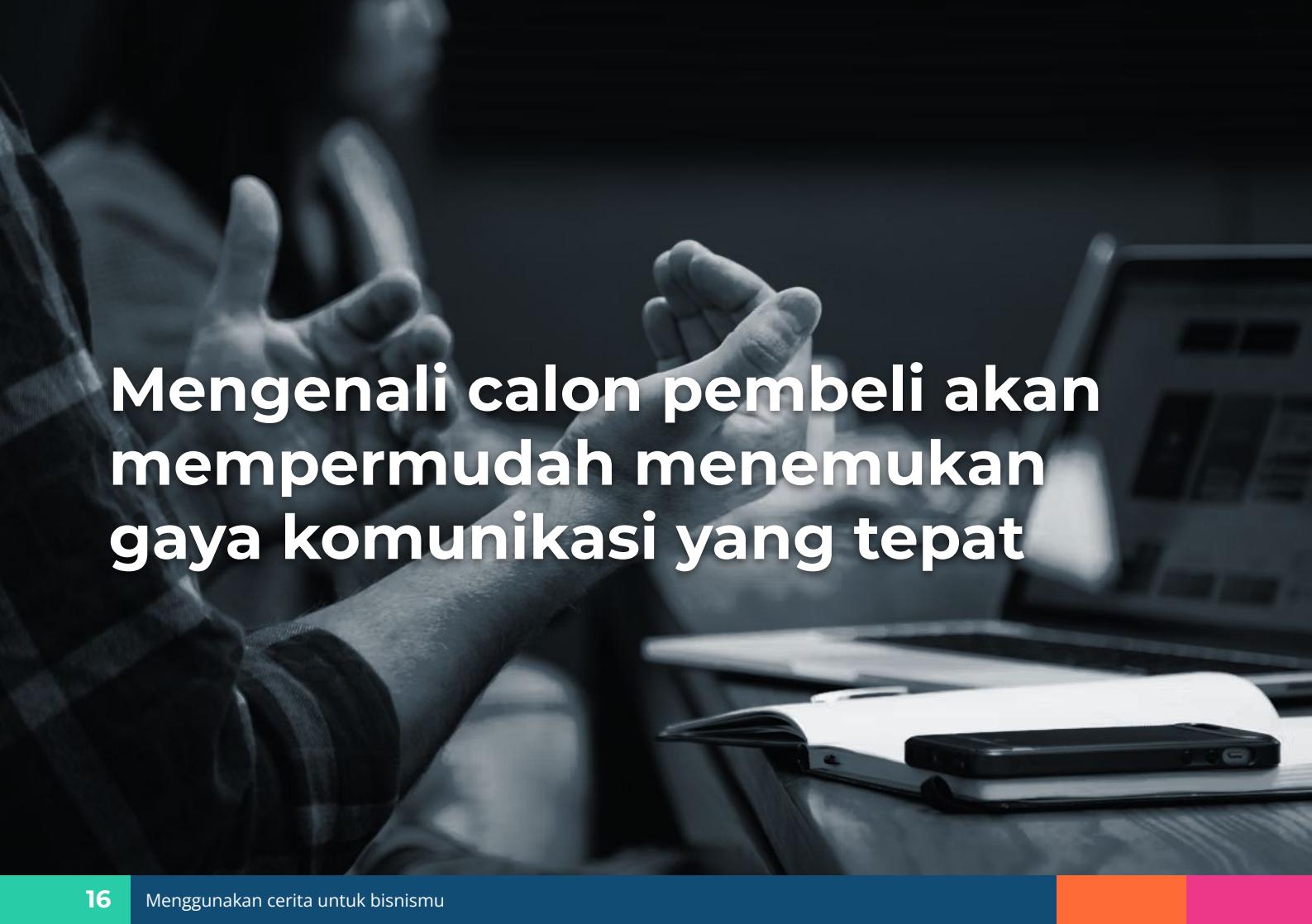
Demografis

- Usia : _____ tahun
- Jenis Kelamin
- Domisili
- Status pekerjaan
- Jumlah penghasilan : _____/bulan



Psikografis

- Bahasa yang digunakan
- Konten yang disukai
- Produk / promo yang disukai
- Suka Medsos / Marketplace apa : _____



**Mengenali calon pembeli akan
mempermudah menemukan
gaya komunikasi yang tepat**

Gaya Komunikasi Formal x Kasual



FORMAL

-  Gaya bahasa yang menimbulkan kesan profesionalitas dan dewasa
-  Cenderung punya batasan, tidak ramah, terkesan kaku



KASUAL

-  Gaya bahasa yang sangat personal, seperti teman sebaya
-  Sering dianggap tidak serius dan tidak kompeten dalam suatu bidang

Komunikasi Jenaka x Serius



JENAKA

 Gaya bahasa yang memuat unsur humor dan mudah untuk dibagikan (cepat viral)

SERIUS

 Gaya bahasa yang bisa memberikan rasa kepercayaan dan kredibilitas

Dapatkah kamu menentukan gaya bahasa yang cocok untuk brand tersebut?



