

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan materi telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, dan dapat menarik kesimpulan dari perancangan iklan televisi sebagai media promosi pada studi kasus SMK Wahid Hasyim Ponorogo (SMK Wahipo).

1. Dalam merancang iklan televisi harus memperhatikan beberapa strategi kreatif, meliputi :

- a. Strategi menetapkan audiens sasaran.
- b. Strategi merancang slogan, logo, simbol, naskah dan storyboard iklan.
- c. Strategi merancang gaya eksekusi pesan dengan menggunakan animasi.
- d. Kata-kata harus singkat, mudah diingat dan dicerna karena iklan televisi sangat singkat sehingga akan melekat dan tertanam dalam benak penonton.
- e. Dilakukan perbedaan adegan antara scene satu dengan yang lain untuk membedakan dan menggambarkan jurusan sekolah agar menarik perhatian penonton.

2. Iklan televisi dibuat dan dirancang untuk mempromosikan dan meningkatkan citra SMK Wahid Hasyim Ponorogo dengan media animasi untuk menarik indera dan minat masyarakat.
3. Iklan ini bisa meningkatkan informasi dari informasi sebelumnya, karena iklan televisi ini akan mudah diterima oleh masyarakat umum.
4. Dalam dunia periklanan, animasi sebagai penarik minat penonton dengan tampilan visual yang mampu memberikan efek gerak pada animasi yang disajikan.

5.2 Saran

Dari beberapa kesimpulan yang telah ditulis, maka penulis mencoba memberikan beberapa saran untuk pembuatan iklan yang lebih bagus untuk menarik perhatian audiens, sebagai berikut :

1. Dalam pembuatan iklan televisi gunakan alat-alat pendukung yang lebih baik untuk pengambilan gambar agar mendapatkan hasil gambar yang sesuai.
2. Lakukan testing naskah dan storyboard sesudah pembuatan, agar mengetahui perbedaan dari awal pembuatan naskah dan sesudah pembuatan iklan televisi.