

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI (TV COMMERCIAL)  
MACARONI ITALIAN STREET RESTO  
KOTA PADANG**

**JURNAL**

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang untuk Memenuhi Salah Satu  
Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:

**NORIS MAULANA PUTRA**  
NIM. 1202894/2012

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
Wisuda Periode Maret 2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**Jurnal**

**PERANCANGAN IKLAN TELEVISI (*TV COMMERCIAL*)  
*MACARONI ITALIAN STREET RESTO*  
KOTA PADANG**

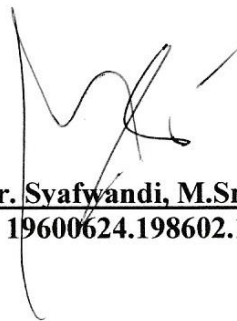
**Noris Maulana Putra**

Artikel ini disusun berdasarkan karya akhir Noris Maulana Putra untuk persyaratan wisuda periode Maret 2018 dan telah diperiksa/ditetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, 13 Februari 2018

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,



**Dr. Syafwandi, M.Sn.**  
NIP : 19600624.198602.1.003

Dosen Pembimbing II,



**Riri Trinanda, S.Pd., M.Sn.**  
NIP : 19801023.200812.1.1002

## ABSTRAK

Macaroni Italian Street Resto merupakan salah satu tempat kuliner di Kota Padang yang beralamat di Jalan Bandar Gereja No. 4 Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat. Berdiri sejak 5 April 2016 hingga sekarang dengan yang menawarkan makanan/minuman cipta rasa italian food dengan perpaduan selera Indonesia. Serta mempunyai struktur bangunan konsep klasik yang menggunakan material seperti kayu bekas dan barang bekas sebagai *furniture*.

Pemilihan iklan televisi sebagai karya akhir ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah perancangan promosi yang efektif dan efisien sesuai dengan kelebihan dari iklan televisi, yaitu dapat menjangkau sasaran yang luas. Selain itu, dengan adanya iklan televisi ini nantinya dapat memperkenalkan Macaroni Italian Street Resto sebagai makanan cipta rasa Italian Food yang murah/terjangkau oleh kalangan anak muda di Kota Padang. SWOT merupakan metode yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian dilanjutkan dengan metode analisis data dengan menggunakan analisis SWOT (strength, weakness, opportunities, threats). Selanjutnya menyimpulkan analisis data dan melakukan pendekatan kreatif (media utama dan pendukung). Dalam pembuatan perancangan iklan televisi Macaroni Italian Street Resto di Kota Padang ini penulis menampilkan pesan verbal dan visual bagi khalayak yang melihat promosi ini. Adapun perancangan iklan televisi ini dibuat menjadi 2 (dua) yaitu media utama dan media pendukung. Perancangan iklan televisi Macaroni Italian Street Resto ini, diharapkan dapat menciptakan positioning yang baik. Selain itu, diharapkan dapat menarik perhatian target audience khususnya kalangan anak muda di Kota Padang mengingat media promosi yang berbasis audio visual merupakan media yang sangat berpeluang dan berpengaruh besar dalam meningkatkan promosi.

Kata kunci : Café/Resto, Iklan Televisi, Macaroni Italian Street Resto

## ABSTRACT

Macaroni Italian Street Resto is one of the culinary places in Padang City which is located at Bandar Street No. 4 of Padang Barat, Padang City, West Sumatera. Established since April 5, 2016 up to now with that offer food/ beverage taste of Italian food with a blend of Indonesian tastes. And has a classic concept building structure that uses materials such as wood and used goods as furniture.