HMNS : Kasual + Serius

THE PRESTIGE
HMNS x Christian Sugiono



Rp415.000,-
Today, 28 Feb 2024 | 20.00 WIB

[TikTok Shop](#) [Shopee](#) [Tokopedia](#) [madeforhmns.com](#)

hmns.id
and
csugiono

hmns.id [Final Reminder Limited Launch THE PRESTIGE HMNS x Christian Sugiono]

Jam 8 malam nanti, ada kesempatan buat kamu dapetin THE PRESTIGE, kolaborasi eksklusif antara HMNS dan Christian Sugiono.

Ini bukan sekadar parfum, tapi sebuah mahakarya yang menyatukan aroma khas Tobacco Leaves, aromatic Geranium, dan kesegaran Pink Pepper (JE), plus masih banyak lagi.

Stay tuned di Shopee, Tokopedia, TikTok Shop & [madeforhmns.com](#) (link ada di bio kita, ya)

THE PRESTIGE - Eau De Parfum 100 ml
Spicy, Woody & Warm Notes
Price: Rp415.000,-

Aku juga mau ajak kamu ikutan livetream acara perilisannya. Kita bisa tonton bareng secara online dari jam 18.00 – 22.00 WIB di TikTok Shop HMNS & Youtube Christian Sugiono! (link juga ada di bio!)

1.861 likes
28 February

Add a comment...

Post

Saloka: Kasual + Jenaka



salokapark • Follow

salokapark • Liburan sekolah makin seru di Aloha Saloka! 🌟

Horeee sebentar lagi liburan. Waktunya berpetualang penuh keceriaan di Saloka 😊 Loka bakal menyambut kedatangan kalian dengan suasana summer yang super asik 😊

Udah gak sabar kan buat ke Saloka? Yuk amankan tiket mu di www.SalokaPark.com

#AlohaSaloka
#CeriaBarengLoka
#SalokaPark
#CeriaTiadaHabisnya

2 w See Translation

putri.haryati.3 Klo sblm 22 juni harga tekat brpa ya.

2 w 2 likes Reply

View replies (3)

safat5007 Promonya min

2 w 1 like Reply

722 likes

9 June

Add a comment...

Contoh visualisasi persona pelanggan



- **PERSONA PELANGGAN**
- Jenis kelamin : Perempuan
- Umur : 30-40 tahun
- Pekerjaan : Ibu rumah tangga
- Gaya bahasa : Bahasa yang lebih dewasa
- Konten Favorit : Resep kue kering, foto makanan
- Brand Favorit : Kartika Sari, Brownies Amanda.
- Media Sosial : YouTube, Instagram, Facebook

