

## BAB V

### PENUTUP

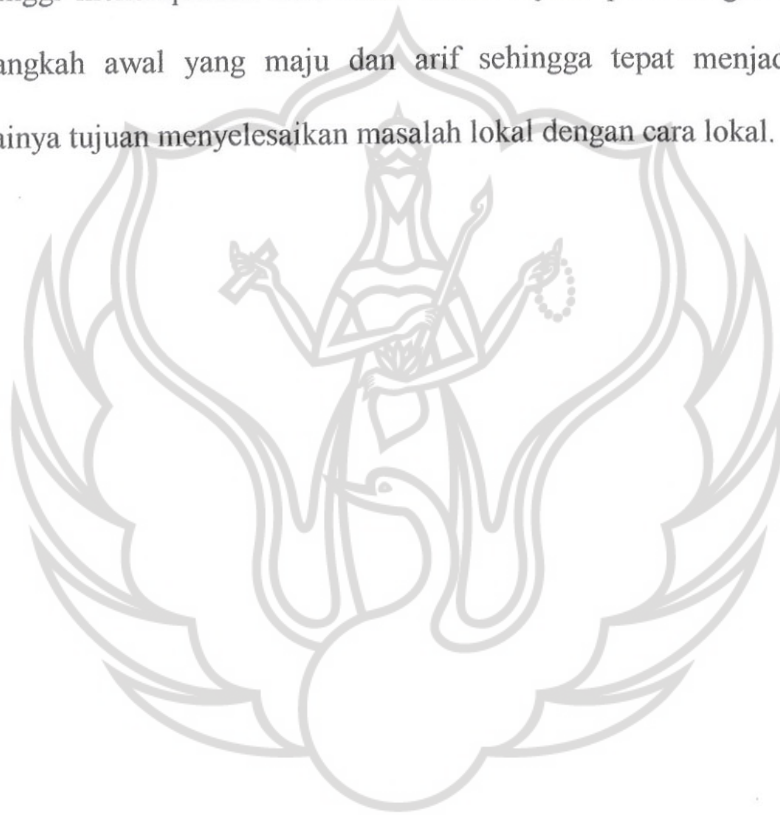
#### A. Kesimpulan

Penggunaan Ikon lokal dalam iklan produk dunia adalah cara yang tepat dalam upaya menjadi solusi atas permasalahan lokal Ipod yang terjadi di Indonesia (*brand awareness*), apalagi masalah Ipod di Indonesia tidak dapat diselesaikan dengan pendekatan global dengan kategori seri iklan Ipod luar negeri. Untuk itu maka diperlukan kecermatan dalam memilih representasi citra sebuah *brand*.

Apple membutuhkan representasi tersebut sebagai *partner* yang diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* produk tersebut, baik dilihat dari minat beli, maupun pencapaian keberhasilan target dimana diharapkan Ipod dalam hal harga yang sebanding dengan teknologi, dan kompatibilitas sistem operasi dapat lebih dikenal oleh khalayak. Kedua hal inilah yang menjadi objektif perancangan. Mengingat permasalahan Ipod di Indonesia adalah permasalahan lokal, dan tidak terjadi di lain negara, maka pendekatan lokal menjadi cara komunikasi yang ampuh dalam menyelesaikan permasalahan produk tersebut, sehingga kemungkinan keberhasilan tujuan lebih mudah diraih.

## B. Saran

Mengingat kurang populernya Apple di Indonesia/ rendahnya *brand awareness* yang disebabkan oleh ketidaktahuan produk, serta harga diatas produk merk lain maka perlu adanya sebuah media yang menyajikan informasi seputar Apple dengan pendekatan lokal. Pada *Scope* lokal, dimulainya rasa percaya diri yang tinggi menempatkan ikon lokal dalam tujuan perancangan ini merupakan satu langkah awal yang maju dan arif sehingga tepat menjadi solusi demi tercapainya tujuan menyelesaikan masalah lokal dengan cara lokal.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ananto, Ki. "*Mahabarata Ramayana*", Pranata, Solo, 2005.
- Ardianto, Elvinaro, "*Komunikasi Massa*", Simbiosis, Bandung, 2007.
- Cangara, H. Hafied. "*Pengantar Ilmu Komunikasi*", Rajawali, Jakarta, 1998.
- Echols, John M. Hassan Shadily, "*English- Indonesian Dictionary*", PT. Gramedia Jakarta, 1998.
- Hamidi, "*Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*", UMM Malang, 2007.
- Heller, Steven & Seymour Chwast. "*Graphic Style From Victorian To Digital*", Harry N. Abraham, Inc, New York, 2000.
- Horton, Paul B. "*Sosiologi*", Erlangga, Jakarta, 1986.
- Keraf, Gorys. "*Argumentasi dan Narasi*", PT. Gramedia, Jakarta, 2001.
- L Cruikshank, Jeffrey. "*The Apple Way*", Erlangga, Jakarta, 2006.
- Liaw, Ponijan. "*Understanding Your Communication Skills*", Elex Media Komputindo, Jakarta, 1999.
- Soetarsa S, Ki. "*Serat Bharatayuda*", KS, Solo, 1976.
- Strinati, Dominic. "*Popular Culture*", Bentang, Yogyakarta, 2003.
- Sutisna. "*Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran*", Rosda, Bandung, 2001.
- Sumardjo, Jakob. "*Filsafat Seni*", Penerbit ITB, Bandung, 2000.
- Suranto, Ki Dwi. "*Syech Lemahabang*", Jupiter, Bandung, 1998.
- Swastha DH, Basu. "*Menejemen pemasaran modern*", Liberty, Yogyakarta, 2005.
- Walker, John A. "*Design History and The History of Design*", Pluto Press, London, 1989.

Widyatama, Rendra. *"Pengantar Periklanan"*, Pustaka Publisher, Yogyakarta, 2007.

