BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Naskah atau *ad-copy* merupakan sebuah jiwa dari iklan yang nantinya akan diproduksi. Oleh karena itu, naskah iklan harus dibuat sedemikian rupa agar menarik perhatian audiens. Untuk membuat naskah iklan agar menjadi lebih menarik perlu dilakukan sebuah riset berdasarkan hasil arahan *creative brief*. Riset yang dilakukan bisa berdasarkan data yang telah ada sebelumnya, atau riset dengan cara survei dan membagikan kuesioner. Hal ini dikarenakan riset dapat mengetahui apa yang ingin dituju oleh *client* dalam iklan yang akan dibuat. Selain melakukan riset, seorang *copywriter* juga harus mengetahui bahwa terdapat banyak teknik dan metode untuk membuat naskah iklan menjadi menarik.

Salah satu teknik penulisan naskah iklan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah teknik penulisan naskah *fact-plus-style.* Teknik *fact-plus-style* ini dipilih karena sesuai dengan naskah iklan yang akan diproduksi, yaitu dengan memasukkan unsur tren ber-*social media* dan *vlogging*, terutama pada *platform* Instagram, dan dengan tujuan untuk meningkatkan *product knowledge* yang diterapkan melalui teknik *factual* dalam naskah iklan. Selain itu, teknik ini juga disesuaikan dengan kasus yang diteliti oleh penulis dan disesuaikan dengan kebutuhan *client*. Pemilihan teknik *fact-plus-style* ini sendiri juga dikombinasikan dengan acuan dan teori pendukung lainnya, sehingga tercipta naskah iklan versi "Vlogging Anti Lowbatt" dan "Yuk Pakai ReCharge"

5.2. Saran

Berdasarkan proses penelitian dan pembuatan skripsi ini, ada beberapan saran yang ingin penulis sampaikan. Yang pertama yaitu pentingnya mengenali profil dari *client* dan produk yang akan diiklankan dengan lebih mendalam. Dengan melakukan itu seorang *copywriter* jadi paham tentang sebuah produk atau jasa yang akan dibuatkan naskah iklan olehnya.

Selanjutnya seorang *copywriter* juga harus mempunyai banyak referensi sehingga bisa mengembangkan ide dan pemikirannya menjadi lebih luas, walaupun terhalang keputusan dari *client*. Hal ini dikarenakan tren dan konsep-konsep iklan terus berkembang mengikuti perubahan zaman dan teknologi. Nantinya ide-ide tersebut dapat lebih dikembangkan lagi untuk di masa yang akan datang.

Seorang *copywriter* juga sebaiknya rutin mengadakan rapat dengan anggota timnya untuk melakukan *brainstorming* dan saling memberikan masukan-masukan lain untuk naskah iklan. Selain itu melakukan pertemuan dengan *client* juga merupakan hal penting karena bisa membantu *copywriter* untuk mengembangkan naskah yang dibuat menjadi sesuai dengan keinginan *client*.