

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dari bab-bab sebelumnya dan dalam rangka mengakhiri pembahasan “Analisis dan Desain TVC (TV Commercial) Ceraproduction dengan Pendekatan Brand Positioning” yang mengarah kepada iklan komersil, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Penggunaan Strategi Brand Positioning pada Cera dapat menjadikan Cera berbeda dengan perusahaan percetakan lain, dengan begitu di dalam benak konsumen akan tertanam bahwa Cera adalah perusahaan percetakan dengan pelayanan *costumize*
2. Hasil pengkajian dan riset dari value Cera “Inovasi Produk” menghasilkan titik temu pelayanan Cera yang akan diangkat yakni “*Costumize Product*” sebagai positioning Cera
3. Melalui *Costumize Product*, CERA mempertegas *positioning*-nya sebagai perusahaan/agency penyedia layanan percetakan yang unggul dibidang inovasi produk sebagai salah satu ciri untuk membedakan dengan perusahaan lain (kompetitor)
4. Dalam perancangan proses iklan, *Insight* target iklan sangat menentukan dalam pembuatan iklan sebagai sumber utama mencari pesan iklan

5. Komunikasi verbal adalah berperan sangat penting dalam menyampaikan pesan iklan, dengan adanya komunikasi verbal, audiens dapat mendengar suara yang keluar dalam iklan tersebut, baik mendengar secara aktif maupun pasif, akan tetapi komunikasi verbal tidak akan efektif jika komunikatornya tidak menggunakan komunikasi non verbal dengan baik dalam waktu bersamaan, karena melalui non-verbal orang dapat mengetahui keadaan/perasaan komunikatornya hanya dengan melihatnya saja.

5.2 Saran

Beberapa saran perbaikan yang juga akan menjadi bahan koreksi penting penulis yaitu :

1. Kualitas pesan iklan dan ide penyampaian iklan itu akan maksimal apabila kualitas dalam eksekusi iklan juga maksimal
2. Dalam pembuatan iklan, pilihlah talent yang cocok dan disesuaikan dengan jalan cerita iklan tersebut
3. Dalam pembuatan iklan libatkan lebih banyak kru untuk membantu proses pengambilan gambar, karena diperlukan ketelitian dan kecermatan, lebih bagus jika kru tersebut sudah ahli dengan jenis pekerjaan yang dia tangani
4. Sutradara dalam iklan harus bisa mengarahkan talent dengan benar sehingga dalam eksekusi iklan tidak menghabiskan waktu dan tenaga

5. Pilihlah lokasi syuting yang tepat dan nyaman untuk mengeksekusi iklan
6. Lighting dalam pembuatan iklan sangat penting, untuk mendapat asupan cahaya yang cukup agar hasil video tidak mengecewakan
7. Sound berperan sangat penting dalam sebuah iklan untuk membawa penonton masuk kedalam jalan cerita iklan, bekerja sama dengan orang yang sudah ahli dibidang ini (sound engineer) adalah pilihan yang tepat untuk mendapat hasil iklan yang maksimal.
8. Analisis perlu dilakukan setelah pembuatan iklan selesai, dengan melalui beberapa pendekatan seperti yang dilakukan penulis, hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat iklan dalam menyampaikan pesan iklan, baik secara audio maupun visual