Selection of television advertising as the final work aims to produce an effective and efficient promotion design in accordance with the advantages of television advertising, which can reach a broad target. In addition, with this television ads will be able to introduce Macaroni Italian Street Resto as Italian food food taste creations are cheap / affordable by young people in the city of Padang. SWOT is a method used in doing data collection that is through observation, interview, and documentation. Then proceed with data analysis method by using SWOT analysis (strength, weakness, opportunity, threats). Further concludes data analysis and creative approach (mainstream and supporting media). In making the design of television advertising Macaroni Italian Street Resto in the city of Padang this writer displays verbal and visual messages for audiences who see this promotion. The design of television advertising is made into 2 (two) namely the main media and supporting media. The design of television advertising Macaroni Italian Street Resto this, is expected to create a good positioning. In addition, it is expected to attract the attention of the target audience, especially among young people in the city of Padang considering the media-based audio visual campaign is a very likely media and a big influence in promoting promotion.

Keywords: Café /Resto, Television Ads, Macaroni Italian Street Resto

## **PERANCANGAN IKLAN TELEVISI (TV COMMERCIAL)**

### **MACARONI ITALIAN STREET RESTO**

#### **KOTA PADANG**

Noris Maulana Putra<sup>1</sup>, Syafwandi<sup>2</sup>, Riri Trinanda<sup>3</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email: [norismaulana93@gmail.com](mailto:norismaulana93@gmail.com)

#### **ABSTRAK**

*Macaroni Italian Street Resto* merupakan salah satu tempat kuliner di Kota Padang yang beralamat di Jalan Badar Gereja No. 4 Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat. Berdiri sejak 5 April 2016 hingga sekarang dengan yang menawarkan makanan/minuman cipta rasa italian food dengan perpaduan selera Indonesia. Serta mempunyai struktur bangunan konsep klasik yang menggunakan material seperti kayu bekas dan barang bekas sebagai *furniture*.

Pemilihan iklan televisi sebagai karya akhir ini bertujuan untuk menghasilkan sebuah perancangan promosi yang efektif dan efisien sesuai dengan kelebihan dari iklan televisi, yaitu dapat menjangkau sasaran yang luas. Selain itu, dengan adanya iklan televisi ini nantinya dapat memperkenalkan *Macaroni Italian Street Resto* sebagai makanan cipta rasa Italian Food yang murah/terjangkau oleh kalangan anak muda di Kota Padang. SWOT merupakan metode yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian dilanjutkan dengan metode analisis data dengan menggunakan analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunities, threats*). Selanjutnya menyimpulkan analisis data dan melakukan pendekatan kreatif (media utama dan pendukung). Dalam pembuatan perancangan iklan televisi *Macaroni Italian Street Resto* di Kota Padang ini penulis menampilkan pesan verbal dan visual bagi khalayak yang melihat promosi ini. Adapun perancangan iklan televisi ini dibuat menjadi 2 (dua) yaitu media utama dan media pendukung. Perancangan iklan televisi *Macaroni Italian Street Resto* ini, diharapkan dapat menciptakan positioning yang baik. Selain itu, diharapkan dapat menarik perhatian target audience khususnya kalangan anak muda di Kota Padang mengingat media promosi yang berbasis audio visual merupakan media yang sangat berpeluang dan berpengaruh besar dalam meningkatkan promosi.

Kata kunci : Café/Resto, Iklan Televisi, *Macaroni Italian Street Resto*

---

<sup>1</sup>Mahasiswa penulis Karya Akhir Prodi Desain Komunikasi Visual untuk wisuda periode Maret 2018

<sup>2</sup>Pembimbing I, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

<sup>3</sup>Pembimbing II, dosen FBS, Universitas Negeri Padang.

