



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 analisis yang sudah dijabarkan oleh penulis, diketahui bahwa langkah yang harus dilakukan penulis yaitu melakukan riset pada *brand* RATA. Setelah melakukan riset *brand* RATA apa kira-kira yang menjadikan *brand awareness*-nya dapat dicapai dan penulis pun sudah mengetahui apa saja yang menjadi ciri RATA, *personal branding* yang dilakukan perusahaan RATA. Tahap kedua yang penulis lakukan yaitu menciptakan slogan. Banyaknya kendala karena perubahan *creative brief* diakibatkan adanya pandemi, tetapi penulis dapat mengubah slogan dengan mengikuti panduan teori Cholil. Sehingga slogan berhasil menaikkan *brand awareness* RATA.

Tahapan yang terakhir yaitu menganalisis bagaimana slogan dimasukkan ke dalam naskah video iklan RATA. Dengan memahami teori Miller, penulis mampu untuk memasukkan slogan iklan RATA yang sudah ditentukan menjadi adanya keterikatan antara slogan naskah video iklan RATA. Slogan adalah sebuah kalimat pendek yang harus dibuat menarik dan bisa diingat calon konsumen. Penulis memilih teori Cholil karena teori tersebut sesuai kriteria pembuatan slogan yang baik dan benar. Tetapi beberapa poin-poin yang dianjurkan tidak bisa masuk kedalam satu kalimat secara bersamaan karena adanya pengorbanan kepentingan apa yang ingin lebih ditonjolkan dari *brand*. Dengan menggunakan teori slogan, penulis dapat mengerti bagaimana pembuatan slogan penting untuk menaikkan

kesadaran sebuah produk, karena dari slogan target konsumen akan tahu bagaimana karakter yang menempel dari produk untuk menyampaikan penawarannya. Maka penulis harus bisa lebih bijak dalam membuat sebuah slogan karena sangat mempengaruhi citra *brand* di mata konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan dengan penulisan skripsi untuk tugas akhir, penulis memiliki beberapa pengalaman dalam proses menulis naskah video iklan. Sehingga penulis ingin menyampaikan saran mengenai pembuatan naskah video iklan ke pembaca, yakni:

1. Sebagai seorang *copywriter* harus bisa berkomunikasi dengan timnya terutama dengan *creative director* agar video iklan yang diinginkan dapat tercapai.
2. Memiliki sikap terbuka dengan masukan dari tim maupun *client* dan mencari banyak referensi iklan maupun buku agar mendapatkan ide dan inspirasi.