



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebuah pesan yang baik dapat dilihat dari cara penyampaian komunikasi yang benar dan mudah dimengerti oleh komunikannya. Dengan adanya proses komunikasi yang lancar, maka sebuah pesan akan dapat diterima dengan baik oleh penonton dan dapat mempengaruhi isi pikiran penonton.

Dalam penciptaan sebuah iklan sangat diperlukan komunikasi yang dapat mengkonstruksi pikiran penonton. Karena tujuan pembuatan iklan adalah bagaimana agar penonton yang menikmati iklan tersebut dapat tertarik dan mengikuti isi iklan tersebut. Dalam hal ini, sangat diperlukan komunikasi yang bersifat persuasif. Sebagaimana tujuan dari pembuatan iklan politik ini adalah sebagai media promosi pemerintah kepada masyarakat, agar masyarakat sekitar daerah kota Padang dapat memahami dan mengikuti peraturan yang disampaikan.

Selain komunikasi yang memiliki peranan penting dalam iklan, ada hal penting lainnya yang dapat menentukan iklan tersebut dapat diterima dengan baik atau tidaknya. *Mise en scene* merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi pikiran masyarakat terhadap iklan yang mereka tonton. *Mise en scene* merupakan segala sesuatu yang ditangkap dalam *frame* kamera. Empat macam hal yang masuk dalam *mise en scene* yaitu, setting,



kostum, *blocking*, dan pencahayaan. Keempat hal tersebut sangat memiliki peranan penting dalam menentukan perhatian audien pada iklan.

Kemudian, aspek yang juga dapat mempengaruhi dalam membentuk sebuah iklan yaitu, suara. Suara dapat berupa dialog, yang berfungsi untuk menyampaikan isi pesan melalui sepenggal cerita yang terjadi antara seorang ibu-ibu dan dua orang pemuda. Selain dialog, suara yang ikut membangun suasana cerita ini adalah efek suara burung. Dan penggalan lagu yang dijadikan sebagai pembuka dan penutup iklan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian mengenai pembahasan konstruksi pesan yang penulis angkat, penulis dapat memberikan yang mungkin berguna untuk kedepannya. Kepada peneliti selanjutnya yang akan mengangkat bahasan yang sama, agar program kajian yang dipilih lebih mengacu kepada jurusan yang diambil sesuai dengan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan. Kemudian metode yang digunakan dalam penelitian dengan bahasan yang hampir sama, peneliti selanjutnya lebih baik menggunakan metode penelitian kuantitatif, supaya peneliti dapat mengetahui hasil target dari objek penelitian.

Di dalam penelitian, data-data sangat diperlukan untuk mengupas dan membahas penelitian. Terutama data original yang kita dapatkan dari institusi atau pihak terkait dengan penelitian. Selain itu data yang diperlukan agar penelitian lebih valid yaitu sumber pustaka, atau jurnal yang

dapat dicari melalui pustaka daerah atau pun pustaka online. Selanjutnya, data yang diperlukan dokumentasi ataupun artikel yang terkait dengan penelitian yang akan diangkat.

Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang Hak Cipta Milik ISI Padangpanjang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin ISI Padangpanjang





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber
2. Pengutipan diperbolehkan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, serta karya tulis ilmiah lainnya
3. Dilarang memperbanyak, memperjualbelikan, menyebarkan sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seijin ISI Padangpanjang

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. *Imaji Media Massa*, Yogyakarta: Jendela, 2001
- Bungin, Burhan. *Konstruksi Sosial Media Massa*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Burton, Graeme. *Membincangkan Televisi*, Percetakan Jalasutra. Yogyakarta, 2007
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, PT. Grasindo Persada. 2012
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya. 2013
- Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: Lkis, 2001
- Jefkins, Frank. *Periklanan*, Jakarta: Erlangga, 1997
- Latief, Rusman dan Yusiatie Utud. *Siaran Televisi Nondrama*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010
- Pratista, Himawan. *Memahami Film*. Homarian Pustaka. Yogyakarta, 2008
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009
- Suhandang, Kustadi. *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi*. Bandung: Penerbit Nuansa, 2005
- Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Alfabeta. Bandung, 2002.
- Suyanto, M. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- William, Raymond. *Televisi*, Yogyakarta: Resist Book, 2009
- Winarno, Bondan. *Rumah Iklan*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara, 2008
- Sumber lain :**
Wawancara dengan Kabiro Inews TV, Agus Sulistyono. 1 Agustus 2017