

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Iklan layanan masyarakat *Gigi Sehat, Senyum Masa Depan* merupakan salah satu upaya untuk mengingatkan masyarakat bahwa kesehatan gigi dan mulut sangat penting untuk kualitas hidup lebih baik. Tampilan gigi seseorang mampu menunjang seseorang dalam bersosialisasi. Namun, disamping itu, gigi juga merupakan benteng pertahanan agar berbagai penyakit tidak menggerogoti tubuh. Keadaan gigi merupakan investasi masa depan.

Konsep penciptaan iklan layanan masyarakat tidak berbeda dengan iklan komersil. Iklan layanan masyarakat memiliki bentuk yang sama dengan dengan iklan komersil, sehingga dalam penciptaan sebuah iklan layanan masyarakat mengacu pada konsep iklan komersil.

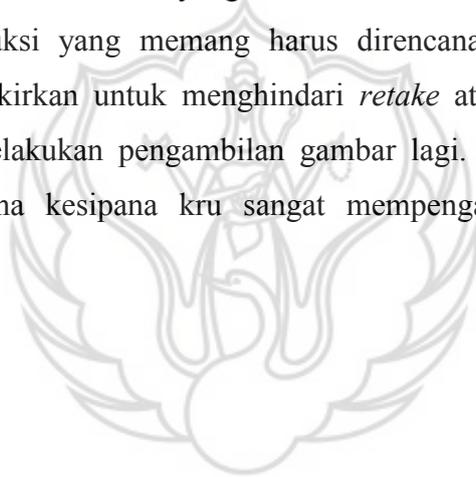
Program iklan layanan masyarakat telah melalui beberapa tahapan, sehingga dapat terselesaikan sesuai dengan prosedur yang ada. Setiap tahapan dilaksanakan semaksimal mungkin karena iklan layanan masyarakat merupakan sebuah media yang menuntut kecermatan dan ketepatan dalam penyampaian pesan dan pengemasannya. Drama seri merupakan sebuah terobosan dalam pengemasan sebuah iklan layanan masyarakat agar lebih bervariasi dalam penyampaian pesan dalam setiap versinya. Penggunaan teknik *flashback* dari iklan layanan masyarakat ini adalah salahsatu cara mengemas cerita dengan menampilkan masa lalu yang kemudian mempengaruhi keputusan di masa sekarang atau masa depan. Penggunaan Iklan layanan masyarakat *Gigi Sehat Senyum Masa Depan* akan sangat bermanfaat karena iklan layanan masyarakat itu sendiri didalamnya terdapat pesan yang mengedukasi sebagai bahan ajar kepada penonton dalam hal ini anak-anak dan orang tua dalam memperoleh pengetahuan mengenai kesehatan gigi dan mulut.

Pengalaman serta pengetahuan yang diperoleh dalam penciptaan iklan layanan masyarakat kesehatan gigi dan mulut ini semoga dapat memberkan manfaat kepada seluruh pihak yang terkait didalamnya.

## B. Saran

Iklan layanan masyarakat *Gigi Sehat, Senyum Masa Depan* dengan perpindahan *shot* yang kurang variatif memberikan kesan monoton. Selain itu, akting yang kurang optimal dari *talent* yang kurang menjiwai, mengingat masing-masing orang berbeda kemampuan dan pengalaman. Dengan *flashback* penonton lebih mudah menangkap isi pesan yang ingin disampaikan, diharapkan kedepannya akan muncul iklan layanan masyarakat yang lebih bervariasi. Iklan layanan masyarakat bertemakan kesehatan untuk saat ini masih sangat jarang, maka akan lebih membantu berbagai pihak dalam memberikan perhatian terhadap kesehatan, sehingga media massa mampu berperan aktif dalam perubahan untuk kehidupan masyarakat Indonesia yang lebih sehat.

Proses produksi yang memang harus direncanakan sangat matang. Hal tersebut perlu dipikirkan untuk menghindari *retake* atau kurangnya *stock shot*, sehingga harus melakukan pengambilan gambar lagi. Persiapan kru juga perlu diperhatikan, karena kesipana kru sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah produksi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Biran, Misbach Yusa. 2006. *Teknik Menulis Skenario Film Cerita*. Pustaka Jaya. Jakarta
- Budiharto. 2006. *Metodologi Penelitian Kesehatan dengan Contoh Bidang Ilmu Kesehatan Gigi*. EGC. Jakarta
- Darwanto, S.S. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Duta Wacana University Press. Yogyakarta.
- Diharjo, Sumartono Mulyo. 2002. *Terperangkap dalam Iklan*. Alfabeta. Bandung.
- Duncan, Stephen V. 2006. *A Guide to Screenwriting Succes*. United States of America
- Effendy, Uchjana Onong. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Fitri Adona. 2006. *Citra dan Kekerasan simbolik dalam Iklan Perisahaan di Televisi*. Andalas University Press. Padang
- Hadiwasito, Sutedjo. 2007. *Penyusunan Pesan*. Makalah Pendidikan Creative dan Account. PPPI. Jawa Tengah
- Hanifah, Jusuf. 1999. *Etika Kedokteran dan Hukum Kesehatan*. Buku Kedokteran EGC. Jakarta
- Herijulianti, Eliza. 2001. *Pendidikan Kesehatan Gigi*. EGC. Jakarta
- Jefkins, Fred. 1997. *Periklanan edisi ke 3*. Erlangga. Jakarta
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan aplikasinya Di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti. Jakarta
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Bhineka Cipta. Jakarta
- Lutters, Elizabeth. 2010. *Kunci Sukses Menulis Skenario*: Grasindo. Jakarta
- Miryam, Bebe Indah. 1984. *“Iklan Layanan Masyarakat”*, Skripsi. Institut Teknologi Bandung. Bandung.

Morissan, M.A., 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Naratama. *Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Camera*. Grasindo: Jakarta, 2004

Nuradi, Wicaksono Dkk. 1996. *Kamus Isilah Periklanan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Homerian Pustaka. Yogyakarta

Suban, Fred. 2009. *Yuk.. Nulis Skenario Sinetron*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Suprpto, Tomy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Media Pressindo. Yogyakarta

Wells, Burnett & Moriarty. 1995. *Advertising – Principles and Practice*. Eaglewood Cliffs. NJ. Prentice Hall.

Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Buana Pustaka Indonesia. Jakarta

### **Sumber Online**

[Http://intisari-online.com/read/97-cara-sikat-gigi-orang-indonesia-masih-salah](http://intisari-online.com/read/97-cara-sikat-gigi-orang-indonesia-masih-salah)  
diakses 5 Februari 2014.

[www.suarakarya-online.com/news.html?id=180439](http://www.suarakarya-online.com/news.html?id=180439) diakses tanggal 13 September 2013.