

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sebagai pengantar untuk menjelaskan pentingnya penggunaan helm, dibuatlah sebuah iklan televisi yang memiliki tujuan sosial yaitu iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat adalah bentuk iklan yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi atau pesan yang ditujukan untuk mempengaruhi masyarakat tertentu. Iklan layanan masyarakat adalah sebuah tayangan yang memiliki fungsi informatif dan persuasif, yang ditayangkan di media televisi. Iklan layanan masyarakat memiliki fungsi informatif, maksudnya adalah iklan layanan masyarakat memberikan sebuah informasi atau pesan sedangkan persuasif berarti mengajak.

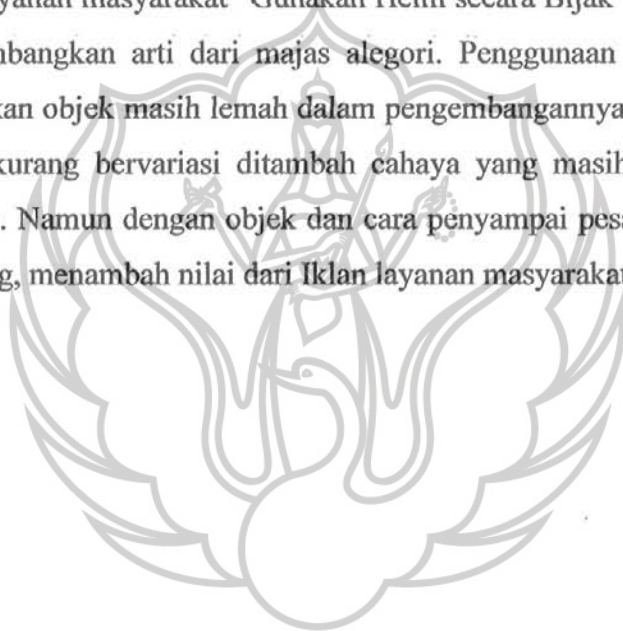
Iklan layanan masyarakat “Gunakan Helm secara Bijak” merupakan Iklan yang menggunakan gaya bercerita menggunakan majas alegori. Pemilihan majas sebagai penyampaian bertujuan untuk memberikan perumpamaan terhadap objek yaitu kepala. Iklan ini terdapat dua cerita singkat yaitu cerita yang akan menyampaikan sebab dan cerita yang akan menyampaikan sebab.

Hasil dari pemutaran karya iklan layanan masyarakat “Gunakan Helm secara Bijak” secara umum, dapat ditarik kesimpulan bahwa Iklan layanan masyarakat ini dapat diterima dan dipahami bagi beberapa orang dari segi cerita. Untuk penyampaian pesan penggunaan helm sebagai salah satu pelindung pada saat mengalami kecelakaan, sudah dapat diwakili dari cerita yang menjelaskan seseorang yang tidak menggunakan helm kemudian mengalami kecelakaan dan terluka parah pada bagian kepalanya.

B. Saran

Iklan layanan masyarakat tentang pentingnya penggunaan helm untuk mengurangi cedera ketika mengalami kecelakaan, masih sangat kurang. Iklan layanan masyarakat sebaiknya memberikan sebuah inovasi yang dapat menjadikan tayangan tersebut lebih menarik. Salah satu cara pengemasan ILM adalah menggunakan majas alegori. Majas alegori digunakan sebagai cara bercerita yang menggunakan perumpamaan dan diharapkan cerita atau informasi yang disampaikan tepat pada sasarannya.

Iklan layanan masyarakat “Gunakan Helm secara Bijak” masih kurang dalam mengembangkan arti dari majas alegori. Penggunaan cerita singkat yang menjelaskan objek masih lemah dalam pengembangannya. Pengambilan gambar yang kurang bervariasi ditambah cahaya yang masih kurang pada beberapa scene. Namun dengan objek dan cara penyampai pesan yang masih tergolong jarang, menambah nilai dari Iklan layanan masyarakat ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Darwanto S.S.,Drs. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007
- Effendy, Prof. Drs. Onong Uchajana, M.A. *Televisi Siaran Teori dan Praktek*..Jakarta: CV. Mandar Maju
- Harymawan. *Dramaturgi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1986
- Moeliono, Anton (ed), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*,Departemen P&K Republik Indonesia:Jakarta,1988
- M.S, Alo Liliweri. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Baltu,1997
- Naratama. *Menjadi Sutradara Televisi dengan single dan Multi Camera*. Jakarta: Grasindo, 2004
- Pratista,Himawan. *Memahami Film*.Yogyakarta: Homerian Pustaka, 2008 RMA,
- Rahmawati, Indah,dkk. *Berkarier di Dunia Broadcast*..Bekasi : Laskar Angkasa, 2011
- Suyanto, M. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: ANDI, 2005
- _____ Undang-Undang Tentang Penyiaran no.32 tahun 2002

Sumber Online

- deskripsi.com diakses 10 Oktober 2012 jam 16.00
- www.indonesia.go.id di akses tanggal 7 Juni 2012 jam 09.00
- www.tempointeraktif.com di akses tanggal 7 Juni 2012 jam 09.00
- www.memobee.com diakses 10 Oktober jam 04.00
- www.belajar-ngeblog.com di akses 10 Januari jam 09.29
- http://www.dishubkominfo.jogjaprov.go.id diakses 10 Januari jam 10.00
- www.unipetra.com diakses 12 Agustus pukul 19.10