

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari penjelasan diatas maka penulis dapat menarik kesimpulan dari perancangan iklan televisi sebagai media promosi pada SMK N 3 Kasihan (SMSR Yogyakarta). Sehingga penulis mengambil kesimpulan antara lain:

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

- a. Strategi menetapkan audiens sasaran
- b. Strategi menetapkan tujuan dan anggaran periklanan
- c. Strategi mencari keunggulan sekolah
- d. Strategi merancang slogan, logo, symbol, naskah, dan storyboard iklan
- e. Strategi merancang gaya eksekusi pesan dengan menggunakan animasi
- f. Kata-kata harus singkat, mudah diingat dan dicerna karena iklan televisi sangat singkat sehingga akan melekat dan tertanam dalam benak penonton
- g. Dilakukan perbedaan adegan antara scene satu dengan yang lain untuk membedakan dan menggambarkan setiap jurusan sekolah agar penonton tidak bingung akan maksud pesan iklan

2. Iklan televisi ini di dirancang dan digunakan untuk mempromosikan dan meningkatkan citra SMK N 3 Kasihan dengan media animasi sehingga diharapkan mampu menarik indera dan minat masyarakat

3. Iklan ini diharapkan dapat meningkatkan tercapainya informasi dari sebelumnya, karena iklan televisi akan ditonton oleh masyarakat umum sehingga menciptakan nilai kesadaran dan ketertarikan masyarakat terhadap SMK N 3 Kasihan

4. Dalam dunia periklanan, animasi digunakan sebagai penarik minat penontonnya dengan tampilan visual yang mampu memberikan efek gerak pada animasi yang disajikan, sehingga dapat menghilangkan kejenuhan

Iklan televisi yang berisi informasi umum tentang SMK N 3 Kasihan diharapkan dapat menarik minat dan mampu berfungsi sebagai media promosi yang efektif serta efisien yang ditujukan pada semua lapisan masyarakat secara menyeluruh.

5.2. Saran

Untuk lebih memahami tentang periklanan televisi diperlukan pemahaman strategi iklan yang efektif. Untuk itu, penulis memberikan saran dan masukan yang dapat dipertimbangkan, sebagai berikut :

1. Merancang naskah dan storyboard sebuah iklan televisi harus benar-benar memperhatikan strategi perancangan naskah dan storyboard iklan televisi
2. Sistem penulisan konsep iklan masih sangat sederhana dan masih perlu perbaikan serta dapat dikembangkan dan diubah sesuai perubahan jurusan
3. Masih banyak yang perlu diangkat mengenai topik periklanan televisi, karena hal ini sangat berkaitan dengan STMIK Amikom Yogyakarta yang memiliki mata kuliah Perancangan Iklan Televisi

4. Harapan penulis semoga konsep periklanan televisi ini dapat bermanfaat, dan bagi yang ingin mengangkat tema ini kembali kiranya dapat meningkatkan dan memperbaiki kekurangan yang ada pada hasil akhir pembuatan iklan ini.

