BAB IV
KESIMPULAN

Dari hasil penelitian iklan baterai ABC “versi rumah hancur” dapat ditarik kesimpulan yaitu :

Dalam iklan baterai ABC terdapat berbagai cara pandang dan kesan yang berbeda ketika melihat iklan tersebut, dilihat dari sinopsis memiliki tujuan dan maksud yang berbeda serta tokoh keluarga yang sering di jumpai di kehidupan sehari-hari serta lokasi yang tidak memerlukan tempat, hanya sebatas di dalam rumah.

Kesan yang terjadi menyangkut penggunaan properti berorientasi pada pesan penggunaan visual yang digunakan dalam iklan baterai ABC. Terlihat iklan mengandung unsur kekerasan karena properti iklan seperti roket, helicopter, pedang serta pistol menyerupai sebenarnya jadi iklan tersebut bisa mengandung unsur kekerasan walaupun mainan itu tidak berbahaya tapi kesan yang melihatnya berbahaya.

Iklan dilihat dari angle sebuah gambar yang menunjukkan bagian yang cukup, seperti karakter wajah, memusatkan perhatian pada perasaan seseorang atau reaksi, untuk menunjukkan orang-orang dalam keadaan emosi kegembiraan, kesedihan atau kebahagiaan.

Mengacu pada pendapat Suyanto. 2004; I visual yang muncul dalam iklan baterai ABC merupakan salah satu dalam pemasaran produk, barang atau jasa. Baik penamaanya, pengemasannya, penetapan harga dan distribusi tercermin dalam kegiatan periklanan. Tanpa iklan, produk tidak akan mengalir secara lancar kepada distributor atau penjual, apalagi sampai ketangan konsumen.