

# Buku Pelatihan *Diwa* 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:

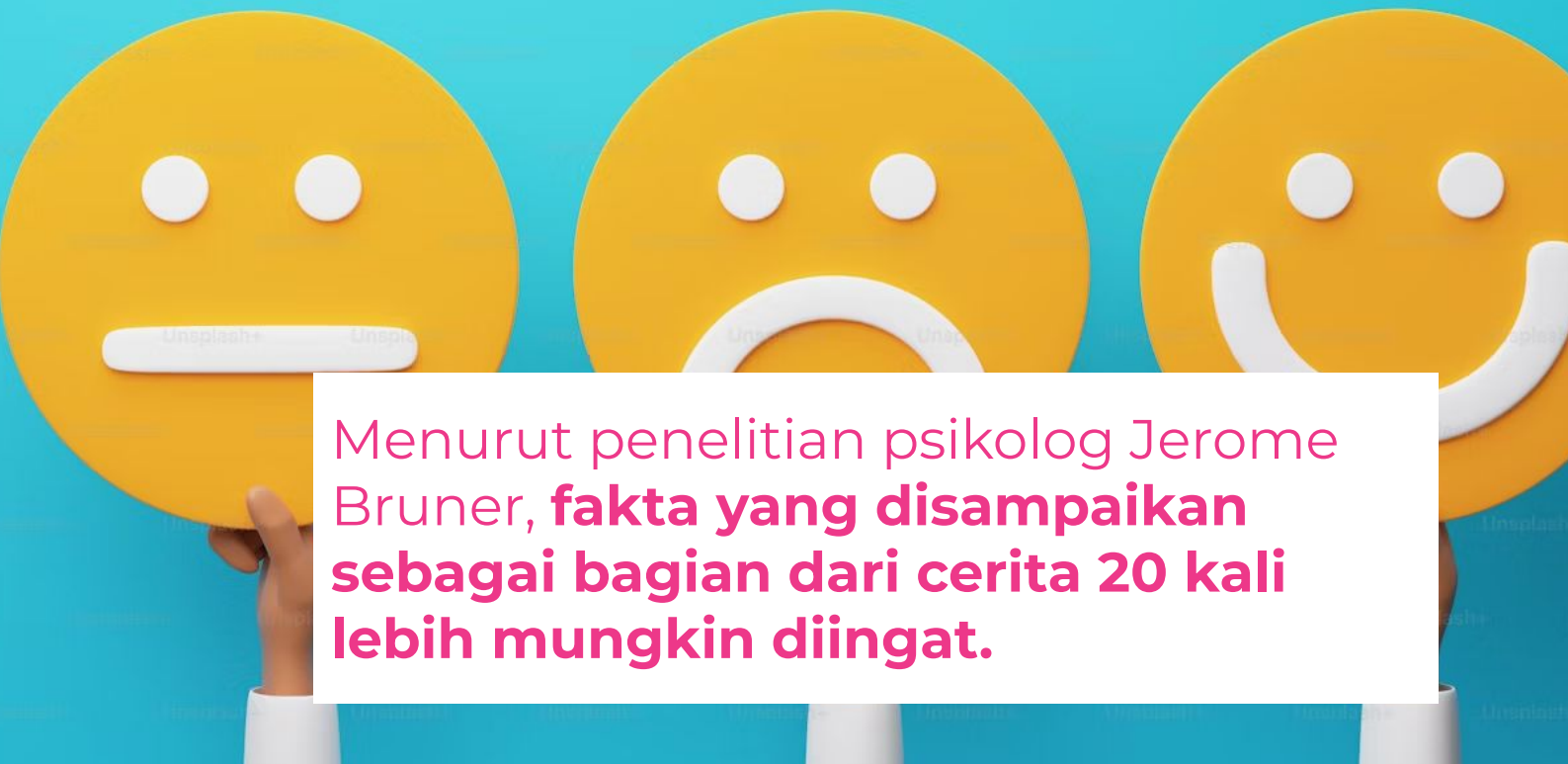
**Membuat  
Anda lebih  
percaya diri  
untuk  
bercerita!**



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.

