

Baskhara's Mind
by Rendy Baskhara

MODUL 04 · FASE 2 · KONTEN & KANAL

Content Marketing & Copywriting dengan AI

Tulis pesan yang membuat orang berhenti, percaya, dan bertindak — lalu skalakan produksinya dengan AI tanpa kehilangan suara brand.

4 jam | 5 pelajaran | Level: Pemula – Menengah | Full-Stack Digital Marketing & AI

RINGKASAN MODUL

Setelah modul ini kamu bisa

- ✓ Menyusun content pillar dan content mix berdasarkan funnel
- ✓ Menulis hook, headline, dan CTA dengan formula yang teruji
- ✓ Memakai framework copywriting AIDA, PAS, dan BAB
- ✓ Membuat kalender konten 30 hari yang realistis
- ✓ Menjalankan workflow produksi konten dengan AI + review manusia

TOOLS YANG DIPAKAI

ChatGPT / Claude · Google Sheets · Canva · Hemingway / pengecek keterbacaan

HASIL AKHIR (DELIVERABLE)

Kalender konten 30 hari + 10 copy siap publikasi (caption, iklan, email)

AGENDA

Isi modul 04

- **04.1** Strategi konten: pillar, mix, dan funnel
- **04.2** Hook, headline & CTA
- **04.3** Framework copywriting: AIDA, PAS, BAB
- **04.4** Kalender konten 30 hari
- **04.5** Workflow produksi konten dengan AI
- Checklist & post-test

MODUL 04

Pengantar

Konten adalah bahan bakar semua kanal: SEO butuh artikel, social media butuh video, iklan butuh copy, WhatsApp butuh script. Modul ini mengajarkan dua hal: **apa** yang harus ditulis (strategi konten) dan **bagaimana** menulisnya agar menjual (copywriting).

04.1

PELAJARAN 1 DARI 5

Strategi konten: pillar, mix, dan funnel

PELAJARAN 04.1

Strategi konten: pillar, mix, dan funnel

Content pillar

Content pillar adalah 3–5 tema besar yang terus kamu bahas. Pillar yang baik berada di irisan antara **yang dipedulikan audiens** (dari VoC) dan **yang relevan dengan produkmu**.

PILLAR KOPI SENJA	KENAPA RELEVAN	CONTOH KONTEN
Kopi susu rumahan	Job utama persona	Resep es kopi susu 3 bahan
Belajar rasa kopi	Pain "bingung pilih rasa"	Asam vs pahit: kenali seleramu
Hemat & produktif	Hasil yang diinginkan	Hitung: ngopi di rumah vs kedai sebulan
Di balik sangrai	Bukti pilar "segar"	Proses sangrai hari Jumat
Cerita pelanggan	Bukti sosial	Pelanggan WFH yang ganti kebiasaan

Strategi konten: pillar, mix, dan funnel lanjutan

Content mix

Atur proporsi jenis konten agar audiens tidak bosan dan tetap bergerak di funnel:

- **Edukasi (35–40%)** — tips, tutorial, penjelasan. Membangun otoritas.
- **Hiburan/relatable (20–25%)** — tren, humor, momen sehari-hari. Membangun jangkauan.
- **Bukti sosial (15–20%)** — testimoni, review, UGC, hasil. Membangun kepercayaan.
- **Jualan/offer (20%)** — produk, promo, peluncuran. Menghasilkan penjualan.

> ⓘ CATATAN
>
> Proporsi di atas adalah titik awal, bukan aturan mutlak. Akun yang baru mulai biasanya butuh lebih banyak konten jangkauan. Akun yang sudah punya audiens besar bisa lebih sering berjualan. Biarkan data performa (Modul 11) yang menentukan.

04.2

PELAJARAN 2 DARI 5

Hook, headline & CTA

PELAJARAN 04.2

Hook, headline & CTA

Formula hook yang teruji

FORMULA	CONTOH
Kesalahan umum	"Kopi susu kamu pahit? Mungkin ini salahnya."
Angka spesifik	"Rp4.000 per gelas. Ini caranya."
Pertanyaan menantang	"Kenapa kopi kafe lebih enak dari bikinan kamu?"
Kontras/sebelum-sesudah	"Dulu Rp750 ribu sebulan buat kopi. Sekarang Rp120 ribu."
Rahasia/orang dalam	"Barista nggak akan kasih tahu ini."
Langsung ke persona	"Buat kamu yang WFH dan ngantuk jam 2 siang:"
Kontroversi ringan	"Kopi mahal belum tentu enak."
Cerita	"Pelanggan ini hampir minta refund. Lalu..."

