



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan pengamatan, analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam mendesain poster, penulis sebagai yang belum berpengalaman, menghadapi tantangan yang tidak mudah yaitu berusaha bagaimana agar poster yang didesain dapat menarik perhatian orang yang membacanya, karena penulis menyadari bahwa tugas poster adalah mengundang perhatian audiens yang tengah bergerak atau sibuk, dan menyampaikan pesan secepat mungkin dalam hitungan detik, karena waktu baca begitu singkat.
2. Rangkuman kreatif atau *creative brief* adalah penting dan mutlak ada, karena merupakan jembatan antara strategi dengan kreatifitas, memberikan pandangan penting bagi penulis (tim kreatif) untuk menetapkan strategi.
3. Dalam merancang poster, penulis telah menggunakan elemen visual sebagai elemen kunci, yaitu elemen yang paling dominan yang memiliki daya pikat (*eye-catching*) paling kuat. Elemen teks mendukung elemen visual sehingga secara keseluruhan tampak menyatu, seimbang dan harmonis. Tidaklah tepat untuk menyampaikan informasi secara detail dan panjang-lebar lewat poster. Jika terdapat banyak informasi yang harus disampaikan lewat poster, desainer tetap harus menyisakan ruang kosong (white-space) yang tidak diisi elemen visual maupun elemen teks. Secara

visual, bidang kosong dapat memberi kelegaan pada mata untuk istirahat dan sekaligus menonjolkan pesan utamanya. Informasi yang berlebihan dan disusun berdesakan tentu kurang efektif, cenderung tidak menarik dan membingungkan pembaca.

4. Hal yang paling sulit adalah justru hal yang paling sederhana dari proses perancangan poster kampanye anti rokok ini, yaitu, “pesan”. Karena kecenderungan klien adalah ingin memasukkan sebanyak mungkin pesan. Dan di sebuah *Agency* pada umumnya “pesan” adalah hasil kolaborasi antara penulis naskah (*copywriter*) dengan *Art Director*, sedangkan penulis merasa belum berpengalaman dalam hal tersebut. Oleh karena itu penulis melakukan brainstorming (pencarian ide yang bebas) dalam sebuah kelompok di kampus.

## 5.2. Saran

Penulis menyarankan kepada Pimpinan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) agar menjalin kerjasama dengan lebih banyak perusahaan *advertising (advertising agency)*, bukan saja untuk dapat menerima mahasiswa yang melakukan kerja magang tetapi juga untuk mahasiswa yang sedang mengambil tugas akhir, agar para mahasiswa dapat merasakan dunia kerja yang sebenarnya.

Bagi para mahasiswa yang akan menyelesaikan tugas akhirnya, saran yang dapat penulis berikan adalah agar lebih percaya diri dalam menciptakan ide-ide kreatifnya karena percaya diri akan membangun motivasi dalam berkarya. Sangat penting juga adalah menentukan atau mengetahui arah atau sasaran yang jelas

yang akan dicapai dalam menciptakan suatu karya agar karya yang dihasilkan efektif bagi *target audience* yang ingin dicapai.

