



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Sebuah konsep didapatkan dengan mengetahui siapa *target audiencenya*. Ketika kita mengetahui siapa yang akan menonton video yang akan kita buat, maka kita dapat membuat naskah yang sesuai dengan kebutuhan penonton tersebut. Karena *target audience* dari video ini adalah orang tua dan anak, maka kebutuhan orang tua adalah *safety* terhadap anak mereka, dan kebutuhan anak adalah *fun* dalam bermain. Dari hal tersebut terbentuk konsep *safety and fun*.

Dalam penerapannya konsep *safety and fun* dibantu dengan teori SWOT dan AIDA dalam membentuk naskah yang dapat menarik penonton. Teori SWOT menjelaskan apa yang harus ditampilkan (*Strength* dan *Opportunities*) dan apa yang harus dihilangkan (*Weakness* dan *Threat*), sementara teori AIDA diterapkan dalam menarik perhatian *target audience*.

Naskah dari sebuah video merupakan kerangka dari video tersebut. *Copywriter* sebagai penulis dari naskah tersebut mempunyai tanggung jawab besar untuk menulis naskah yang dapat menarik minat penonton. Oleh karena itu diperlukan riset yang mendalam terhadap sebuah produk dengan menggunakan teori dan *client brief*.

Naskah yang sudah dibuat oleh seorang *copywriter* belum tentu sesuai dengan visi *creative director* maupun keinginan klien, oleh karena itu akan ada

revisi yang dilakukan. Dalam hal ini seorang *copywriter* hanya bisa bertindak sebagai penasihat dengan memberikan berbagai pilihan ide yang dapat digunakan sementara klien adalah pihak yang mengambil keputusan akhir.

5.2. Saran

Dibawah ini adalah saran dari penulis untuk pembaca yang akan melakukan penelitian serupa. Sebagai pihak yang memproduksi sebuah video promosi, sebaiknya diteliti terlebih dahulu produk yang akan dipromosikan. Hal tersebut akan sangat membantu dalam proses pembuatan video.

Sebagai seorang *copywriter*, sebaiknya mempersiapkan beberapa solusi setiap ada permasalahan dalam naskah. Alternatif – alternatif ini akan memudahkan komunikasi dengan klien. Solusi ini didapatkan dengan mengidentifikasi produk yang dipromosikan.

Pada dasarnya tugas seorang *copywriter* adalah berkomunikasi dengan calon pembeli melalui video, oleh karena itu sebaiknya seorang *copywriter* mengetahui teori komunikasi yang tepat untuk digunakan dalam penulisan naskah. Teori ini tidak hanya terbatas pada STP, SWOT, dan AIDA.

UMN sebagai kampus dimana penulis melakukan studi kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi dengan menyediakan materi pembelajaran yang lebih beragam lagi di perpustakaan sehingga mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian serupa bisa mempunyai akses pada sumber informasi yang lebih luas.