PELAJARAN 04.2

Hook, headline & CTA lanjutan

Headline untuk artikel & landing page

Headline yang baik menjawab "apa untungnya buat saya?" dalam sekali baca. Kombinasikan **hasil + spesifik + audiens**: *"Panduan Memilih Kopi untuk Pemula: Temukan Rasa yang Cocok dalam 5 Menit"*.

CTA (call to action)

CTA yang kuat punya tiga unsur: **kata kerja jelas + cara mudah + manfaat/kepastian**.

- ✕ "Hubungi kami"
- ✓ "Chat 'SAMPLER' ke WhatsApp — kami bantu pilih rasa dalam 5 menit"
- ✓ "Ambil sampler 4 rasa — garansi tukar kalau tidak cocok"

PELAJARAN 04.2

Hook, headline & CTA lanjutan

PROMPT AI

Generator hook & pemilihan terbaik

```
Brand brain saya:
[TEMPEL BRAND BRAIN ATAU RINGKASANNYA]

Topik konten: [TOPIK]
Format: [VIDEO TIKTOK / CAROUSEL / IKLAN / ARTIKEL]
Persona: [NAMA PERSONA + JOB STATEMENT]

1. Tulis 15 hook memakai 8 formula berbeda (kesalahan umum, angka spesifik, pertanyaan, kontras, orang dalam, langsung ke persona,
kontroversi ringan, cerita). Maksimal 12 kata per hook.
2. Beri skor 1–10 untuk masing-masing berdasarkan: seberapa spesifik, seberapa relevan bagi persona, dan rasa penasaran.
3. Pilih 3 terbaik, jelaskan alasannya, dan tulis 2 kalimat lanjutan untuk masing-masing.
Gunakan bahasa pelanggan dari brand brain, bukan bahasa marketing.
```

04.3

PELAJARAN 3 DARI 5

Framework copywriting: AIDA, PAS, BAB

PELAJARAN 04.3

Framework copywriting: AIDA, PAS, BAB

AIDA — untuk landing page, email, iklan panjang

1. **Attention** — hook yang menghentikan.
2. **Interest** — fakta atau cerita yang membuat ingin tahu lebih.
3. **Desire** — manfaat dan bukti yang membuat menginginkan.
4. **Action** — CTA yang jelas.

PAS — untuk iklan pendek dan caption

PAS UNTUK KOPI SENJA

Problem: Tiap sore beli kopi susu Rp25.000. Sebulan bisa Rp500.000 lebih. **Agitate:** Udah mahal, kadang rasanya beda-beda, dan harus keluar rumah pas lagi dikejar deadline. **Solution:** Paket Sampler Kopi Senja — 4 rasa, cukup untuk 20 gelas kopi susu ala kafe. Rp89.000, garansi tukar kalau rasanya nggak cocok. Chat "SAMPLER" sekarang.

PELAJARAN 04.3

Framework copywriting: AIDA, PAS, BAB lanjutan

BAB (Before–After–Bridge) — untuk testimoni dan cerita

- **Before:** kondisi sebelum (masalah).
- **After:** kondisi setelah (hasil yang diinginkan).
- **Bridge:** produkmu sebagai jembatan.

Prinsip menulis yang menjual

1. **Satu pembaca, satu ide.** Tulis seolah berbicara ke satu orang (persona), dengan satu pesan utama.
2. **Spesifik mengalahkan umum.** "Dikirim 48 jam setelah sangrai" > "kopi segar".
3. **Manfaat sebelum fitur.** Fitur: "medium roast". Manfaat: "nggak asam, cocok buat kopi susu".
4. **Pakai bahasa pelanggan.** Ambil dari VoC.
5. **Kalimat pendek.** Satu ide per kalimat. Paragraf maksimal 3 baris di mobile.
6. **Hilangkan keraguan.** Jawab keberatan sebelum ditanyakan: harga, garansi, cara pakai.

