

BAB. VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Iklan sebagai sarana penyampaian pesan digunakan untuk menarik pemirsa yang melihat iklan tersebut agar tertarik untuk melakukan sesuatu ataupun mengerti sesuatu. Proses penyampaian pesan pada iklan mengaplikasikan metode tertentu bertujuan agar efek yang ditimbulkan sesuai dengan harapan pencapaian iklan tersebut. Metode disesuaikan menurut isi pesan pada iklan agar kesinambungan antara iklan dengan sasarannya terjalin atau tersampaikan dengan baik dan mudah. Metode *omniscient narration* pada iklan layanan masyarakat yang bertujuan memberikan informasi dampak negatif dari perilaku penggunaan perangkat lunak bajakan yang diakhiri dengan ajakan untuk menggunakan *open source* sebagai solusinya, disesuaikan dengan ciri dari metode ini yang memberikan batasan informasi lebih serta efek ketegangan dalam penceritaannya. Ekspresi-ekspresi tegang dalam ceritanya menggambarkan bahwa penggunaan perangkat lunak bajakan bukanlah suatu perilaku yang positif seperti yang sudah terjadi pada masyarakat kebanyakan. Melalui gambaran negatif tersebut dimunculkanlah *open source* sebagai solusi dari perilaku ini. Efek yang dihasilkan pada iklan layanan masyarakat ini diharapkan mampu tersampaikan dihati penonton hingga menyadari kekurangan-kekurangan yang masih banyak terjadi.

Proses penyampaian pesan melalui iklan, salah satu tantangannya adalah bagaimana pesan itu diterima oleh sasaran dengan mudah pada waktu yang singkat. Durasi pendek pada iklan dapat disiasati dengan memberikan adegan kunci atau salah satu unsur pada iklan (*visual, audio, teks*) yang dapat menjadi pusat perhatian penonton. Jika suatu iklan mendapatkan perhatian dari penonton setidaknya ada pesan yang tersampaikan atau ditangkap oleh penonton. Efek dan

reaksi penonton umumnya berbeda-beda sesuai dengan latar belakang mereka masing-masing.

B. SARAN

Iklan layanan masyarakat merupakan bentuk iklan yang bertujuan menyampaikan suatu informasi penting tentang masalah yang terjadi ditengah-tengah masyarakat. Penyampaian iklan akan lebih efektif penyampaiannya jika penayangan pada program televisi dioptimalisasi lewat jumlah penayangan dan jam tayang sehingga makin banyak penonton makin banyak pesan tersampaikan kepada khalayak.



DAFTAR PUSTAKA

- Bordwell, David dan Kristin Thompson. 2004. *Film Art: An Introduction*. The MacGraw: Hill Companies Inc.
- Burrows/Wood/Gross. 1989. *Television Productions-Disciplines and Techniques*. Fourth Edition. Wm. C. Brown Publisher
- Charles R. Wright. 1964. *People, Society, and Mass Communication*. London: Collier McMillan Ltd.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Anton Wahidin Widjaja dan Hendrawan Supratikno. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Kennedy, Thomas. 1989. *Directing Video*. White Plain, New York 10604-USA: Knowledge Industry Publication, Inc
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Mascelli, Joseph. 1977. *The Five C'S Of Cinematography*. Hollywood, California: Cine/ Grafic Publications.
- Morissan, M.A. 2005. *Media Penyiaran, Strategi mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakasa.
- Naratama. 2004. *Menjadi Sutradara Televisi*. Jakarta: Grasindo.
- Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- RISTEK. 2007. *Buku Panduan Pendayagunaan Open Source Software*. Jakarta: RISTEK.
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: MediaPressindo.
- Wibowo, Fred. 2007. *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus.

Wibowo, Wahyu. 2003. *Sihir Iklan Format Komunikasi Mondial Dalam*

Kehidupan Urban-Kosmopolit. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Iklan*. Yogyakarta: Pustaka Book Pubhliser.

Website :

www.balebengong.com/84-persen-software-di-indonesia-bajakan.html

www.beritabandung.com/tekno/ukm-masih-gunakan-software-bajakan.htm

www.detiknews.com/polisi-pelar-razia-software-bajakan-terbesar.html

www.liputankota.com/mbes-polri-razia-software-bajakan.html.

[www.pclinux3d.com/open source linux peluang bisnis.htm](http://www.pclinux3d.com/open_source_linux_peluang_bisnis.htm).

www.sains.org/haki

www.tempo.com/pembajakan

www.wikipedia.co.id

Karya:

Iklan Layanan Masyarakat IGOS, Depkominfo 2000.

Film Scarface, Universal 1983.

