

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya tentang strategi kreatif proses produksi Iklan Layanan Masyarakat “Adi”, penelitian pada karya tulis ini melihat bahwa Existcomm menerapkan strategi kreatif yang selaras dengan teori-teori yang didapatkan didalam proses perkuliahan. Dari hasil mendeskripsikan strategi kreatif yang dipergunakan oleh Existcomm Yogyakarta dalam produksi Iklan Layanan Masyarakat “Adi”, diperoleh kesimpulan:

1. Penggunaan strategi kreatif yang tepat mampu membuat iklan yang sederhana menjadi sangat luar biasa.
2. Iklan yang bagus tidak hanya bagus secara teknis namun juga bisa bagus secara konsep dan ide.
3. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis situasi guna menentukan strategi kreatif yang akan dipakai.
4. Iklan Layanan Masyarakat “Adi” menggunakan teknik visual *story line*” didalam mengemasnya.
5. Rumusan AIDCA dipergunakan untuk menarik perhatian khalayak sampai pada tindakan langsung donasi.

6. Penggunaan rumusan SUPER A untuk membuat Iklan Layanan Masyarakat “Adi” menjadi sebuah iklan yang sangat kuat melekat di benak khalayaknya.
7. Kendala teknis dan masarakat yang masih trauma dengan gempa menjadi faktor penghambat pada proses produksi Iklan Layanan Masyarakat “Adi”.
8. Banyaknya pihak yang mau mendukung produksi Iklan Layanan Masyarakat “Adi” menjadi faktor yang sangat mendukung proses produksi.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian, adapun saran membangun yang dapat penulis berikan untuk Existcomm Yogyakarta dan untuk peneliti yang lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi Tim Kerja Existcomm
 - a. Terus menjaga kekompakan sesama divisi karena terbukti dengan adanya komunikasi yang baik antar mereka, sebuah perusahaan iklan daerah pun mampu bersaing dengan perusahaan iklan nasional bahkan internasional sekalipun.
 - b. Buat divisi kreatif terus mengasah kreatifitas meskipun prestasi yang luar biasa telah mampu dicapai.

- c. Tetap menjaga kontak dengan *production house* karena peneliti kesusahan berhubungan dengan *production house* yang memproduksi Iklan Layanan Masyarakat “Adi”.
- d. Semakin *co-operatif* dengan segala hal yang bersifat edukasi seperti contoh penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa. Pelayanan yang baik akan semakin membawa harum nama Existcomm di masyarakat.

2. Bagi Peneliti Lainnya

Adanya aktifitas pekerjaan yang padat pada sebuah perusahaan iklan tentu saja akan menjadi faktor penghambat dalam melakukan penelitian. Untuk itu penggunaan *e-mail* dan *chat* dapat dimanfaatkan dengan maksimal fungsinya untuk meminimalisir faktor