

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis empat iklan kolaborasi GoSend dan Ariel Noah yang berjudul “#CepetanGoSendInstant by Ariel Noah X GoSend”, “GoSend Instant Hematnya Real”, “Jadi #BestSellerGoSend Bareng Ariel Noah” dan “Ariel BM Karena GoSend, Banyak Promo Bikin Hemat”, dapat dilihat bahwa penggunaan teknik *copywriting* mendorong mereka untuk mencapai tujuan pemasaran. Teknik *copywriting* meliputi elemen-elemen (*headlines, sub-headlines, bodycopy, slogans* dan *taglines*) dan jenis *copywriting*. Penggunaan elemen *headlines* pada iklan kolaborasi GoSend dan Ariel Noah bertujuan untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan utama iklan secara jelas dan ringkas. Elemen *sub-headlines* dan *body copy* menjelaskan secara detail terhadap kalimat *headlines*. Sedangkan *slogans* dan *taglines* digunakan dengan tujuan membangun hubungan emosional dengan audiens serta didukung dengan penggunaan jenis *copywriting* yang sesuai tujuan iklan agar dapat menciptakan hubungan emosional dengan audiens.

GoSend menonjolkan kebaruan dan keunikan pada setiap iklan, yakni dirancang untuk mencerminkan keunggulan layanan GoSend dengan cara yang segar dan menarik. Penggunaan semua elemen *copywriting* dapat membangkitkan emosi dan menarik. Penggunaan semua elemen *copywriting* dapat membangkitkan emosi dan memperkuat brand awareness. Jenis *copywriting* yang digunakan, yakni *story copy* untuk menghadirkan narasi tentang layanan GoSend. *Humorous copy* bertujuan untuk menyampaikan pesan melalui humor yang menyenangkan dan relevan

didukung dengan Ariel Noah yang menjadi tokoh publik masyarakat Indonesia serta news copy page untuk menyampaikan informasi tentang inti penjualan layanan GoSend.

Dengan demikian penggunaan teknik copywriting dan pemilihan kata yang tepat memainkan peran penting dalam menarik perhatian audiens dan mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan layanan GoSend. Iklan yang berhasil biasanya memiliki pesan yang jelas, singkat, dan langsung, dengan elemen emosional yang dapat menghubungkan audiens secara personal.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian Analisis Teknik Copywriting Dalam Iklan Youtube Kolaborasi GoSend dan Ariel Noah terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan yakni sebagai berikut :

1. Saran Akademik
  - a. Saran bagi penelitian selanjutnya hasil penelitian ini dapat menjadi sumber acuan mengenai bagaimana penerapan teknik copywriting berdasarkan elemen dan jenis copywriting serta berdasarkan konsep AISAS.
  - b. Saran bagi Program Studi Ilmu Komunikasi untuk dapat meneruskan penelitian berikutnya dengan berpedoman pada penelitian ini dengan topik copywriting dan AISAS

## 2. Saran Praktis

Peneliti mengharapkan agar perusahaan dan praktisi copywriting terus mengeksplorasi dan mengembangkan teknik-teknik copywriting yang mampu menarik perhatian audiens secara efektif di platform YouTube, seperti yang terlihat dalam kolaborasi GoSend x Ariel Noah. Penting untuk melakukan analisis mendalam terhadap elemen-elemen copywriting yang berhasil menarik minat dan membangun keterlibatan audiens, termasuk penggunaan kata-kata, gaya bahasa, dan pesan yang persuasif. Selain itu, perusahaan dapat memanfaatkan data analitik dari platform YouTube untuk mengevaluasi kinerja iklan secara berkelanjutan, memungkinkan penyesuaian strategi copywriting agar lebih sesuai dengan preferensi dan perilaku audiens. Dengan demikian, diharapkan dapat tercipta formula copywriting yang lebih efektif dan efisien dalam mencapai tujuan pemasaran.