Contoh visualisasi persona pelanggan

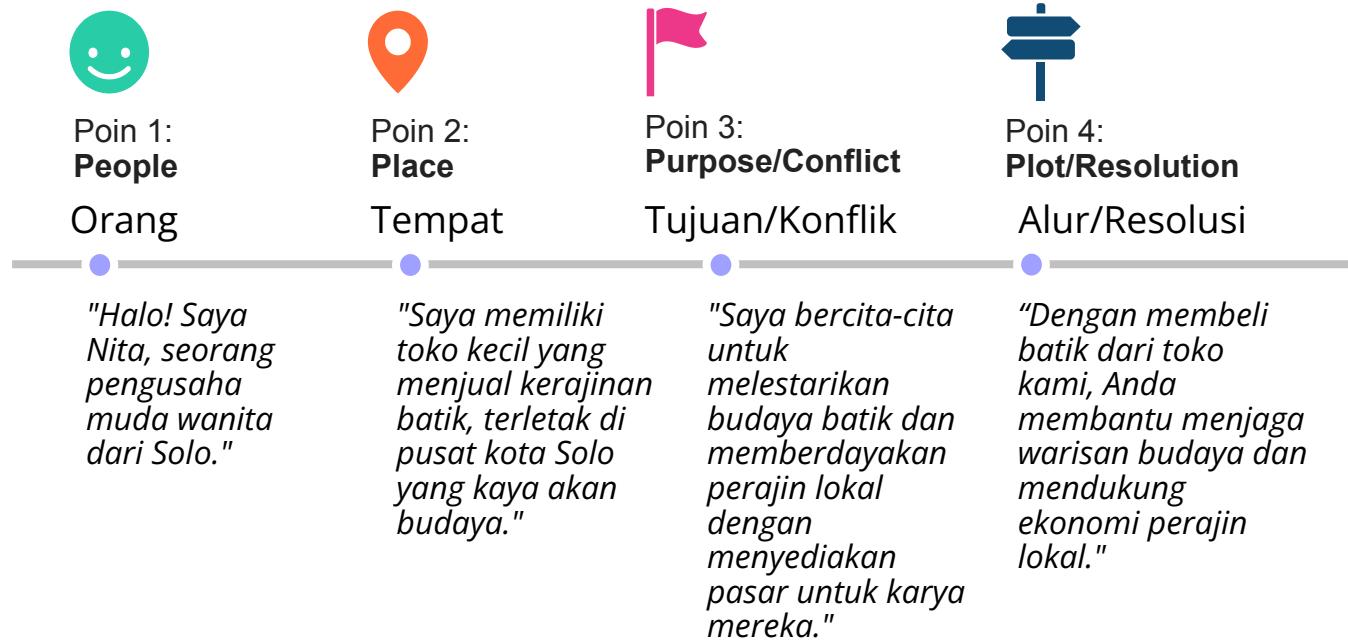


Storytelling

Seni menyampaikan informasi atau pesan melalui cerita yang menarik dan bermakna.

Bagaimana caranya membuat cerita?

Poin-poin dalam *Storytelling* yang Baik



Tips Pembuatan Konten Cerita



Gunakan elemen visual untuk menyampaikan pesan dengan cepat dan efektif.



Gabungkan elemen pendidikan dengan hiburan (edutainment) untuk membuat konten lebih menarik.



Pastikan cerita yang disampaikan adalah asli dan mencerminkan nilai dan perjalanan merek yang sebenarnya.



Sertakan call-to-action yang jelas dalam cerita untuk membimbing penonton menuju hasil yang diinginkan,



Buat konten yang mengajukan pertanyaan atau menampilkan skenario untuk menjaga penonton tetap terlibat.



Namun, kamu tidak perlu menjadi seorang penulis untuk menjadi storyteller.

**Semua dari kita, adalah
storyteller!**

Latihan Membuat Cerita

Bagi kelompok masing-masing 4 orang

Latihan Membuat Cerita

Menulis Cerita untuk Bisnismu

1. Berikan deskripsi singkat tentang produk Anda (misalnya, tas buatan tangan dari bahan daur ulang).
2. Tuliskan cerita singkat yang menggambarkan produkmu
3. Elemen yang Harus Dimasukkan:
 - Orang yang membuat produk (People)
 - Tempat pembuatan produk (Place)
 - Tujuan atau konflik yang dihadapi (Purpose/Conflict)
 - Alur atau resolusi dari cerita (Plot/Resolution)

Copywriting

Copywriting adalah proses menulis teks untuk tujuan pemasaran atau periklanan yang bertujuan untuk mendorong tindakan tertentu dari audiens

Bagaimana caranya membuat copywriting?

Perbedaan Storytelling & Copywriting

STORYTELLING	COPYWRITING
Menghubungkan audiens secara emosional dan membangun hubungan jangka panjang	Menghasilkan kegiatan langsung dari audiens, seperti pembelian atau pendaftaran
Menggunakan narasi yang lebih panjang dan mendalam	Menggunakan teks yang lebih pendek, langsung, dan berfokus pada hasil
Lebih banyak menggunakan emosi untuk menciptakan hubungan	Lebih fokus pada logika dan manfaat praktis

Profil di Instagram “Bio”



“100% Teh, Gula, dan Melati Asli”

“Apapun Makanannya, Minumnya Tehbotol Sosro”



“Ayo temukan keindahan asli kita, bersama!”



hmns.id • Follow

hmns.id Dari ketiga parfum ini, kamu paling suka yang mana? :3 Lalu kalau kamu bisa nyiptain galaksi baru dengan aroma mereka sebagai inspirasi, gimana galaksi itu bakal terlihat & apa nama yang bakal kamu kasih padanya? ❤

30 w See Translation



apujilstr Tim darker shade NO DEBAT!♥♥♥ Pas bgt dia di tengah kan posisi di fotonya, udh jelas dia juaraaaa ❤️🔥 Pengalaman aku selama pake 3 botol darker, suami selalu minta repurchase yg darker karna harumnya sooooooo sexy. Manis, tapi ga nyengat. Dan selalu bikin doi serseran (yakan shade of orgsm) HAHAHA. Trus review kedua, dari murid muridku, katanya harum "malaikat" OMG OMG OMG. Gatau dehhh, kalau dia jadi planet, keknya penghuninya malaikat cantikkkkk bgt, super sexy, harum, memikat, elegantttt bgtt, penuh kehangatan, dan semua org di bumi pasti ingin ke planet ini, planet "red angels" ❤