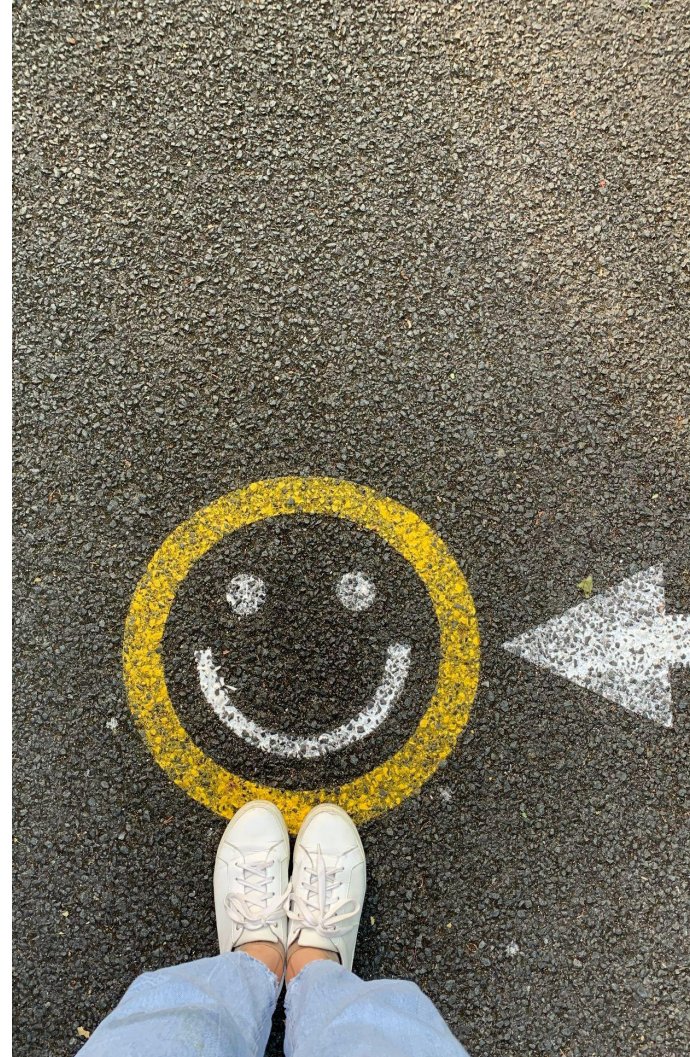


### Membangun komunikasi yang lebih efektif

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 kantor,  
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*

