

BAB : V

PENUTUP.

A. Kesimpulan.

Film serial Komedi pembauran Bengkel Koh Apiang adalah film seri komedi produksi dari PT. Focus Audio Visual, yang mengetengahkan dinamika kehidupan sosial dalam proses asimilasi beragam etnis, film serial ini mengambil sudut kota Jakarta dan sekitarnya. Misi yang dibawa dari film ini selain menghibur pemirsa adalah membawa pesan moral tentang proses pembauran etnis demi terciptanya kehidupan sosial yang aman dan tentram menggalang persatuan, menuju negara Indonesia bersatu.

Oleh karena itu perlu adanya gagasan baru yang kreatif untuk mengadakan suatu kegiatan kampanye publikasi guna mendukung penyampaian pesan dan keberadaan film tersebut. Pengolahan setiap unsur yang mendukung kegiatan kampanye film ini dijadikan suatu modal untuk menjangkau target audience. Permainan bahasa yang digunakan pada setiap kegiatan ini diusahakan untuk terdengar akrab dan ringan dengan didukung permainan tipografi yang luwes dan jenaka, karena untuk menjaga kedekatan jarak terhadap khalayak.

B. Saran.

Mengingat persaingan acara program televisi sangat ketat, maka perlu adanya publikasi terus menerus, tema yang diangkat dari film serial komedi BKA,

sudah menjadi point tersendiri dari film- film yang sudah ada, peluang inilah yang harus dimanfaatkan untuk menjadi elemen pendukung beriklan.

Pembagian wilayah kerja antara pihak produksi dan pihak penayang sangat mendukung berhasilnya film ini, missal dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh kedua pihak untuk mencari pengiklan dan memberi rangsangan akan kesadaran pemirsa untuk menikmati program televisi bahwa betapa perlu acara ini untuk dinikmati.



DAFTAR PUSTAKA

1. Alfian Hamzah, Kapok Menjadi Non Pri, Warga Thionghoa Mencari Keadilan, Bandung, Zaman Wacana Mulia, 1998.
2. Bati Subakti, Pedoman Penyusunan Media Dalam Trategi dan Slelection, Jakarta, Berita Buana, 1997.
3. Bucharu Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Bandung, Penerbit, Alfabeta, 1992.
4. Farbey. AD, How To Produce Successful Advertising (Kiat Sukses Pemasaran Terpadu), Jakarta, PT. Gramedia Pustaka, 1997.
5. Lowe, Brett William, Periklanan Yang Efektif, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 1996.
6. Rhenald Kasali, Manajemen Periklanan, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Jakarta, Pustaka Utama Grafitti, 1992.