

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Dalam menjawab rumusan masalah yang telah peneliti tetapkan pada latar belakang pada *copywriting* di *website* Apple Indonesia, dapat peneliti simpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Pada analisis elemen *copywriting* terhadap 4 objek yang diteliti, peneliti menemukan bahwa dari 5 jenis elemen *copywriting* yang ada, tidak semua elemen tersebut digunakan pada *copywriting* di *website* Apple Indonesia, elemen *copywriting* yang digunakan meliputi *headlines*, *sub-headlines*, *slogans*, dan *body copy*.

Dari ketiga belas jenis *copywriting* yang ada, ditemukan bahwa terdapat lima jenis *copywriting* yang digunakan pada objek yang diteliti, yakni *story copy*, *you and me copy*, *factual copy*, *poetic copy* dan *visual copy*. Pada jenis *visual copy* peneliti menemukan bahwa penggunaan *visual copy* tidak hanya sebatas penggabungan dari gambar dan teks semata, melainkan juga perpaduan antara tata letak (*layout*) dengan animasi dan efek transisi sehingga menghasilkan komposisi tampilan visual yang estetik namun juga informatif.

Adapun struktur pesan persuasif yang terdapat pada objek yang diteliti, ditemukan kesamaan hasil pada keempat objek, yakni penggunaan *message sidedness* berupa *one sided* (satu sisi) dengan *order of presentation* pada keempat objek menggunakan jenis *anticlimax*, serta penarikan kesimpulan atau *conclusion drawing* pada struktur pesan menggunakan jenis *explicit*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian penerapan pesan persuasif pada *copywriting* di *website* Apple Indonesia terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan yakni sebagai berikut:

### 1. Saran Akademik

- a. Saran bagi peneliti selanjutnya dari hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber acuan mengenai bagaimana penerapan dan penggunaan elemen *copywriting* serta jenis – jenis *copywriting* terkait dengan pesan persuasif
- b. Saran bagi Program Studi Ilmu Komunikasi untuk dapat meneruskan riset berikutnya yang berpedoman pada penelitian ini yang berkaitan dengan topik *copywriting* .

### 2. Saran Praktis

Peneliti mengharapkan untuk lebih banyak penelitian yang dilakukan berkaitan dengan topik berupa *copywriting*, salah satunya yang kompetitor dari objek yang diangkat pada penelitian ini yang memiliki kesamaan latar belakang pada lini produk yang dipasarkan, dan nilai penjualan produk. Sehingga dapat ditemukan hasil yang dapat menjadi perbandingan terkait dengan bagaimana penerapan elemen dan jenis *copywriting*, serta struktur pesan persuasif yang digunakan, untuk kemudian dapat dirumuskan sebuah kerangka atau formula dalam penyusunan sebuah *copywriting* yang efektif, untuk mengkomunikasikan sebuah pesan persuasif.