

BAB V

KESIMPULAN

Berdasarkan dari seluruh uraian diatas dan pendapat para ahli dari beberapa buku sebagai sumber, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ilustrasi adalah media yang efektif untuk di pergunakan pada media periklanan dalam membantu mempromosikan barang. Hal ini mengingat fungsi ilustrasi sebagai media komunikasi.
2. Selain menarik perhatian masyarakat, ilustrasi juga dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan barang yang beraneka macam ragam, serta dapat juga meningkatkan arus pemasang iklan untuk memperkenalkan barang-barangnya pada masyarakat.
3. Iklan yang dipromosikan lewat berbagai macam media, seperti antara lain folder, poster, surat kabar, booklet, majalah dan surat selebaran, akan lebih mudah dimengerti oleh calon pembeli, peminat bila menggunakan ilustrasi. Dengan kata lain promosi tidak akan efektif dan kurang berhasil apabila tidak disertakan dengan gambar-gambar/ilustrasi. Hal ini sesuai dengan ungkapan bahwa gambar lebih banyak berbicara dari pada seribu perkataan.

taan.

4. Ilustrasi pada iklan ternyata mengalami perkembangan karena faktor-faktor sebagai berikut :

1. Kemajuan mekanis alat-alat percetakan dan bahan-bahan beserta ahli-ahlinya.
2. Kemajuan industri yang menghasilkan barang-barang konsumsi.
3. Selera produsen dan konsumen yang meningkat.
4. Kemajuan-kemajuan konsep serta ketrampilan dalam mengerjakan ilustrasi.
5. Fotografi yang amat pesat kemajuannya.
6. Komunikasi yang semakin cepat.

BIBLIOGRAFI

- Arthur J.B. Herbert HP. Robert GI, Introduction to Advertising, Mc. Graw Hill Book Company Inc. 1954, New York Toronto London.
- Barberi Francisco, Grafik Art : Encyclopedia of World Art Mc. Graw Hill Book Company, New York Toronto, London.
- Baldinger, Wallace S., The Visual Art, University of Oregon 1960.
- Drs. S. Wojowasito, W.I.S., Poerwodarminto S.A.M. Geestra, Kamus Umum Inggris - Indonesia.
- Dakir, Pengantar Psikologi Umum, Yayasan Penerbit FIP - IKIP, Yogyakarta, 1973.
- Ensiklopedia Umum, Penerbit Yayasan Kanisius Tahun 1973.
- Foto Indonesia No. 37, Juli/Agustus 1975 tahun ke VI.
- Gordon William S. How to Draw for the Press, London, W. Foulsham & Co, Ltd.
- Gerungan Di. Pi, Psikologi Sosial, PT.Eresco, Djakarta Cetakan III 1972.
- Haryokoesoemo (Kho Hwat You) Kursus Lengkap tentang Reklame VI Canata Bandung.
- H.N. Casson, Teknik Menyusun Iklan, Penerbit Centre, Djakarta.
- Herry Wibowo, Bahan Kuliah S.T.S.R.I. "ASRI" tahun 1973.
- Mendell Maurice J. The Definition Committee of The American Marketing Assosiation, New Yersey 1974.
- Peerboom, Robert, Het Dagblad, disadur oleh S. Rochady Surat Kabar, Penerbit Alumni Bandung PT. Eresco, Jakarta cetakan ke III tahun 1973.
- Ross Robert, Illustration to Day, International text Book Company, Sheraton Pennsylvania, 1963.
- Reksosiswoyo, Kamus Bahasa Indonesia, J.B. Wolters Jakarta, Groningen 1974.

R.S. Damarjati, Istilah-istilah Dunia Pariwisata, Pradnya Paramita Jakarta, 1973.

Tan Kiat Djwee, Marketing Suatu Pengantar Praktis, Penerbit Alumni 1975 Bandung.

Majalah Management dan Usahawan Indonesia.

Winardi (Penyad) Ilmu Reklame, Penerbit Alumni 1975, Bandung.

