

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian dan perancangan yang telah dikerjakan maka dapat diambil kesimpulan, yaitu :

1. Tujuan iklan layanan masyarakat ini adalah informatif dan persuasif yaitu memberikan informasi kepada masyarakat dan mengajak masyarakat untuk melakukan pencegahan sejak dini terhadap kanker payudara.
2. Strategi dalam merancang pesan iklan televisi ini adalah dengan menggunakan pendekatan Inherent Drama yaitu dengan menekankan pada filosofi periklanan. Iklan didasarkan pada landasan manfaat tentang pencegahan sejak dini terhadap kanker payudara yang diperoleh masyarakat dengan menekankan elemen dramatik yang diekspresikan pada manfaat tersebut.
3. Strategi dalam merancang daya tarik pesan iklan menggunakan daya tarik rasa takut. Digunakan daya tarik ini adalah untuk memotivasi masyarakat untuk mengolah informasi dan mengambil tindakan. Disini dengan menampilkan adegan akibat dari kanker payudara yaitu diangkatnya payudara yang terkena kanker dan kematian. Adegan ini mengambil daya tarik rasa takut agar masyarakat melakukan pencegahan sejak dini terhadap kanker payudara.

4. Gaya dalam pelaksanaan pesan iklan ini adalah dengan menggunakan gaya potongan kehidupan atau *slice of life*. Iklan ini menggambarkan akibat perilaku atau kebiasaan yang dilakukan sehari-hari yang mengakibatkan kanker payudara dan dalam iklan ini juga menampilkan pemecahan masalah yang harus ditanggulangi dalam pencegahan kanker payudara.
5. Dari tabel kuisioner dapat diketahui bahwa pembuatan iklan layanan masyarakat ini berhasil dan layak untuk ditayangkan di televisi, karena 70% responden menyatakan pembuatan iklan layanan masyarakat ini layak ditayangkan di televisi.
6. Dengan adanya iklan layanan masyarakat pada media televisi ini, maka media penyuluhan atau kampanye tentang kanker payudara dapat dikemas lebih menarik dan mudah dimengerti dalam penyampaian informasinya, serta dapat meringankan beban tim dalam penyuluhan karena area penyampaian informasinya luas karena menggunakan media televisi dan sekarang ini semua orang hampir memiliki televisi. Dan dalam memberikan informasinya juga meringankan beban tim penyuluhan atau kampanye, hal ini dapat dibuktikan berdasarkan analisis PIECES dan analisis biaya dan manfaat.
7. Dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini, strategi iklan, daya tarik penyampaian pesan iklan, dan gaya iklan menjadi kunci dari semua langkah untuk menghasilkan iklan televisi yang bagus dan

menarik, selain itu juga harus memiliki teknik shoot yang baik untuk menghasilkan gambar yang sesuai dan penggabungan video dan audio yang sesuai agar keduanya dapat menyatu sehingga menghasilkan iklan yang dapat dimengerti oleh masyarakat.

8. Iklan layanan masyarakat pada media televisi ini, berupa audio visual dapat memberikan kemudahan dalam pemahaman isi pesan bagi semua segmen, karena kanker payudara adalah penyakit yang paling mematikan saat ini untuk itu harus dicegah sejak dini,

## **5.2. Saran**

Berdasarkan analisis dan kesimpulan dan juga sebagai bahan pengembangan untuk membuat iklan layanan masyarakat yang mempunyai tema yang sama, saran yang ingin disampaikan oleh penulis adalah :

1. Dalam 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 kurang mencakup sasaran yang luas dan masih perlu perbaikan serta dapat dikembangkan dan diubah sesuai informasi yang ada.
3. Masih banyak yang perlu diangkat mengenai topik tentang kanker payudara dalam iklan layanan masyarakat pada media televisi ini.

4. Semoga konsep iklan ini bermanfaat dan dapat dijadikan bahan referensi serta pembahasan lebih lanjut akan pembuatan skripsi.