## **A. PENDAHULUAN**

Saat ini perkembangan dunia teknologi di dunia semakin maju. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya inovasi dan terobosan baru di dunia digital. Salah satu perkembangan media digital adalah iklan. Iklan adalah suatu pesan tentang barang/jasa (produk) yang dibuat oleh produsen yang disampaikan lewat media cetak, audio dan elektronik yang ditujukan kepada masyarakat. Dunia pengiklanan di Indonesia saat ini dirasakan sudah maju dan berkembang. Banyak produk-produk yang terjual karena penayangan iklan pada suatu media digital sehingga menjadi daya tarik bagi pelaku usaha dalam meningkatkan hasil penjualan dari barang dan jasa yang diproduksinya. Iklan menjadi penting dalam dunia pemasaran dan promosi dari sebuah produk barang dan jasa. Minat konsumen dalam membeli sebuah produk dapat diraih dengan cara memampikan informasi yang jelas, menarik dan unik kepada konsumen yang melihatnya. Sayangnya, tidak semua pelaku usaha bisa membuat iklan yang kreatif sehingga tidak mendapatkan respon yang positif dari konsumen atau khalayak ramai.

Salah satu media yang bisa dijadikan tempat promosi adalah iklan televisi, dimana iklan televisi tersebut ini dijadikan pilihan utama masyarakat dalam hal untuk mencari dan mendapatkan sebuah informasi. Iklan televisi bisa digunakan sebagai media promosi dalam memperkenalkan dan menyebarkan informasi produk serta ajakan langsung kepada calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Oleh karena itu pelaku usaha harus kreatif dan inovatif dalam memperkenalkan sebuah produk melalui iklan televisi. *Content* yang ada di

dalamnya harus dibuat semenarik mungkin agar calon konsumen tertarik dan terpengaruh dalam melakukan pembelian produk yang diiklankan.

Di Kota Padang saat ini banyak ditemukan tempat-tempat kuliner seperti *Cafe*, *Resto*, Rumah Makan dan lain-lain. Tempat tersebut menyuguhkan makanan, minuman atau pun sebagai tempat beristirahat. Salah satu tempat kuliner yang saat ini menjamur dan diminati kalangan pemuda dan pemudi di Kota Padang adalah *Cafe dan Resto*. *Cafe dan Resto* di Kota Padang selain menyuguhkan hidangan juga menyediakan sebuah tempat yang menarik dan bisa dijadikan sebuah ciri khas dari tempat tersebut. Hal ini dapat memunculkan daya tarik bagi kalangan muda dalam membeli dan menikmati sebuah hidangan dari *cafe* dan *resto* tersebut, sehingga para pelaku usaha dituntut untuk berfikir kreatif dan inovatif untuk mengusung konsep-konsep menarik dan berbeda dari *Cafe* dan *Resto* yang sudah ada sebelumnya. Pelaku usaha pada umumnya terlebih dahulu mensurvei apa saja yang saat ini sedang menjadi *trend* di pasaran. Pada dasarnya masyarakat suka melihat hal-hal yang baru dan unik dari yang sudah ada sebelumnya.

Salah satu tempat *Resto* yang ada di kota Padang adalah *Macaroni Italian Street Resto*. *Makaroni Italian Street Resto* merupakan salah satu tempat usaha makanan *Italian Food* yang terletak di Jalan Bandar Gereja No. 4 Kecamatan Padang Barat, Kota Padang. *Macaroni Italian Street Resto* berdiri pada tanggal 5 April 2016 yang dimiliki oleh Dian Purnama Sari seorang warga Kota Padang yang memiliki jiwa *entrepreneur*. Dian Purnama Sari menyebutkan bahwa nama

*Macaroni Italian Street Resto* diambil berdasarkan jenis-jenis makanan dan minuman yang dihidangkan hampir mirip dengan *Italian food*.

Dian Permata Sari selaku pemilik *Resto* mengatakan bahwa selama ini media promosi yang telah dilakukan secara terbatas melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*, serta dari mulut ke mulut (*oral*) dan belum pernah dilakukan dengan media khusus, sehingga promosi yang dilakukan belum terlalu optimal. Pentingnya media promosi bagi sebuah usaha sangat dibutuhkan dalam strategi pemasaran yang dikenalkan kepada calon konsumen yang ditargetkan.

