

Promosi dengan menggunakan media periklanan tentu membutuhkan banyak biaya. Namun, biaya yang besar itu akan sia-sia jika iklan tersebut tidak tepat mengenai sasaran. Aspek penting yang menentukan iklan tepat sasaran atau gagal adalah penulisan naskah iklan. Dalam buku ini, Rendra Widyatama memberi kita pemahaman tentang iklan, diantaranya :

- Bahasa iklan
- Struktur iklan
- Anatomi iklan
- Teknik penulisan Ad Headline
- Teknik penulisan Sub-Headline
- Teknik penulisan *Body copy*
- Teknik Penulisan Body Copy Iklan
- Teknik Penulisan Cover
- Teknik Penulisan Flash
- Teknik Penulisan Banner
- Teknik Pemilihan Warna

Penulis menyajikan buku ini dilengkapi dengan berbagai contoh dengan bahasa yang sederhana, sehingga pembaca diharapkan dapat dengan mudah memahami dan mempraktikannya. Buku ini ditujukan bagi kalangan praktisi & akademisi, juga bagi siapapun yang ingin memahami dunia periklanan.

