AI AGENT · NO. 45 / 47 ASISTEN PERCAKAPAN

Copywriter Agent

Membuat konten on-brand untuk email, LinkedIn, dan web.

BUSINESS FUNCTION
Marketing

DOMAIN / PLATFORM
CRM / Customer Engagement

INDUSTRI
Semua industri

01 · RINGKASAN

Membantu tim marketing dan komunikasi membuat konten berkualitas untuk kampanye email, post LinkedIn, dan landing page. Menggabungkan copywriting berorientasi konversi, optimasi SEO/GEO, dan pendekatan thought leadership yang konsisten.

Dampak bisnis

- ✓ Efisiensi meningkat
- ✓ Kualitas kerja meningkat
- ✓ Pertumbuhan pendapatan

CARA KERJA

Marketer memberi brief singkat: kanal, audiens, tujuan, dan pesan utama. Agent membaca panduan brand, tone of voice, dan materi produk yang disetujui, lalu menulis draf email, post LinkedIn, atau landing page. Untuk web, agent menyusun heading, kata kunci, dan jawaban ringkas agar mudah ditemukan mesin pencari dan AI search. Tersedia variasi headline dan CTA, lalu marketer menyunting dan menyetujui sebelum terbit.

SEKILAS

6	5	3	4
fitur utama	tahap inti agent	sistem bisnis terhubung	kontrol tata kelola

ISI DOKUMEN

01 Ringkasan & cara kerja 1
02 Tantangan & solusi 2
03 Arsitektur solusi 3
04 Prototipe & implementasi 4

02 · TANTANGAN & SOLUSI

Masalah yang diselesaikan

Hambatan yang umum dihadapi tim, kemampuan inti agent untuk mengatasinya, dan nilai bisnis yang dihasilkan.

TANTANGAN

Tantangan bisnis

Kondisi saat ini sebelum agent diterapkan.

01 Pesan tidak konsisten lintas email, media sosial, dan website

02 Conversion rate rendah dari konten generik

03 Kapasitas copywriting tim marketing terbatas

04 Sulit mengoptimasi konten untuk mesin pencari dan AI search sekaligus

05 Siklus produksi konten lambat

06 Sulit memposisikan organisasi sebagai thought leader secara konsisten

SOLUSI · COPYWRITER AGENT

Membuat konten on-brand untuk email, LinkedIn, dan web.

KEMAMPUAN

Fitur utama

6 kemampuan inti yang dijalankan agent.

01
Content creation
Konten untuk email, LinkedIn, dan halaman web.

02
Engagement and conversion optimization
Optimasi untuk engagement dan konversi.

03
Tailored messaging
Menyesuaikan pesan dengan audiens, tujuan, dan kanal.

04
SEO and GEO
Praktik terbaik optimasi mesin pencari dan AI-search.

05
Variations
Beberapa versi headline, CTA, dan copy.

06
Quality and tone
Menjaga kualitas, konsistensi, dan tone of voice.

NILAI

Manfaat

Nilai bisnis yang dapat diharapkan.

- ✓ Increased productivity
- ✓ Brand consistency
- ✓ Greater visibility
- ✓ Scalable marketing
- ✓ Higher conversion rates
- ✓ Thought leadership
- ✓ Better content quality

03 · ARSITEKTUR

Arsitektur solusi

Bagaimana data bergerak dari sumber dan kanal, diproses inti agent secara berurutan, hingga tercatat di sistem bisnis.



Alur data langkah demi langkah

6 LANGKAH

LANGKAH 01
Brief masuk
Marketer mengisi brief: kanal, segmen audiens, tujuan kampanye, pesan utama, dan tenggat terbit.

LANGKAH 02
Pengumpulan bahan
Agent mengambil panduan brand, materi produk, dan konten terdahulu yang relevan dari pustaka konten.

LANGKAH 03
Penulisan draf
LLM menulis draf sesuai kanal: subject line dan isi email, post LinkedIn, atau struktur landing page.

LANGKAH 04
Optimasi & variasi
Agent menambahkan kata kunci, FAQ yang mudah dikutip AI search, serta beberapa versi headline dan CTA untuk diuji.

LANGKAH 05
Pemeriksaan kualitas
Draf dicek terhadap tone of voice, istilah brand, dan klaim tanpa sumber sebelum diserahkan.

