

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam perancangan *Public Service Advertisement* Cantik Tanpa Kosmetik Berbahaya Bersama *Larissa Aesthetic Center* ditemukan empat kesimpulan. Yang pertama target audience dalam perancangan ini yang menjadi sasaran jangkauan sebanyak-banyaknya khususnya wanita remaja yang keberadaannya di wilayah kota Yogyakarta. Yang kedua *Larissa Aesthetic Center* merupakan sebuah tempat perawatan kecantikan mulai dari perawatan rambut, wajah hingga tubuh dengan konsep *Back to Nature* konsep yang dikembangkan dengan menggunakan bahan-bahan alami seperti buah, sayuran, umbi, batang dan akar. Selanjutnya perancangan ini mengakses tentang informasi mengenai kandungan berbahaya dalam kosmetik serta memberi pengetahuan mengenai produk kosmetik yang alami. Untuk lebih dapat mengenai sasaran perancangan ini memiliki karakteristik yang unik dan efektifitas yang tinggi. Desain-desain yang digunakan bergaya modern sehingga mudah dilihat dan menarik perhatian serta memuat pesan yang dapat dipercaya (meyakinkan). Pesan dalam perancangan ini juga disampaikan dengan jelas dan bisa ditangkap oleh khalayak sasaran dan kesimpulan yang terakhir adalah menciptakan karakter desain yang sesuai dengan *personality* dari target audience. Untuk itulah perancangan ini menggunakan karakter desain yang simple, modern, menggunakan warna *soft*, sehingga dapat menarik minat target audience.

B. Saran

Untuk membuat sebuah perancangan PSA maka diperlukan bauran iklan yang unik dan menarik sehingga orang lebih mengerti dan memahami iklan dan mendapat informasi.

Maka diperlukanlah perencanaan media yang tepat bagi *target audience* untuk lebih mengenal dan mendapat informasi yang lengkap dan jelas. Berbagai media yang bisa dibuat misalnya terbagi menjadi media utama dan media pendukung.

Agar perancangan komunikasi visual *public service advertisement* terlaksana dengan baik diperlukan adanya suatu bentuk sosialisasi agar informasi dapat diterima secara luas oleh para *target audience* sehingga perlu dilakukan kerjasama yang baik dengan pihak-pihak terkait.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku :

Barthes, Roland. 2007. *Membedah Mitos-Mitos Budaya Massa*.

Yogyakarta: Jala Sutra

Estawara, 2008. *Think IMC*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan konsep dan Aplikasinya*

Di Indonesia graffiti. Jakarta

Lee, Monlee dan Carla Johnson. 2004. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan*

Dalam Prespektif Global. Prenada Media Group

Laermer, Richard dan Mark Simmons. 2008. *Punk Marketing*. Jakarta:

Gramedia Pustaka Utama

Rustan, Suryanto. 2008. *Layout*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Suyanto, 2006. *Strategi Perancangan Iklan Outdoor Kelas Dunia*.

Yogyakarta: Andi Offset

Wiryanto, 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo

Sumber Majalah :

Majalah FIT. 2007. Edisi Istimewa. Media Jantung Indonesia

Majalah Cita Cinta. no.02/XI, tanggal 20 Januari 2010

Sumber surat kabar :

Harian Kompas edisi Kamis, tanggal 30 September 2010

Sumber internet :

Larissa Aesthetic Center (www.Larissa Aesthetic Center skin and health.mht)

(<http://www.waletcreamasli.com/kiat-memilih-kosmetik-yang-aman-dan-nyaman/>)

(<http://www.urbanbliss.com/index.html>)

(<http://www.metrotvnews.com/read/news/2011/05/10/51169/Ibu-Hamil-Hindari-Kandungan-Kosmetik-Berbahaya/>)

(www.nu.or.id)

