

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Laif Essentials sebagai salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM memilih iklan komersial sebagai salah satu bentuk promosi yaitu dengan cara membangun *branding*. Hal tersebut dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi dengan menjadikan media sosial Instagram sebagai wadah untuk *branding* Laif. Iklan dengan judul “*Celebrate Yourself Everyday*” yang menganut tema *self love* ini merupakan sebuah pesan yang ingin Laif Essential sampaikan kepada para pelanggan dan juga calon pelanggannya. Alaskan mitra dan Tim setuju untuk mengangkat tema *self love* karena hal tersebut merupakan Hal yang sangat penting dalam hidup seseorang namun masih jarang diperhatikan. Setelah menentukan tema, penulis membuat naskah dengan menerapkan struktur 3 babak dari teori Aristoteles yang berisi babak pengenalan, babak isi, dan babak penyelesaian. Dimulai Dari babak pengenalan yang memperlihatkan bagaimana cara untuk bisa mencintai diri sendiri, kemudian pada babak isi memperkuat cara untuk bisa meningkatkan kepercayaan diri dengan merawat diri, hingga di babak penyelesaian yang sudah mencapai tahap *self esteem* di mana pada tahap ini seseorang sudah di tahap nyaman Akan dirinya yang diakhiri dengan bisa menarik orang-orang yang Ada di sekitarnya. Iklan ini dikemas secara singkat dan padat, dengan memperlihatkan dua pemeran perempuan dan laki-laki yang diharapkan iklan ini bisa masuk di semua kalangan yang sesuai dengan produk dari Laif bisa di gunakan untuk semua kalangan. Selain itu penggunaan VO (*voice over*) dalam iklan ini memiliki peran yang tak kalah penting untuk memperjelas pesan dan informasi yang akan disampaikan kepada publik. Diharapkan, melalui video iklan komersial yang di unggah melalui media sosial Instagram ini, Laif Essentials bisa menarik dan membuat pelanggan mengingat ciri khas dari brand Laif.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Akademis

1. Aktif memberikan perkembangan kepada dosen pembimbing agar mempermudah dalam proses pengerjaan karya dari awal hingga akhir.
2. Perbanyak mencari informasi dari teman-teman yang sudah berpengalaman dalam pembuatan karya seni rupa
3. Melakukan pertemuan rutin dengan tim dan juga mitra agar proses pembuatan karya bisa lebih mudah dilakukan karena sudah terbentuk *chemistry*.

5.2.2 Saran Praktis

1. menjaga komunikasi yang baik dengan mitra dan juga tim dari proses *pra*-produksi, sehingga saat proses produksi hingga *pasca*-produksi lebih memahami satu sama lain dan minim menimbulkan salah paham.
2. Sering diskusi dan bertukar pikiran antar tim dan mitra agar hasil karya yang dihasilkan sesuai dengan kedua belah pihak.
3. Untuk iklan komersial Ada baiknya memperlihatkan produk atau logo di 3-5 detik pertama video agar penonton tau iklan Apa yang di tayangkan.