

## BAB V PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan tujuan perancangan naskah video iklan Oase Park Boyolali, penulis dapat mendeskripsikan dengan pendekatan *soft sell* yang digambarkan melalui penulisan naskah dan *tagline* perusahaan. Dalam penulisan naskah, penulis ingin menjelaskan mengenai salah satu program *Corporate Social Responsibility (CSR)* Oase Park Boyolali yang melakukan kerjasama dengan pemerintah desa dengan memberikan lapangan kerja seluas-luasnya untuk masyarakat Desa Kragilan, Kecamatan Mojosongo, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah.

Selain itu, tanpa mencantumkan harga atau bentuk materiil yang berkepentingan dengan Oase Park Boyolali juga penulis terapkan dalam naskah. Didukung dengan beberapa dialog yang mengarahkan bahwa Oase Park Boyolali adalah objek wisata yang aman, nyaman dan menyenangkan bagi berbagai kalangan. *Tagline* perusahaan yang digunakan yaitu "*Let's Start a New Journey*" menggambarkan bahwa Oase Park Boyolali dapat menjadi salah satu pilihan destinasi baru penghilang stress setelah lamanya masyarakat menetap di rumah dengan memberikan tampilan dan pelayanan yang *fresh* dan *up to date*. Video iklan Oase Park Boyolali telah dipublikasikan melalui media sosial akun YouTube official Oase Park Boyolali dengan durasi video sepanjang 4 menit 6 detik. Karya video tersebut juga telah dipatenkan melalui hak kekayaan intelektual.

### 5.2. Saran

Dengan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat penulis kemukakan bagi *content creator* yang ingin melakukan produksi video serupa adalah :

- Persiapkan *timeline* dan waktu untuk proses pra-produksi yang detail dan terstruktur
- Pertimbangkan untuk menambah jumlah *team* dalam proses produksi, sehingga proses produksi lebih efektif. Waktu produksi yang panjang akan berpengaruh ke anggaran dana yang semula sudah di estimasikan.