

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Konsep perancangan dan pembuatan iklan *audio visual* yang tepat untuk mempromosikan PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta. Tujuan dibuatnya iklan ini sebagai iklan pada media sosial *youtube* dan *website* PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta. Selain itu, tujuan dibuatnya iklan ini adalah untuk menciptakan *brand awareness* dan *corporate image* terhadap PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta serta membujuk atau mengajak konsumen agar memilih PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta sebagai *partner* kerja dalam hal pengiriman. Konsep yang digunakan untuk membuat iklan PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta menggunakan konsep 2.0 yang mana iklan ini dibuat mengenai proposisi nilai manfaat fungsional dan manfaat emosional. Menggunakan tipe iklan *business to business* yaitu iklan yang tidak ditujukan langsung kepada konsumen umum melainkan perusahaan lain dan bertujuan menciptakan *corporate image* bagi perusahaan yang diiklankan. Konsep kreatif yang dijabarkan dalam tugas akhir ini meliputi analisis 5W+1H, *client brief*, *creative brief*, *copywriting*, dan *storyboard*. Pembuatan konsep kreatif tersebut ditujukan sebagai pedoman penulis dalam produksi iklan *audio visual*. Perencanaan teknis untuk memproduksi iklan *audio visual* menggunakan kamera Canon Power Shot SX 4 HS, laptop Asus untuk proses *editing* video, sony vegas pro sebagai *software editing*, drone DJI Phantom untuk mengambil gambar dari *angle* dari atas, dan *Taffware Condenser Microphone* untuk merekan suara yang digunakan untuk membuat *voice over*. Berdasarkan hasil wawancara dengan staf *marketing*, iklan ini akan dipasang di media *website* perusahaan dan *youtube*.
2. Hasil akhir dari perancangan dan pembuatan iklan *audio visual* untuk mempromosikan PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta ini adalah berupa iklan dalam bentuk *audio visual* yang berdurasi 1 menit 15 detik. Iklan ini mengangkat ide cerita mengenai alur proses pengiriman barang dari awal sampai peti kemas diangkut ke kapal dan kapal berangkat. Pada iklan tersebut penulis ingin menyampaikan pesan dan informasi kepada target *audience* mengenai PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta yang merupakan

perusahaan jasa EMKL dan *trucking* yang menawarkan jasa angkut melalui jalur laut menggunakan kapal laut dan jalur darat menggunakan truk dengan segala kelebihan yang dimiliki seperti harga yang bersaing, penggunaan sistem yang disebut Trakit, penggunaan GPS untuk pelacakan, dan komitmen. Dipadukan dengan jenis musik modern yang terkesan elegan dan atraktif. Tujuan diciptakannya musik ini adalah untuk mendramatisasi gambar dan mendukung alur cerita. Menggunakan *voice over* bermaksud untuk memperjelas isi pesan dari setiap *scene* dan tulisan yang ada di dalam iklan.

4.2 Saran

1. Lebih mendalami permasalahan yang terjadi di PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta khususnya promosi, akan membantu *advertiser* dalam mencari solusi dalam hal periklanan. PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta sebaiknya membuat *client brief* karena dokumen tersebut sangat penting untuk dijadikan pedoman apabila perusahaan ingin beriklan kembali. Untuk bagian *creative brief*, agar pesan – pesan yang ingin disampaikan dipertajam kembali dengan menggunakan berbagai konsep yang disesuaikan dengan target *audience* dan bagaimana sebaiknya disampaikan. Penyampaian isi pesan yang jelas merupakan salah satu faktor yang menentukan iklan efektif atau tidak sehingga penggunaan *copywriting* yang berkesan namun tidak meninggalkan pesan yang ingin disampaikan penting dilakukan agar target *audience* mengerti tentang makna atau isi pesan iklan tersebut. PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta juga harus menyadari bahwa di era digital ini memudahkan perusahaan dalam menjangkau pasarnya. Dengan memperbaiki atau *update* konten *website* secara kontinu, akan lebih menarik perhatian target untuk mempelajari dan memutuskan untuk menjalin kerjasama dengan PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta, sedangkan untuk *youtube*, sebaiknya PT Sarana Andalan Pasifik Jakarta memiliki akun tersendiri yang dikhususkan untuk melakukan program promosi.
2. Alur cerita sebaiknya dibuat bervariasi, lebih terfokus pada apa yang akan di tampilkan dan pesan apa yang akan disampaikan dalam iklan tersebut. Proses produksi harus direncanakan sangat matang mulai dari waktu, lokasi, dan peralatan. Hal tersebut penting dilakukan untuk menghindari

retake atau kurang *stock shot* dan memengaruhi kesuksesan sebuah produksi yang berdampak pada hasil karya.