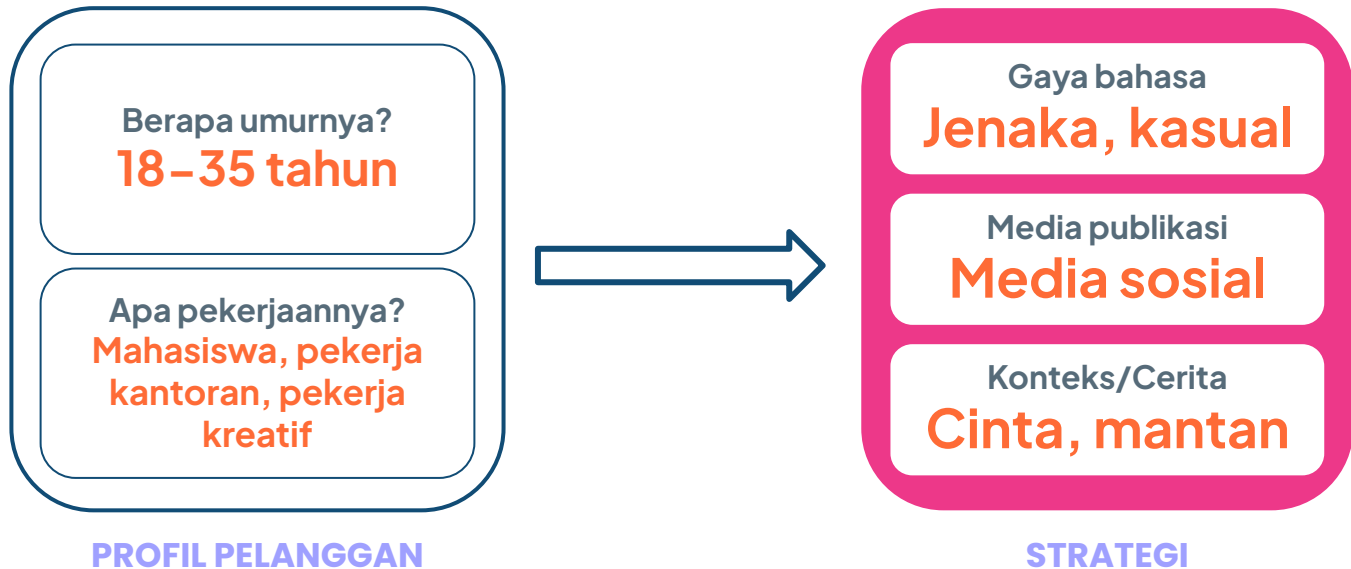
**Gaya  
bahasanya**

**Media  
publikasinya**

**Desain  
visualnya**

**Konteks/  
Ceritanya**

# Penyesuaian Strategi Sesuai Profil Pelanggan



# Masih ingat saat kita membedah calon pembelimu?

## Nama Usaha



Biodata

### Demografis

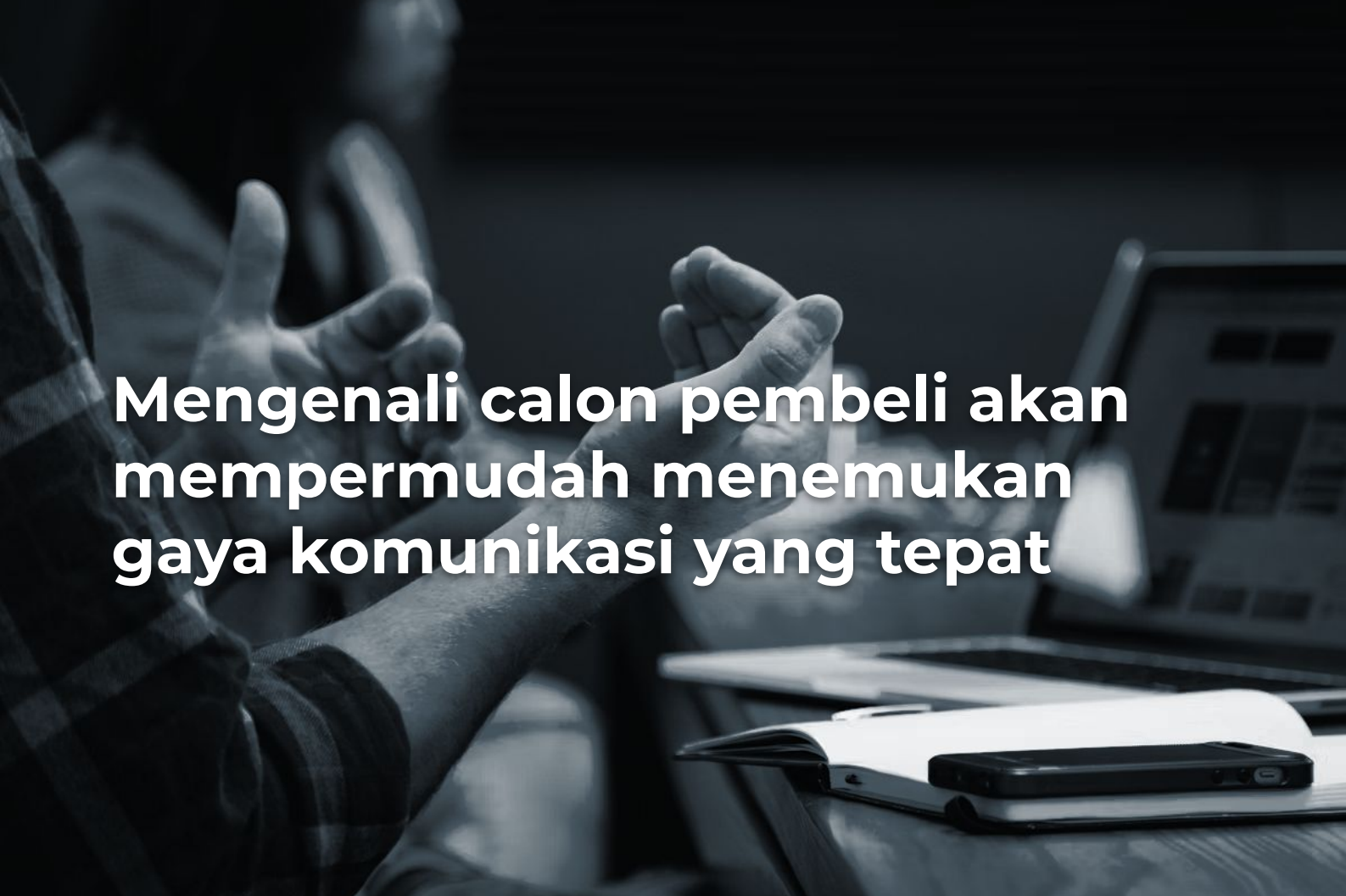
- Usia : \_\_\_\_\_ tahun
- Jenis Kelamin : \_\_\_\_\_
- Domisili : \_\_\_\_\_
- Status pekerjaan : \_\_\_\_\_
- Jumlah penghasilan : \_\_\_\_\_/bulan



