

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dituliskan di atas, penulis memperoleh kesimpulan dari penelitian mengenai iklan layanan masyarakat “Pra-Sangka”. Proses penulisan naskah pada iklan layanan masyarakat sedikit berbeda daripada naskah film atau naskah komersial. Pada proses penulisan naskah kali ini penulis harus lebih memikirkan tentang nilai sosial yang akan disampaikan kepada audiens dan strategi komunikasi persuasif yang akan digunakan. Pada iklan layanan masyarakat ini penulis mengambil strategi komunikasi persuasif dengan teori *Elaboration Likelihood Model* yang memfokuskan pada *target audience*, karena target audience dari iklan layanan masyarakat ini adalah remaja (13-18 tahun) maka penulis menuliskan cerita yang *relate* dengan kehidupan sehari-hari seorang remaja agar target audiens dengan mudah menerima nilai sosial dalam iklan layanan masyarakat.

5.1. Saran

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil pembuatan iklan layanan masyarakat “Pra-Sangka” bagi calon *content creator* di masa depan, diharapkan dapat menambah referensi dalam membuat karya baru khususnya untuk iklan layanan masyarakat. Selain itu pentingnya memperhatikan manajemen waktu dari proses pra-produksi hingga pasca produksi, dengan demikian tim produksi bisa mengerjakan tugas dengan tidak terburu-buru dan tidak merasa terbebani dengan deadline yang sudah ditentukan.