Berdasarkan survey lokasi resto, media promosi yang digunakan oleh pemilik resto tersebut jumlahnya sangat terbatas, ini disebabkan *Macaroni Italian Street Resto* yang baru berdiri pada tanggal 5 April 2016 hal tersebut berdampak sedikitnya jumlah pengunjung yang datang dan membeli makanan dan minuman yang dijual di resto tersebut, untuk itu perlu dibuatkan media promosi iklan televisi (*tv commercial*). Iklan televisi dianggap mampu bisa menambah keefektifan sebuah promosi dari usaha *Macaroni Italian Street Resto*. Keunggulan dari iklan televisi ini salah satunya bisa menjangkau khalayak luas.

## **B. METODE ANALISIS DATA**

### 1) Data yang Diperlukan

Data yang diperlukan untuk memulai perancangan dapat dibagi menjadi dua yaitu :

- a. Data primer yaitu wawancara dengan pemilik Makaroni Resto  
(Dian Purnama Sari)



- b. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia jadi hanya perlu mengumpulkannya dan menjadikan sebuah data yang valid dalam pembuatan media ini.

## 2) Metode Pengumpulan Data

### a. Wawancara

Wawancara yang dilakukan yaitu komunikasi langsung seperti dialog tanya jawab secara lisan, baik langsung atau tidak untuk mendapatkan data-data yang akurat mengenai resto, sehingga penulis mendapatkan informasi tentang beberapa informasi yang akan digunakan dalam perancangan Perancangan Iklan Televisi (*Tv Commercial*) *Macaroni Italian Street Resto* Kota Padang. Perancangan Iklan Televisi ini dilakukan melalui metode analisis data 5W+1H. Metode ini diperlukan untuk memperkuat dan menyempurnakan rancangan.

#### 1. *What* (Apa)

Apa permasalahan yang terjadi di *Macaroni Italian Street Resto* dilihat dari segi jual beli tidak mencapai target bulanan

#### 2. *Where* (Dimana)

Apakah tempat *Macaroni Italian Street Resto* terbilang tempat strategis atau tidak.

#### 3. *When* (Kapan)

Kapan *Macaroni Italian Street Resto* di buka.

#### 4. *Who* (Siapa Target Audien?)

Target audien adalah pemuda dan pemudi Kota Padang/pencinta kuliner.

5. *Why* (Mengapa)

Megapa *Macaroni Italian Street Resto* sepi pengunjung, karena pemilik resto tersebut kurang gencar mempromosikan dan keterbatasan media promosi

6. *How* (Bagaimana)

Dengan cara membuat iklan televisi untuk mempromosikan, merupakan salah satu cara yang efektif dalam meningkatkan jumlah konsumen/pengunjung di *Macaroni Italian Street Resto*, karena iklan televisi merupakan media yang memberikan informasi secara luas dan terjangkau kepada semua kalangan masyarakat.

### **C. KONSEP PERANCANGAN**

Media adalah penempatan atau alat yang berisi pesan kepada target *audience*. Pesan tersebut berupa informasi untuk masyarakat mengetahui memahami dan mengerti apa yang kita tawarkan.

#### **1. Media Utama**

Program kreatif dalam perancangan promosi *Macaroni Italian Street Resto* memperlihatkan kepada audien tentang *Macaroni Italian Street Resto* ini, yaitu memperlihatkan makanan yang ada pada resto ini. Dengan memberi penjelasan *Macaroni Italian Street Resto* berupa gambar dan narasi sehingga nantinya dapat meyakinkan target audien.

Pembuatan media utama dalam perancangan promosi *Macaroni Italian Street Resto* melalui media iklan televisi ini, ada beberapa proses agar hasil yang diciptakan dapat ditampilkan dengan baik.

#### **a. Tahap Pra Produksi**

Judul Perancangan : Perancangan Iklan Televisi (*Tv Commercial*)  
*Macaroni Italian Street Resto*.

Tujuan : Mempromosikan serta memberitahu keberadaan  
*Macaroni Italian Street Resto* kepada masyarakat  
Kota Padang.

