

## BAB V

### Kesimpulan dan Saran

#### A. Kesimpulan

Dari Perancangan iklan layanan masyarakat dapat diambil beberapa kesimpulan di antaranya:

1. Agar pesan dari Iklan Layanan Masyarakat dapat tersampaikan dengan baik maka harus memperhatikan aspek pemilihan media yang tepat dengan audiens berdasarkan analisa Geografis, Demografis, Topografis, Behavioristik.
2. Media sangat mempengaruhi efektifitas dan keefisienan tersampainya pesan Iklan Layanan Masyarakat kepada audiens. Karena berbagai jenis media memiliki karakter persebaran dan konten masing-masing.

#### B. Saran

Perancangan ini masih memiliki banyak kekurangan dan berpeluang untuk dikembangkan. Demi perbaikan ke depan, saran-saran yang bisa diajukan antara lain:

1. Melakukan pembuatan Iklan Layanan Masyarakat dengan tema serupa dengan pilar pendidikan karakter bangsa dan audiens yang berbeda.
2. Melakukan pengkayaan fakta sehingga dapat merancang Iklan Layanan Masyarakat dengan ide yang lebih segar.

## Daftar Pustaka

- Budiman, Hakim, *Lantaran Tapi Relevan*, Yogyakarta : Galangpress, 2004
- Kasali, Rhenald, *Manajemen Periklanan*, Jakarta : PT Pustaka Utama Grafiti, 1992
- Kementrian Pendidikan Nasional Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Pertama, *Panduan Pendidikan Karakter di Sekolah Menengah Pertama*, 2010
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Penerbit Erlangga, 1992
- Lwin, May, dan Aitchison, Jim, *Clueless in Advertising*, Jakarta : PT Buana Ilmu Populer, 2005
- Madjadikara, Agus. S, *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2004
- Majalah Versus, *Above The Line Versus Below The Line*, Edisi Oktober - November, 2009
- Riyanto, Bedjo, *Iklan Surat Kabar dan Perubahan Masyarakat di Jawa Masa Kolonial (1870-1915)*, Yogyakarta : Tarawang, 2000
- Sanyoto, Drs, Sadjiman Ebdi, *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*, Yogyakarta : Dimensi Press, 2006
- Sihombing, Danton, *Tipografi dalam Desain Grafis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Tinarbuko, Sumbo, *Irama Visual, "Dari Toekang Reklame sampai Komunikator Iklan"*, Yogyakarta : Jalasutra, 2007
- Tinarbuko, Sumbo, *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta : Jalasutra, 2008
- Widyatama, Rendra, *Pengantar Periklanan*, Yogyakarta : Pustaka Book Publisher, 2007
- Yusanto, Muhammad Ismail, dkk., *Menggagas Pendidikan Islami*, Bogor : Al Azhar Press, 2004

Website :

[www.kompas.com](http://www.kompas.com) (diakses pada tanggal 5 Maret 2012, jam 20.30 WIB)

[www.bem.its.ac.id](http://www.bem.its.ac.id) (diakses pada tanggal 25 Juli 2012, jam 20.00 WIB)

[www.inherent-dikti.net](http://www.inherent-dikti.net) (diakses pada tanggal 25 Juli 2012, jam 20.00 WIB)

[www.news.okezone.com/read](http://www.news.okezone.com/read) (diakses pada tanggal 5 Maret 2012, jam 20.30 WIB)

[www.oase.kompas.com](http://www.oase.kompas.com) (diakses pada tanggal 25 Juli 2012, jam 20.00 WIB)

[www.pendidikan-diy.go.id](http://www.pendidikan-diy.go.id) (diakses pada tanggal 25 Juli 2012, jam 20.00 WIB)

[www.prantisayekti.files.wordpress.com](http://www.prantisayekti.files.wordpress.com) (diakses pada tanggal 25 Juli 2012, jam 20.00 WIB)

[www.scribd.com](http://www.scribd.com) (diakses pada tanggal 25 Juli 2012, jam 20.00 WIB)

