

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Iklan Layanan Masyarakat adalah suatu media yang digunakan untuk menyampaikan suatu saran berupa solusi untuk menyelesaikan masalah dalam masyarakat kepada pemirsa media audio visual. ILM harus memuat topik masalah, cara penanggulangan atau solusi, dan yang terpenting adalah menyampaikan hasil yang akan tercapai jika masyarakat terketuk untuk bergerak melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Salah satu penentu keberhasilan dalam merancang Iklan Layanan Masyarakat adalah menuangkan ide cerita ke dalam *storyboard*. Melalui *storyboard*, semua yang dibutuhkan oleh seluruh elemen produksi dapat *breakdown* sehingga memudahkan departemen produksi untuk mengorganisir seluruh kebutuhan yang berkaitan dengan produksi hingga pascaproduksi. Penyusunan *storyboard* adalah syarat mutlak dalam merancang iklan.

Untuk mengetahui apakah pesan dan tujuan yang ingin disampaikan tercapai dan *supers* dalam ILM ini dapat terbaca dengan baik, dalam proses penciptaan tugas akhir ini dilakukan pemutaran karya kepada target audiens yang dalam hal ini adalah ibu rumah tangga. Selain memutar kedua versi ILM penulis juga mempersilakan para audiens mengisi kuesioner. Data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh 25 orang ibu rumah tangga adalah sebagai berikut:

Tabel 2

Membaca *Supers* dalam ILM “Untuk Bumi yang Lebih Hijau”

No.	Membaca <i>supers</i>	Frekuensi	Persentase
1	Terbaca dengan baik	24	100%
2	Tidak terbaca dengan baik	1	0%
Jumlah total		25	100%

Berdasarkan tabel 2, sebanyak 24 responden menyatakan dapat membaca *supers* dalam ILM ini dan hanya 1 orang yang tidak dapat membaca *supers* dengan baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemilihan jenis *font* dan durasi penayangan *supers* sudah cukup tepat.

Tabel 3

Mengerti Isi Pesan dalam ILM “Untuk Bumi yang Lebih Hijau”

No.	Mengerti isi pesan	Frekuensi	Persentase
1	Mengerti	25	96%
2	Tidak mengerti	0	4%
Jumlah total		25	100%

Berdasarkan tabel 3, sebanyak 25 responden mengerti pesan yang terkandung dalam ILM “Untuk Bumi yang Lebih Hijau” yaitu anjuran untuk memanfaatkan sampah untuk mengurangi sampah rumah tangga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa visualisasi dan adegan yang dihadirkan dalam ILM ini sudah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Produksi ILM “Untuk Bumi yang Lebih Hijau” berpedoman pada *storyboard* dan mengambil semua *frame* yang dirancang pada tahap praproduksi, karena segala sesuatu yang dibutuhkan untuk visualisasi telah dirancang dengan detail pada *storyboard* dan disetujui setelah mengalami beberapa kali revisi. Proses *offline editing* juga masih berpedoman pada *storyboard* dengan menggabungkan scene-scene yang ada menjadi sebuah

*sequence*. Selibhnya, terjadi beberapa improvisasi seperti mengubah urutan *shot* dengan pertimbangan naratif dan penyesuaian *supers* dengan visualisasi.

Pengaplikasian *supers* dalam ILM ini selain sebagai media persuasi ternyata juga dapat berperan sebagai pendukung visualisasi. Gerakan *supers* yang digabungkan dengan visualisasi adegan pada akhirnya menjadi dua hal yang sangat berkaitan. Durasi tiap-tiap *scene* dihitung dengan cermat ketika proses shooting dilaksanakan. Tujuannya adalah agar persuasi yang disampaikan melalui *supers* yang dirancang akan tampil dalam *scene* tersebut dapat terbaca oleh penonton dan tidak terjadi *overlap* durasi.

## B. Saran

Iklan layanan masyarakat merupakan bentuk iklan yang bertujuan untuk menyampaikan pesan penting kepada seluruh masyarakat, sehingga diharapkan penayangan pada program televisi lebih dioptimalisasi lewat jam tayang yang efektif serta kuantitas penayangan yang lebih sering daripada sebelumnya.

Produksi iklan layanan masyarakat di Indonesia seharusnya dapat dikemas dengan menarik dan tidak monoton dengan testimoni atau himbauan yang disampaikan oleh salah satu tokoh masyarakat. Aspek naratif yang dihadirkan dalam iklan layanan masyarakat adalah hal, kejadian, dan permasalahan yang biasa hadir dalam masyarakat. Salah satu dari hal tersebut kemudian dikemas dengan jalan cerita dan visualisasi yang dirancang secara matang agar persuasi yang ingin disampaikan kepada masyarakat dapat mencapai sasaran.