

## 5. KESIMPULAN

Iklan memiliki peran krusial dalam mempromosikan produk atau jasa, berperan sebagai alat komunikasi untuk mempengaruhi konsumen. Dalam konteks iklan, Bahasa yang digunakan harus efektif dan komunikatif sehingga dapat membangun pengetahuan masyarakat terhadap produk yang dipromosikan. Penata artistik, sebagai bagian dari tim kreatif, memiliki peran penting dalam mewujudkan visi kreatif produksi iklan, menciptakan tata letak yang efektif untuk properti dan set. Pentingnya set dalam iklan mencerminkan keberhasilan visual suatu produksi. Set, baik yang dibangun maupun lokasi alam, harus dirancang dan dihiasi sesuai dengan kebutuhan adegan dan karakter. Desainer produksi, direktur seni, dekorator set, perias set, dan ahli properti adalah beberapa pihak yang berperan penting dalam menciptakan set yang mencerminkan atmosfer dan cerita yang diinginkan.

Penelitian ini membahas penerapan set dan properti dalam iklan produk bayi dengan fokus pada warna pastel. Warna pastel sering digunakan dalam produk anak-anak dan dipilih dalam iklan untuk mencapai keseimbangan visual yang ringan, lembut dan hangat. *Nursery room*, sebagai set iklan, dirancang untuk memberikan privasi kepada ibu yang merawat anak di bawah tiga tahun, khususnya dalam kegiatan seperti mengganti popok. Warna pastel, set, dan properti digunakan secara efektif dalam iklan produk salep bayi merek Bepanthen berjudul "*Boss Baby*." *Color palette* pastel yang dipilih menciptakan keseimbangan harmonis, sementara set *nursery room* memberikan latar yang sesuai dengan konsep iklan. Properti seperti kursi, *changing station*, *playmat*, *crib*, *badding*, *toys*, lemari, dan gantungan baju disesuaikan dengan color palette, menunjukkan perhatian terhadap detail dan koehsi visual.

Di sisi lain, iklan ini dapat ditingkatkan dengan menyampaikan informasi lebih tentang bahan kandungan utama produk secara implisit melalui representasi set dan properti. Sehingga iklan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk dan membuat iklan lebih efektif sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen.