

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Iklan Layanan Masyarakat mengenai *Dampak Pernikahan Usia Dini* yang disajikan dengan gaya Parodi menitik beratkan pada sindiran atau kritikan atas realita yang sebenarnya. Menyajikan parodi dengan gaya yang berbeda, iklan ini melengkapi bentuk dan varian dari ILM yang ada, tentunya dengan kelebihan maupun kekurangannya. Beberapa poin yang dapat disimpulkan dari iklan ini adalah :

1. Keberanian memilih ide atau gagasan mengenai parodi sebagai gaya dalam pembuatan ILM *Dampak Pernikahan Usia Dini*. Dalam hal ini parodi bukanlah menjadi hal yang seperti biasa. Menyatakan hal verbal dan plesetkan maknanya menjadi kelucuan. Melainkan memberikan unsur parodi pada alur cerita dalam bentuk sindiran bahkan kritikan atas sikap sebuah realita dalam alur cerita.
2. Parodi yang melebur dalam alur cerita menjadi tidak begitu terlihat bahkan samar sebagai wujud sebuah kritikan sosial. Hal ini terkesan kontradiktif dengan apa yang sudah ada. Namun, sebenarnya adalah bahwa unsur parodi yang dimaksud terkandung dalam adegan atau visual dalam alur cerita.
3. Ketepatan memilih realita sosial yang diangkat menjadi alur cerita sebagai bentuk sindiran sekaligus menyampaikan pesan pada objek realita yang sesungguhnya. Dalam hal ini adalah salah satu sisi kehidupan remaja yang diparodikan sebagai bahan untuk menyampaikan informasi.
4. Realitas sosial yang digambarkan menjadi inteprestasi sendiri bagi pemirsa.

5. Menghadirkan iklan yang sekaligus merupakan bentuk sosialisasi mengenai masalah yang diangkat dalam bentuk yang humanis, realistis dan mengandung unsure semiotika.

## **B. Saran**

Iklan Layanan Masyarakat merupakan sebuah karya yang sifatnya sosial. Menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat dalam bentuk yang persuasif atau ajakan. Bagaimana pesan atau informasi itu bisa sampai kepada masyarakat tentunya harus juga difikirkan. Saran mengenai hal tersebut diantaranya :

1. Pemahaman mengenai ide/gagasan yang merupakan tema dalam iklan hendaknya dipelajari sebaik mungkin. Penguasaan materi maupun topik akan memudahkan dalam konsep penyutradaraan.
2. Pemilihan gaya dalam menyampaikan informasi/pesan hendaknya lebih dipahami. Berkaitan dengan isi pesan yang terkandung untuk disampaikan kepada khalayak.
3. Sebaiknya lebih memperdalam struktur cerita dalam menyampaikan pesan melalui media audio visual. Hal tersebut dilakukan untuk menrapkan konsep gaya penyampaian dengan tema yang diangkat. Sehingga pesan yang disampaikan dapat seakurat mungkin sampai kepada pemirsa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus S. Madjadikara, *Bagaimana Biro Iklan Memproduksi Iklan*, Gramedia, Jakarta, 2004.
- Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, Rosdakarya, Bandung, 2006.
- Darwanto S S, *Televisi Sebagai Media Pendidikan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2007.
- Freddy H. Istanto, *Rajutan Semiotika Untuk Sebuah Iklan Studi Kasus Iklan Long Beach*, Jurusan DKV Universitas Petra Surabaya, 2000.
- Himawan Pratista, *Memahami Film*, Homerian Pustaka, Yogyakarta, 2008
- Hanum, S.H., *perkawinan usia belia*, kerjasama Pusat Penelitian Kependudukan Universitas Gadjah Mada dengan Ford Foundation, Yogyakarta, 1997.
- J.V.Mascelli, *The Five C's of Cinematograph*, Silman-James Press, LA, 1977.
- Ken Dancyger, *The Director's Idea, The Path To Great Directing*, Focal Press, 2006.
- M. Asrie, *Pernikahan Usia Dini di Gunungkidul*, Thesis Program Pasca Sarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2008
- Michael Rabiger, *Directing Film Techniques and Aesthetics*, Focal Press, 2008.
- Naratama, *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: PT. Grasindo, 2004.
- Peter Ward, *Picture Composition for Film and Television*, Focal Press, 2003.
- Proferes, Nicholas T, *Film directing fundamentals*, Focal Press, 2008.
- Rendra W., *Bias gender dalam iklan televisi*, Media Presindo, Yogyakarta, 2006.
- Sumbo T, *Semiotika Komunikasi Visual*, Jalasutra, Yogyakarta, 2008.
- Umberto Eco, *The Theory of Semiotics*, "Introduction : Toward a Logic of Culture" Indiana University Press, 1976.
- R. Thompson & C. Bowen, *Grammar Of The Shot*, Focal Press, 2009.
- Y.A. Piliang, *Dunia Yang Dilipat*, Jalasutra, Yogyakarta, 2004.
- \_\_\_\_\_, *Hipersemiotika*, Jalasutra, Yogyakarta, 2003.

### Data dari website :

- Sumbo Tinarbuko, *Eksekusi iklan televisi dengan pendekatan parodi*, 2007,  
Available from : <<http://www.desaingrafisindonesia.wordpress.com>>



*Acces on March 10 2009.*

BELAJAR IKLAN, < Available from:

<http://www.kuliahkomunikasi.blogspot.com>> ; Acces on March 10 2009

BKKBN, *Dampak pernikahan usia dini*, Jakarta, 2008,

<Available from: <http://www.bkkbn.go.id>> *Acces on March 08 2009*

