

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai iklan layanan masyarakat (ILM) “Bijak Bermedia: *Cyberbullying*” dapat disimpulkan bahwa pada ILM ini mengangkat isu tentang dampak dari *cyberbullying* atau perundungan di media sosial di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Berdasarkan penjelasan diatas, generasi milenial dan generasi Z adalah generasi yang paling banyak menerima perilaku tidak sopan di media sosial atau *cyberbullying*. Maraknya tindakan *cyberbullying* di media sosial ini terjadi karena mudahnya akses internet dan kurangnya kepekaan seseorang terhadap orang lain. Kurangnya kepekaan atau kesadaran pengguna media sosial ini yang membuat para pengguna media sosial secara tidak sadar melakukan tindakan *cyberbullying*. Tindakan *cyberbullying* yang diangkat pada ILM ini adalah mengenai komentar negatif, ujaran kebencian, dan cacian. Selain itu, diketahui bahwa tujuan utama dari pembuatan ILM “Bijak Bermedia: *Cyberbullying*” adalah untuk meningkatkan kepekaan dan kesadaran masyarakat bahwa tindakan *cyberbullying* ini memiliki dampak negatif seperti mampu membuat korban mengalami depresi hingga bunuh diri.

Pada penelitian tentang Iklan Layanan Masyarakat (ILM) “Bijak Bermedia: *Cyberbullying*” juga menjelaskan tentang bagaimana proses kreatif penulis dan perannya. Peran dari *Scriptwriter* meliputi dari pra produksi, produksi dan pasca produksi. Adapun contoh peran yang dilakukan penulis naskah dalam produksi ILM “Bijak Bermedia: *Cyberbullying*” diantaranya pada pra produksi membuat alur cerita dan mengembangkan ide cerita agar memiliki alur yang bagus dan tertata. *Scriptwriter* dalam merealisasikan pesan dalam iklan layanan

masyarakat dengan membuat struktur tiga babak atau bisa disebut *three act structure*. Struktur tiga babak ini meliputi babak pertama tentang mempersiapkan latar belakang dari pemeran utamanya terlebih dahulu, babak kedua ini adalah babak yang cukup sulit di mana harus bisa membangun sebuah masalah yang menarik sehingga bisa menyambung ke babak ke tiga yaitu tentang puncak masalah untuk mengakhiri cerita dan di puncak cerita inilah audiens akan merasakan sesuatu saat melihat iklan ini. Dalam pembuatan ILM “Bijak Bermedia: *Cyberbullying*”, penulis naskah juga memasukan AIDA agar iklan ini dapat di terima oleh masyarakat, AIDA sendiri memiliki unsur yaitu perhatian (*Attention*), minat (*Interest*), keinginan (*Desire*), tindakan (*Action*), yang di mana unsur tersebut harus di pegang oleh *scriptwriter* agar iklan yang di buat dapat di sampaikan pada masyarakat dengan tujuan sebagai pembelajaran. Tujuan pembelajaran di buat karena sudah serignya terjadi kasus *cyberbullying* sehingga dengan di buatnya iklan ini bisa menurunkan kasus tersebut.

## 5.2. Saran

Dari kesimpulan yang tertulis diatas, saran yang dapat di berikan oleh penulis bagi semuanya dalam membuat sebuah karya yang baik perlu adanya kerjasama didalam tim dengan baik dan mengikuti segala alur yang sudah di tetapkan dari pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Hal itu bisa menjadi untuk pengalaman diri dan menambah wawasan dalam sebuah produksi karya yang memerlukan kerjasama dalam tim. Hal yang tidak kalah penting adalah perlu adanya perencanaan produksi dengan membuat jadwal, anggaran, lokasi, talent, shotlist, hingga naskah certia. hal tersebut merupakan hal penting karena dapat menjadi patokan utama pada proses syuting dan dapan mempermudah tim produksi dalam melakukan syuting.