

## 5. KESIMPULAN

Iklan Grab OVO "Modal Percaya Asli Tjap Indonesia" sudah tayang di kanal YouTube "Grab Indonesia" sejak tanggal 5 Agustus 2022 dengan jumlah penonton di pertengahan bulan Juni 2023 ini sebanyak 6,7 juta penonton. Bila dilihat dari kolom komentar, iklan ini mendapatkan banyak respons positif dari audiens. Juga dilihat dari banyaknya *thread* di Twitter yang membahas positif tentang karya ini dan berdasarkan jumlah *view* dan isi pada kolom *comment* dari penonton maka dapat disimpulkan bahwa *feeling* dan pesan yang ingin disampaikan oleh iklan ini sudah berhasil tersampaikan bahkan melebihi ekspektasi.

Bila ditelisik dari strategi kreatif konsep *citizen journalism* yang telah dianalisa oleh penulis maka memang benar adanya bahwa penerapan konsep *citizen journalism* dalam iklan Grab OVO "Modal Percaya Asli Tjap Indonesia" memberikan nilai tambah emosional tanpa mengurangi pesan yang ingin disampaikan oleh klien. Namun karya ini tidak luput dari kekurangan. Penerapan konsep *citizen journalism* dalam iklan ini tidak konsisten diterapkan. Hal ini dikarenakan adanya permintaan dari klien untuk menggunakan kamera dengan resolusi bagus agar tidak terlalu mengurangi *value* dari video ini. Sebagai produser yang menjadi penengah antara klien dan juga sutradara, akhirnya diputuskan untuk tetap memenuhi kebutuhan klien namun porsinya diatur sedemikian rupa agar tidak mengganggu konsep yang ingin dibangun oleh sutradara.

Bagaimanapun, dengan kelebihan dan kekurangannya, harapan dari penciptaan karya ini tidak mungkin terwujud tanpa peranan tim yang saling menghormati, saling mengisi kekurangan satu sama lain, dan rela bergotong royong. Itu semua demi tujuan yang sama yaitu menghasilkan karya yang bagus dan dapat menginspirasi.