Gerak-gerak

### 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)



## SERIOUS

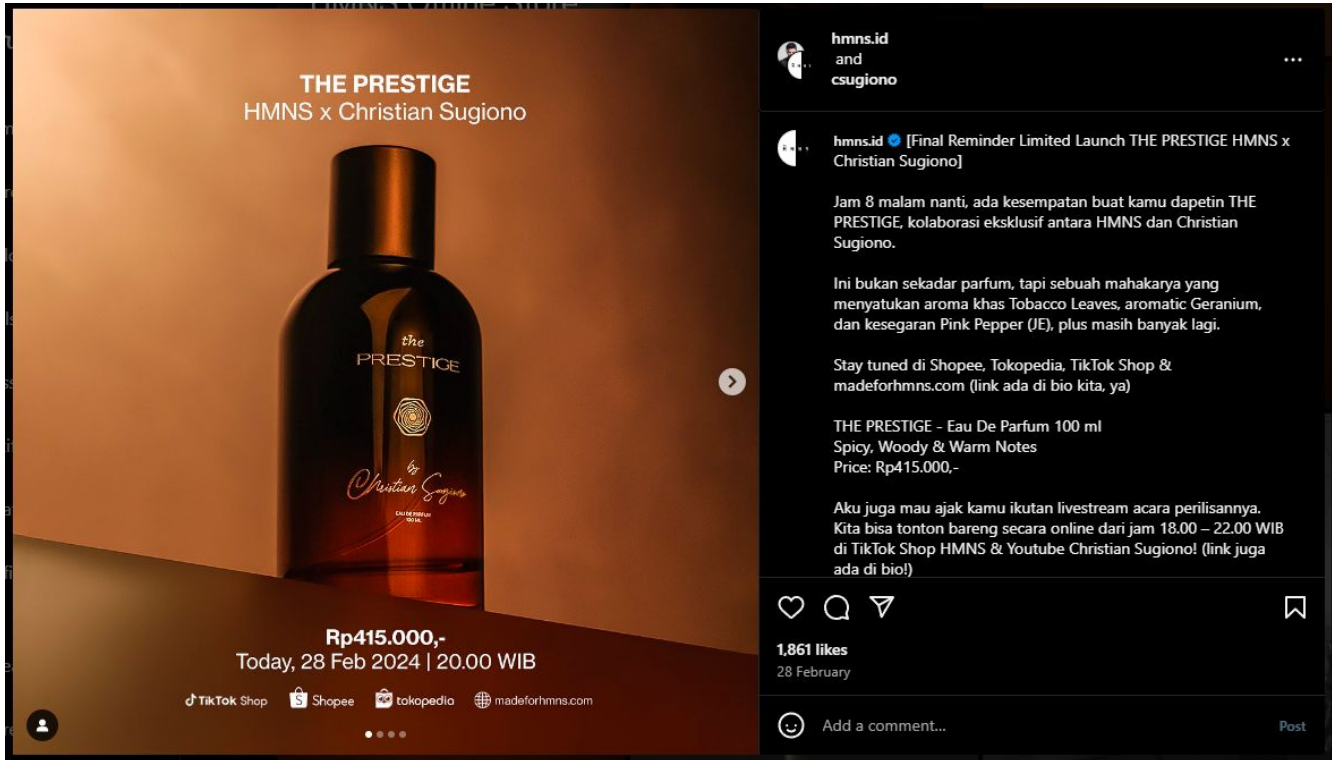


Gaya bahasa yang bisa memberikan rasa kepercayaan dan kredibilitas

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 livestream 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