PELAJARAN 04.3

Framework copywriting: AIDA, PAS, BAB lanjutan

PROMPT AI

Tulis copy dengan 3 framework lalu bandingkan

```
Brand brain: [TEMPEL]
Produk/offer: [DETAIL OFFER DARI MODUL 03]
Kanal & format: [CONTOH: IKLAN FEED META, MAKS 125 KARAKTER PRIMARY TEXT + HEADLINE 40 KARAKTER]
Keberatan utama: [DAFTAR]

Tulis 3 versi copy: satu dengan AIDA, satu dengan PAS, satu dengan BAB.
Setiap versi harus memakai minimal 1 frasa dari bahasa pelanggan dan menjawab minimal 1 keberatan.
Setelah itu, berperanlah sebagai [PERSONA] yang skeptis: tulis reaksi jujur terhadap masing-masing versi dan versi mana yang paling
mungkin membuat kamu klik. Terakhir, tulis versi ke-4 yang menggabungkan kekuatan ketiganya.
```

04.4

PELAJARAN 4 DARI 5

Kalender konten 30 hari

PELAJARAN 04.4

Kalender konten 30 hari

Konsistensi mengalahkan kesempurnaan. Kalender konten yang realistis lebih baik daripada rencana ambisius yang berhenti di minggu kedua.

Struktur kalender di Google Sheets

TANGGAL	KANAL	PILLAR	TAHAP FUNNEL	FORMAT	TOPIK/HOOK	CTA	STATUS	LINK HASIL
Sen 3	TikTok	Kopi susu rumahan	TOFU	Video 30 dtk	"Es kopi susu 3 bahan"	Follow	Draf	
Rab 5	IG Carousel	Belajar rasa	MOFU	7 slide	"Asam vs pahit"	Simpan & chat	Desain	
Jum 7	WhatsApp	Di balik sangrai	BOFU	Broadcast	"Batch Jumat dibuka"	Order	Jadwal	

PELAJARAN 04.4

Kalender konten 30 hari lanjutan

Tips agar kalender benar-benar jalan

- **Mulai dari kapasitas nyata.** Kalau hanya bisa 3 konten per minggu, rencanakan 3 — bukan 7.
- **Batching.** Tulis semua caption minggu ini dalam satu sesi, rekam semua video dalam satu sesi.
- **Repurpose.** Satu topik bisa jadi video TikTok, carousel IG, artikel blog, dan broadcast WhatsApp.
- **Sisakan 20% untuk reaktif.** Tren, momen, dan pertanyaan pelanggan yang muncul tiba-tiba.

PROMPT AI

Susun kalender konten 30 hari

```
Brand brain: [TEMPEL]
Content pillar: [DAFTAR PILLAR]
Kanal aktif & kapasitas per minggu: [CONTOH: TIKTOK 3×, IG 3×, WHATSAPP BROADCAST 1×, BLOG 1×]
Momen bulan ini: [TANGGAL GAJIAN, HARI BESAR, PROMO MARKETPLACE SEPERTI 11.11/12.12, LAUNCHING]
```

PELAJARAN 04.4

Kalender konten 30 hari lanjutan

PROMPT AI

Susun kalender konten 30 hari

```
Tujuan bulan ini: [CONTOH: 300 ORDER SAMPLER]

Buat kalender 30 hari dalam tabel dengan kolom: tanggal, hari, kanal, pillar, tahap funnel, format, hook (maksimal 12 kata), poin isi (3 poin), CTA.
Aturan: content mix mendekati edukasi 35%, hiburan 25%, bukti sosial 20%, jualan 20%. Konten jualan diletakkan dekat tanggal gajian dan momen promo. Setiap topik besar di-repurpose ke minimal 2 kanal.
```

04.5

PELAJARAN 5 DARI 5

Workflow produksi konten dengan AI

PELAJARAN 04.5

Workflow produksi konten dengan AI

Inilah workflow yang dipakai tim konten modern. AI mempercepat 60–70% pekerjaan, manusia memastikan kualitas.

