



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dalam pembuatan *TVC* PT. Gudang Ada Globalindo, *creative director* dan *copywriter* harus bekerjasama dalam membangun sebuah ide cerita yang akan dituangkan kedalam naskah. Selain menulis naskah, *copywriter* harus memahami *target market* dari analisis *STP* hingga *creative brief* yang diberikan.

PT. Gudang Ada Globalindo yang terbilang masih muda, memiliki kebutuhan terhadap *brand awareness* dan *product knowledge* agar *target market* memahami dan mengenal lebih dalam apa yang dimiliki oleh Gudang Ada. Proposisi nilai *Faster, Cheaper, Smarter* dan *Bigger* yang merupakan kelebihan perusahaan memiliki peran penting sebagai fokus utama konsep cerita. Selain itu gudang atau *warehouse* sebagai lokasi produksi daripada warung di lingkungan luar yang sebenarnya digunakan untuk merepresentasikan bahwa produk Gudang Ada bukan merupakan produk umum namun memang hanya fokus pada *B2B* (*Business-to-Business*).

Dengan analisis penulisan di atas, penerapan proposisi nilai ke dalam penulisan naskah akan semakin mudah dan sesuai dengan *target market*-nya, sehingga dapat semakin mudah dipahami hingga nantinya akan menarik lebih banyak lagi konsumen yang memiliki toko atau grosir untuk menggunakan Gudang Ada.

## 5.2. Saran

Berdasarkan proses pembuatan laporan Tugas Akhir ini, ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan. Saran untuk PT. Gudang Ada Globalindo, perlu diperjelas lagi pada *brand awareness*, *product knowledge* dan ide-ide cerita pada iklan mengenai produk yang ditawarkan di setiap iklan pada *social media* hingga dapat menarik *attention* dan keinginan *target market*-nya. Selain itu, *target market*-nya lebih baik diperluas hingga ke pemilik UMKM agar lebih dikenal dan potensi keuntungannya juga meningkat. Sebaiknya dilakukan eksplorasi agar Gudang Ada dapat diperluas sebagai apa selain sebagai pen jembatan *B2B* dalam *FMCG*.

Selanjutnya untuk *copywriter*, diharapkan seorang *copywriter* lebih banyak memiliki ide-ide dan kreativitas yang lebih menarik dan *out of the box* walaupun harus tetap berdasarkan *client brief* atau *creative brief* arahan klien. Hal tersebut agar sebuah pemasaran produk atau jasa sebuah perusahaan tetap mengikuti perkembangan jaman dan teknologi.

*Copywriter* juga harus berani untuk berpendapat dan menanyakan pendapat melalui *brainstroming* bersama kelompok. Dengan begitu pengembangan naskah *TVC* lebih beragam dan memiliki banyak kemungkinan untuk diberikan kepada klien sebagai bahan pertimbangan ataupun cadangan bila terjadi hal yang tidak terduga, contohnya pandemi Covid-19.