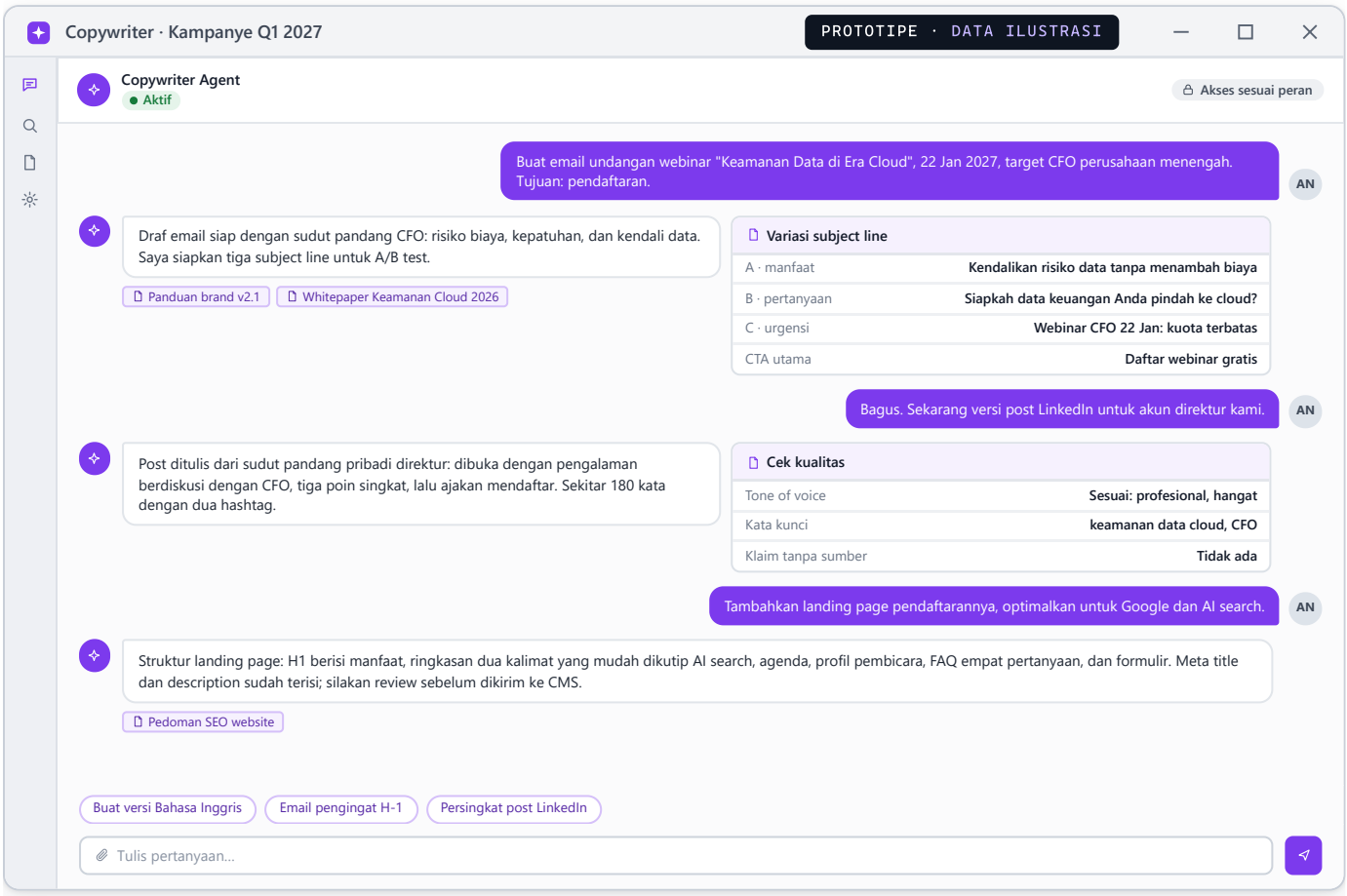
LANGKAH 06
Review & terbit
Marketer menyunting, memilih variasi, lalu mengirim ke marketing automation, LinkedIn, atau CMS website.

04 · PROTOTIPE

Seperti apa di layar

SKENARIO

Tim marketing PT Solusi Awan Indonesia, penyedia layanan cloud, menyiapkan kampanye webinar keamanan data untuk CFO perusahaan menengah dan membutuhkan email, post LinkedIn, dan landing page yang konsisten.



1. Brief ditulis singkat dalam bahasa biasa; agent menurunkannya menjadi copy untuk tiap kanal.
2. Kartu variasi menampilkan tiga subject line dengan pendekatan berbeda untuk A/B test.
3. Kartu cek kualitas memperlihatkan kesesuaian tone, kata kunci, dan klaim tanpa sumber.
4. Landing page disusun dengan struktur yang ramah mesin pencari dan AI search, siap direview.

Tahapan implementasi

4 FASE

1. **Fondasi brand**
   Kumpulkan panduan brand, tone of voice, contoh konten terbaik, dan daftar klaim yang diizinkan.
2. **Konfigurasi kanal**
   Atur template email, LinkedIn, dan landing page, serta aturan SEO/GEO untuk tiap kanal.
3. **Pilot kampanye**
   Gunakan pada satu kampanye nyata; editor menilai draf dan menyempurnakan instruksi agent.
4. **Skala & umpan balik**
   Perluas ke tim lain dan jadikan hasil kampanye sebagai masukan perbaikan konten.

Yang perlu disiapkan

- Panduan brand dan tone of voice yang terdokumentasi
- Contoh konten terbaik per kanal (email, LinkedIn, web)
- Materi produk dan klaim yang sudah disetujui tim legal atau marketing
- Editor yang bertanggung jawab menyetujui konten sebelum terbit

Metrik yang layak dipantau

- Waktu dari brief hingga konten disetujui
- Open rate dan click-through rate email kampanye
- Engagement post LinkedIn
- Proporsi draf yang disetujui dengan sedikit revisi

AI Agent Solutions

Tenaga kerja digital untuk proses bisnis Anda — diskusikan penerapan agent ini untuk proses Anda.