

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan diciptakannya Video Iklan Layanan Masyarakat “Bijak Bermedia”, penulis mencoba mewujudkan penerapan peran penulis naskah dan proses pendekatannya dalam membuat naskah skenario iklan yang akan divisualisasikan menjadi video iklan layanan masyarakat. Dalam penerapannya penulis mengumpulkan data tentang tema bijak bermedia sosial serta mencari video referensi untuk menambah dramatisasi adegan yang akan dibuat. Penulis menyusun naskah dengan tiga tahap yaitu pencarian ide, pengendapan, dan *treatment*. Dalam pengembangan cerita, penulis menggunakan pola tiga babak yang terdiri dari babak awal, babak tengah, dan babak akhir.

Iklan layanan masyarakat memiliki beberapa tema dalam penyajiannya, penulis menggunakan dua tema yaitu tema peringatan dan tema imbauan. Tema peringatan tidak ditampilkan menggunakan teks atau percakapan yang tajam tetapi ditampilkan secara visualisasi, kebalikannya tema imbauan ditunjukkan secara langsung dengan memunculkan kalimat imbauan di akhir video. Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang berisikan bujukan untuk masyarakat. Karena hal itu penulis melakukan penelitian dengan model AIDA.

AIDA yang terdiri dari *attention*, *interest*, *desire*, dan *action* diterapkan dalam beberapa adegan. *Attention* yang menjadi langkah awal agar audiens menerima informasi dari iklan tersebut dieksekusi secara baik di *thumbnail* Youtube sedangkan di adegan penerapannya kurang karena tidak adanya narasi diawal tentang apa yang sedang terjadi. Penerapan tahap *Interest* sudah menjadi lebih baik karena memunculkan adegan gambaran besar dampak dari perilaku ujaran kebencian. Penerapan tahap *Desire* yang memunculkan dampak-dampak lainnya dari perilaku ujaran kebencian secara lebih detail sudah cukup baik karena adegannya tidak hanya menampilkan gerakan namun juga percakapan sehingga audiens dapat lebih memahami isi dari iklan tersebut. Penerapan tahap *Action* yang bertujuan untuk membimbing audiens supaya tidak melakukan ujaran kebencian dimunculkan melalui teks yang berisi himbauan kepada audiens berkebalikan

dengan tahap sebelumnya disini hanya memunculkan kalimat tanpa adegan. Secara keseluruhan penerapan AIDA dalam iklan layanan masyarakat ini sangat kurang dikarenakan terlalu banyaknya adegan tanpa teks baik berupa percakapan maupun narasi. Selain itu, kekurangan penerapan AIDA dalam iklan ini berada di tahap awal tepatnya pada tahap menarik perhatian audiens karena tidak adanya penjelasan secara jelas apa yang sedang dilakukan oleh si tokoh utama. Dengan kekurangan di awal, maka hal itu dapat mempengaruhi tahap-tahap selanjutnya.

Dari kendala yang sudah dijelaskan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penulis masih memiliki kekurangan dalam menciptakan cerita dalam bentuk format naskah. Hal ini dikarenakan penulis kesulitan untuk menggabungkan ide dan data yang ada menjadi sebuah naskah dengan durasi satu menit serta kesalahan dalam penulisan format naskah. Kelalaian penulis dalam proses paska produksi yang tertidur ketika jam pengunggahan karya di Youtube.

5.2. Saran

Dari kesimpulan yang sudah dituliskan di atas, saran yang dapat diberikan oleh penulis bagi kreator konten dalam membuat sebuah karya adalah:

- 1) Aktif mencari referensi naskah skenario yang sudah jadi, agar hasil naskah yang dibuat dapat lebih dimengerti oleh kru lainnya.
- 2) Memunculkan sedikit data-data yang dapat meyakinkan audiens mengenai fenomena yang sedang terjadi.
- 3) Lebih memperhatikan apa yang harus disampaikan terutama ketika menggunakan model AIDA.
- 4) Mempelajari lebih lanjut tentang proses pembuatan pembuatan sebuah karya khususnya sebagai penulis naskah agar menghindari adanya kendala yang sewaktu-waktu dapat terjadi dan juga untuk menghasilkan hasil akhir video yang nanti akan ditayangkan.