

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan masalah penelitian mengenai strategi kreatif iklan Suara Merdeka versi “pria dan wanita bertopeng” (Studi Deskriptif Iklan cetak dan luar ruang Surat Kabar Suara Merdeka Versi “Pria dan Wanita Bertopeng” oleh Tim Kreatif Biro Iklan Petakumpet Yogyakarta). Menghasilkan kesimpulan yang telah menjadi tujuan penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Strategi kreatif yang dilakukan Tim Kreatif Biro Iklan Petakumpet dalam pembuatan iklan cetak dan luar ruang Suara Merdeka Versi “Pria dan Wanita Bertopeng” adalah menggunakan teori perumusan strategi kreatif menurut Gilson dan Berkman dalam bukunya Rhenal Kasali yaitu mengumpulkan dan mempersiapkan informasi pemasaran, kemudian “membenamkan diri” dalam informasi tersebut, setelah itu melakukan perentasi dihadapan klien.

Dalam pengumpulan data dan informasi menggunakan pendekatan *consumer insight* dalam rancangan konsep iklan, untuk lebih memahami apa keinginan dari *target audience* sehingga pesan yang ingin disampaikan bisa ditangkap dengan baik oleh *target audience*. Dari pendekatan itulah Biro Iklan Petakumpet mendapatkan formula untuk konsep iklan Suara Merdeka versi “Pria dan Wanita Bertopeng”. Formula itu adalah “Perekat Komunitas Jawa Tengah” yang dimodifikasi menjadi “Sahabat Sejatinya Wong Jawa Tengah”.

Peneliti menyimpulkan bahwa iklan yang kreatif dan efektif harus mempunyai strategi kreatif yang tepat sesuai *consumer insight*. Dalam pembuatan iklan yang baik pasti memiliki konsep dasar yang baik pula. Selain itu juga, iklan yang baik harus didasari oleh strategi kreatif yang tepat dalam pembuatannya. Sehingga pesan yang akan disampaikan ke target audience bisa dimengerti maksud dan tujuannya.

Strategi kreatif dalam iklan cetak dan luar ruang Suara Merdeka versi "Pria dan Wanita Bertopeng". Sahabat sejati untuk memberi pesan hanya Suara Merdeka yang mengerti dan memahami masyarakat Jawa Tengah. Untuk mengatasi pendatang baru (kompetitor) yang banyak mengaku korannya Jawa Tengah, maka konsep kreatif untuk menganalogikan kompetitor dengan simbol topeng, hal ini untuk menjelaskan kepada *target audience* bahwa Suara Merdeka benar-benar koran asli Jawa Tengah. Karena sudah dikenal luas oleh masyarakat Jawa Tengah, situasi itulah digunakan sebagai strategi untuk mendekati diri kekhlayak sasaran. Kedekatan tersebut dibuat menjadi tema iklan "sahabat sejati". Apabila sudah menjadi sahabat sejati konsumen tidak akan beralih kesurat kabar lainnya.

Visual menggunakan unsur *tone* Jawa Tengah, dengan model menggunakan pakaian adat masyarakat Jawa Tengah berupaya untuk menyentuh hati dan menambah keakraban dengan *target audience*.

Naskah dalam iklan ini menggunakan teknis *copy heavy layout*, yang tata letaknya mengutamakan pada bentuk *copywriting* (naskah iklan) atau dengan kata lain komposisi *layout*-nya lebih didominasi atau lebih ditekankan. Untuk iklan yang menarik, kreatif, sederhana, mudah dimengerti, dan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju. Naskah iklan dikedua iklan Suara Merdeka versi “Pria dan Wanita Bertopeng”, *Subheadline*: Banyak yang bertopeng Jawa Tengah. *Headline Copy*: Namun hanya satu sahabat sjiati Jawa Tengah.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti memberikan beberapa masukan berupa saran sebagai berikut:

1. Naskah iklan terlalu panjang untuk media luar ruang membutuhkan waktu sedikit untuk melihat, dikhawatirkan pesan iklan tidak bisa dipahami target audience
2. Riset yang dilakukan seharusnya dilakukan lebih dalam lagi pada setiap pembuatan iklan. Karena dikhawatirkan iklan yang dibuat akan meleset dan tidak efektif.
3. Untuk klien PT. Suara Merdeka Press.
 - a. Untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
 - b. Tetap menjaga hubungan baik dengan konsumen
 - c. Memberikan kesempatan terhadap biro iklan dalam berkreasi dengan kratifitas yang dimiliki.