

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kegiatan Kuliah Kerja Media (KKM) bertujuan untuk memberikan mahasiswa pengalaman serta wawasan dalam dunia kerja yang sesungguhnya, khususnya yang sesuai dengan ilmu yang didapat. Selama melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM), penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman dan pengalaman baru yang tidak penulis dapatkan dibangku kuliah, khususnya di bidang periklanan.

Dari hasil pelaksanaan Kuliah Kerja Media (KKM) ini, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan mengenai *copywriter* di PT. Grinta Kreatif Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Seorang *copywriter* dituntut untuk dapat mengeluarkan ide yang kreatif, memiliki wawasan yang luas, mengikuti *trend-trend* baru, agar dapat memberikan konsep dalam membuat *copy* pada naskah iklan, serta apapun yang berhubungan dengan *copywriter*.
2. Dalam pembuatan sebuah ide untuk mengkampanyekan sebuah iklan membutuhkan banyak referensi seperti, seorang *copywriter* harus sering membaca untuk menemukan gaya bahasa yang baru untuk dipergunakan didalam sebuah konsep iklan.
3. Tugas *copywriter* yaitu menciptakan atau mengembangkan sebuah konsep kreatif yang persuasif yang berupa ide, *copy*, naskah, maupun tulisan

sesuai *brief* yang diberikan oleh seorang AE, bertujuan agar sebuah produk dapat tercapai.

4. Dalam pembuatan sebuah konsep kampanye iklan, pembuatan ide cerita pada naskah iklan, ide tersebut tidak dapat langsung diterima oleh pembimbing dan klien, tetapi akan mendapatkan revisi berkali-kali untuk diterima oleh pembimbing dan klien

Dari beberapa kesimpulan tentang *copywriter* diatas, pekerjaan penulis sebagai *copywriter* di PT.Grinta Kreatif Indonesia sudah relevan dengan tugas-tugas *copywriter* secara umumnya, yaitu membuat ide konsep untuk sebuah iklan. Akan tetapi penulis masih membutuhkan pembelajaran yang lebih dalam lagi dalam mengeluarkan ide-ide kreatif untuk menjadi seorang *copywriter*.

B. Saran

Selama melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) di PT.Grinta Kreatif Indonesia penulis ingin menyampaikan saran-saran kepada Progam Diploma III Konsentrasi Periklanan, yaitu:

1. Agar kualitas mahasiswa semakin ditingkatkan, dan dalam perkuliahan sebaiknya dijelaskan secara lebih detail tentang dasar-dasar *copywriting*. Sehingga ketika memasuki dunia kerja tidak merasa canggung karena dunia *copywriter* sangat penting dalam pembuatan iklan.
2. Menambah referensi buku tentang *copywriter* sebanyak mungkin di perpustakaan UNS, untuk mempermudah mahasiswa dalam mempelajari *copywriter* dan memperlancar proses pengerjaan tugas akhir.

3. Mengadakan seminar khusus mahasiswa periklanan, untuk menambah wawasan dan *update* ilmu tentang periklanan.

Selain untuk Progam Diploma III Konsentrasi Periklanan penulis memberikan saran untuk PT. Grinta Kreatif Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Kurangnya kerjasama dan percaya diri perusahaan terhadap peserta magang, serta kurangnya perusahaan membimbing peserta magang dalam melakukan tugas yang diberikan, dan hal ini membuat penulis merasa kurang mendapatkan pelajaran.
2. Penulis berharap agar terus menjalin kedekatan yang erat antara perusahaan dan peserta magang, sehingga dalam bekerja tidak merasa kaku dan merasa nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto, 2006. *Copywriting: Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. Jakarta : Erlangga
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Lee, Monlee., dan Carla Johnson.2004. *Prinsip- Prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana
- Morisson, M.A,. 2010. *Komunikasi PemasarSan Terpadu*. Jakarta: Kencana