# 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



Persona dari pelanggan

BAHASA KOMUNIKASI

**Copywriting  
Storytelling**



Pelanggan yang setia  
Peningkatan transaksi

# Storytelling

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

**Bagaimana caranya membuat cerita?**

# Poin-poin dalam *Storytelling* yang Baik



Poin 1:  
**People**

Orang

*"Halo! Saya Nita, seorang pengusaha muda wanita dari Solo."*



Poin 2:  
**Place**

Tempat

*"Saya memiliki toko kecil yang menjual kerajinan batik, terletak di pusat kota Solo yang kaya akan budaya."*



Poin 3:  
**Purpose/Conflict**

Tujuan/Konflik

*"Saya bercita-cita untuk melestarikan budaya batik dan memberdayakan perajin lokal dengan menyediakan pasar untuk karya mereka."*



Poin 4:  
**Plot/Resolution**

Alur/Resolusi

*"Dengan membeli batik dari toko kami, Anda membantu menjaga warisan budaya dan mendukung ekonomi perajin lokal."*

# 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 Bisnis

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

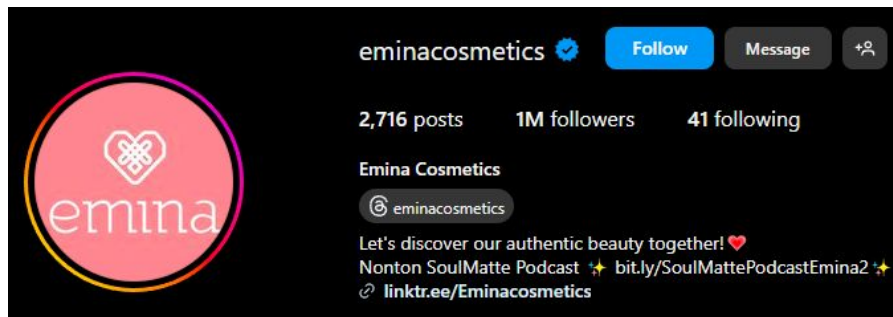
| <b>STORYTELLING</b>  | <b>COPYWRITING</b>  |
|--|---|
| Menghubungkan audiens secara emosional dan membangun hubungan jangka panjang | Menghasilkan kegiatan langsung dari audiens, seperti pembelian atau pendaftaran |
| Menggunakan narasi yang lebih panjang dan mendalam                           | Menggunakan 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!”**



hmn.id • Follow

hmn.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 juaraaaaa 🍷🔥 Pengalaman aku selama pake 3 botol darker, suamik selalu minta repurchase yg darker karna harumnya soooooo sexy. Manis, tapi ga nyengat. Dan selalu bikin doi serseran (yakan shade of orgsm) HAHHAHA. Trus review kedua, dari murid muridku, katanya harum "malaikat" OMG OMG OMG. Gatau deh, kalau dia jadi planet, keknya penghuninya malaikat cantikkkkkkk bgt, super sexy, harum, memikat, elegantttttt bgttt, 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 unrosted, 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 & @INIJIE 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...