30 w 3 likes Reply See Translation



bisri.pp paling suka di unrosed, pertama kali sniff seperti terbayang2 di toko bouquet yang banyak sekali mawar berjejer. ini buat cowo/cewe tetep bisaaaa, meskipun ada sisi feminim





inijie

Diikuti

1,207 suka

1 minggu

inijie FREE DINING

Pengen makan Chinese food halal yang dijamin bikin ketagihan? Kudu cobain . Nasi Kare, Nasi BBQ dan aneka varian mie-nya sedap! Mau makan GRATIS disana?

Caranya Gampang!

Like foto ini. Mention 3 temen yang mau kamu traktir nanti kalau menang kontes ini, cantumkan hashtag #FollowForFreeDining. Peserta kontes & temen-temennya kudu follow & @INJIE yah,

5 pemenang bakal dapet voucher free Meals dan Drink di Kontes ditutup malam ini jam 11.59pm, buruan ikutannn! :D

T & C:



Tambahkan komentar...

0 0 0

Tagline



Secara sederhana slogan *"The Spirit of Java"* dapat diartikan sebagai "Jiwanya Jawa." Hadirnya slogan tersebut karena Kota Solo ingin dikenal sebagai pusat perkembangan budaya jawa. Hal yang ditawarkan dari slogan ini adalah keunikan wilayahnya, meliputi kekayaan peninggalan warisan budaya, kekhasan karakter masyarakat yang hangat dan ramah, dan kekuatan tradisi perdagangan dan industri yang tangguh.

Iklan



APA PUN MAKANANNYA
MINUMNYA...

Studi Kasus: Copywriting untuk Industri Makanan dan Minuman



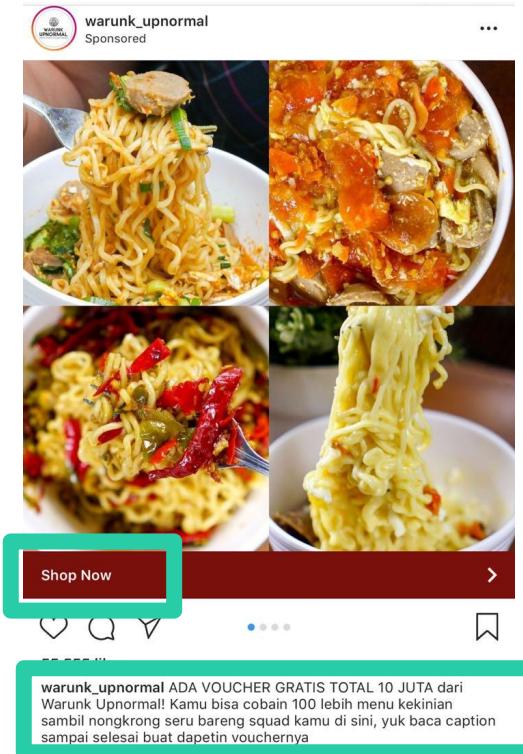
1

Anda bisa mengunggah foto makanan yang menarik ke sosial media untuk membangun minat dan memberi informasi tentang menu restoran bisnis Anda

2

Pastikan Anda mendistribusikan konten yang dibuat secara rutin demi menambah ketertarikan pelanggan

Studi Kasus: Copywriting untuk Industri Makanan dan Minuman



1

Tuliskan **deskripsi foto** yang menarik pelanggan untuk membeli produk Anda

2

Gunakan **CTA (Call to Action)** seperti **"Shop Now"** yang dapat mengundang target audiens untuk membeli produk Anda

Menggunakan AIDA MODEL untuk copywriting



Mari bereksperimen copywriting!

Bagi kelompok masing-masing 4 orang

Latihan Membuat Copywriting

Menulis Tagline

1. Berikan deskripsi singkat tentang produk atau layanan (misalnya, kopi organik dari perkebunan lokal).
2. Buatlah tagline yang singkat, menarik, dan menggambarkan keunikan produk tersebut.
3. Elemen yang Harus Dimasukkan:
 - Keunikan produk
 - Manfaat utama bagi pelanggan

Membuat Copywriting

1. Sediakan gambar produk yang akan digunakan untuk posting di Instagram.
2. Tuliskan caption yang menarik dan menggugah, yang mencakup ajakan bertindak (CTA) yang jelas, menggunakan pendekatan AIDA
3. Elemen yang Harus Dimasukkan:
 - Headline
 - Keunggulan produk
 - Bahasa yang sesuai
 - Call-to-action (CTA)



Notes



Notes



Notes