1. **Riset (AI + manusia)** — kumpulkan pertanyaan terbaru dari komentar, chat, dan pencarian. AI merangkum.
2. **Ide (AI)** — AI menghasilkan 20 ide berdasarkan pillar dan riset.
3. **Seleksi (manusia)** — pilih ide berdasarkan tujuan bulan ini dan data performa.
4. **Draf (AI)** — dengan brand brain dan framework.
5. **Edit (manusia)** — tambahkan cerita nyata, data spesifik, dan opini. Hapus klise.
6. **Visual (AI + manusia)** — brief desain → Canva/AI image → cek konsistensi brand.
7. **Review & publikasi (manusia)** — checklist kualitas.
8. **Ukur (AI + manusia)** — data performa kembali ke langkah 1.

PELAJARAN 04.5

Workflow produksi konten dengan AI lanjutan

Checklist edit output AI

- [ ] Hook berhenti-scroll dan sesuai persona?
- [ ] Ada minimal 1 detail spesifik yang hanya dimiliki brand kita (angka, cerita, proses)?
- [ ] Tidak ada klise: "di era digital", "tidak hanya... tetapi juga", "mari kita", "solusi terbaik"?
- [ ] Semua fakta, harga, dan klaim sudah benar?
- [ ] Ada satu CTA yang jelas?
- [ ] Dibaca keras-keras terdengar seperti manusia, bukan robot?

PROMPT AI

Editor: hilangkan rasa "tulisan AI"

```
Kamu adalah editor senior yang tegas. Berikut draf konten:
[TEMPEL DRAF]

Brand brain: [TEMPEL TONE OF VOICE + KATA TERLARANG]
Detail spesifik yang bisa ditambahkan: [CERITA PELANGGAN / ANGKA / PROSES NYATA]
```

PELAJARAN 04.5

Workflow produksi konten dengan AI lanjutan

PROMPT AI

Editor: hilangkan rasa "tulisan AI"

```
Edit draf ini agar:
1. Menghapus semua klise dan pola khas tulisan AI
2. Menambahkan minimal 2 detail spesifik dari data di atas
3. Variasi panjang kalimat lebih natural
4. Tetap di bawah [JUMLAH] kata
Tampilkan versi final, lalu daftar perubahan utama yang kamu lakukan dan alasannya.
```

PELAJARAN 04.5

Workflow produksi konten dengan AI lanjutan

TUGAS MODUL 04

1. Tentukan **3–5 content pillar** dan content mix untuk bisnismu.
2. Tulis **15 hook** dengan prompt generator, pilih 5 terbaik.
3. Tulis **copy dengan AIDA, PAS, dan BAB** untuk offer utama dari Modul 03.
4. Susun **kalender konten 30 hari** di Google Sheets.
5. Produksi **10 copy siap publikasi** (campuran caption, copy iklan, dan 1 email/broadcast), masing-masing lolos checklist edit.

PENUTUP MODUL

Checklist modul

Centang di halaman modul yang sudah kamu kerjakan. Kalau semua tercentang, kamu siap lanjut.

- [ ] Saya sudah menentukan 3–5 content pillar berdasarkan persona dan funnel
- [ ] Saya bisa menulis hook dengan minimal 5 formula berbeda
- [ ] Saya sudah menulis copy dengan AIDA, PAS, dan BAB
- [ ] Saya sudah membuat kalender konten 30 hari
- [ ] Saya sudah mengedit output AI dengan checklist kualitas sebelum publikasi

PENILAIAN UTAMA MODUL

Saatnya post-test.

Post-test dikerjakan online di halaman modul. Soal dan pilihan diacak setiap percobaan, dan nilai terbaikmu dipakai untuk sertifikat.

10	≥ 80%	14
soal studi kasus & hitungan	nilai minimal lulus	post-test untuk sertifikat

rendybaskhara.com/belajar/modul/content-marketing-copywriting/#posttest

LANGKAH BERIKUTNYA

Modul 04 selesai. Terus bergerak.

MODUL BERIKUTNYA

05. SEO & AI Search: Dari Keyword sampai AI Overviews

rendybaskhara.com/belajar/modul/seo-ai-search/

MENTORING 1:1

Deliverable kamu di-review langsung oleh Rendy

rendybaskhara.com/belajar/#paket · r3ndy.2394@gmail.com