# 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



# Studi Kasus: Copywriting untuk Industri Makanan dan Minuman



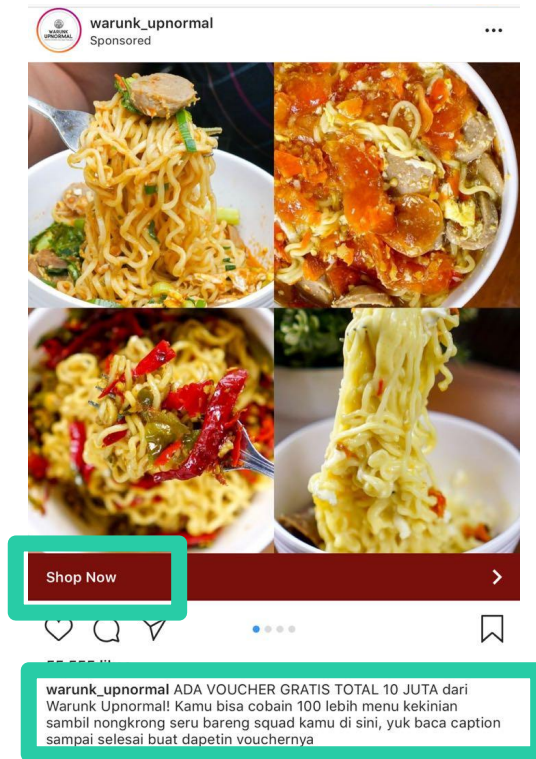
1

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



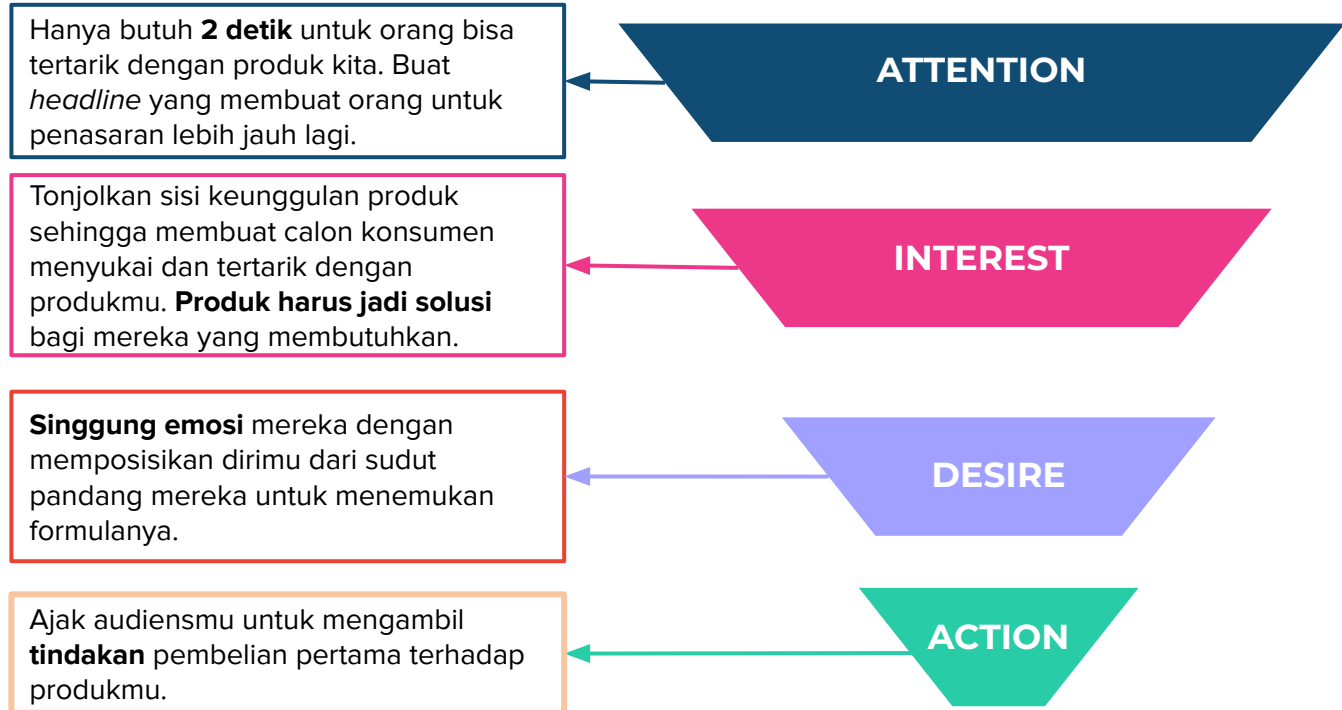
1

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)

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



This image shows a full page of blank handwriting practice paper. It features 20 evenly spaced, horizontal blue lines across the entire width of the page. The lines are thin and consistent in color, providing a guide for letter height and placement. There are no margins, text, or other markings on the paper.