Pokok Pembahasan : Iklan televisi *Macaroni Italian Street Resto*

Sasaran Umum : Masyarakat Kota Padang

Khusus : Kalangan anak muda

#### **b. Tahap Produksi**

Tahap produksi dilakukan pengambilan gambar yang cukup dilakukan di beberapa lokasi, kamera menggunakan beberapa teknik pengambilan gambar, mulai dari *shoot size* dan *camera movement*, dibutuhkan kejelian dalam pengambilan angle gambar karena pengambilan gambar dengan posisi berubah-ubah dibutuhkan konsentrasi lebih agar hasilnya memuaskan.

- 1) Pengaturan cahaya, menentukan penggunaan cahaya apakah sudah pas atau sesuai dengan yang di butuhkan dalam perekaman gambar.
- 2) Mencari posisi terbaik, pencarian posisi *angle* kamera yang terbaik merupakan hal yang sangat menentukan karena kita di tuntut untuk memilih waktu yang tepat dalam mengambil posisi perekaman.

3) Merekam Gambar, bila pencahayaan dan posisi yang terbaik telah didapatkan maka gambar telah bisa direkam.

### **c. Tahap Pasca Produksi**

Adapun tahap pasca produksi yang dilakukan adalah *editing* dan beberapa langkah dalam pengeditan media utama perancangan iklan televisi *Macaroni Italian Street Resto*.

#### **1) *Editing***

*Editing* adalah kegiatan pasca produksi yang berfungsi mengemas dan menata serta mengatur komposisi audio maupun visual untuk kemudian disusun rapi menjadi urutan cerita yang sesuai dengan skenario yang telah dibuat. Proses ini akan digunakan peralatan komputer dan perkakas penunjangnya. Proses *editing* menggunakan komputer sangat membantu proses kerja dan penciptaan efek grafis yang dapat menunjang komposisi dan keindahan gambar.

Ada beberapa hal yang terdapat dalam proses *editing*, diantaranya:

- a) *Dubbing vocal*, merupakan proses memasukkan rekaman suara yang sesuai dengan gambar yang berfungsi untuk memperjelas keterangan gambar atau video yang ditayangkan.
- b) Penambahan musik instrumen, proses ini dilakukan dengan musik yang disesuaikan dengan keadaan gambar.

## **2) *Mastering* atau *render***

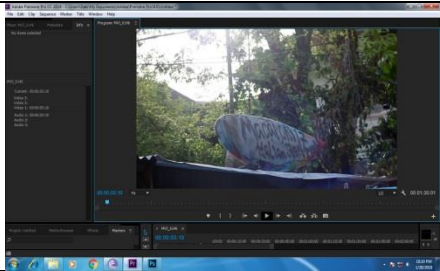



Merupakan proses terakhir dalam pembuatan iklan televisi *Macaroni Italian Street Resto* menjadi video yang formatnya bisa di jalankan oleh *media player*.


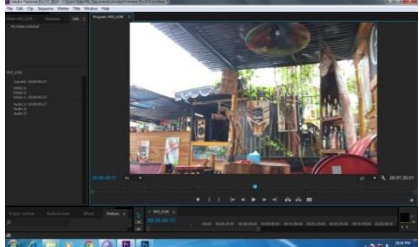


a. *Storyline*

No	Visual dan Jenis Shoot	Audio dan Durasi
1	<p>Lokasi : Halaman depan cafe Macaroni italian street resto</p> <p>(TD, PL)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Backsound</li> <li>- Dubbing : Macaroni italian street resto</li> <li>- 4 Detik</li> </ul>
2	<p>Lokasi : Dari halaman lalu masuk kedalam cafe memperlihatkan 2 model yang sedang duduk dan berbincang, dan memperlihatkan menu makanan yang ditulis manual di papan dengan kapur</p> <p>(PR, TS)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dubbing : Fasilitas tempat klasik dan unik</li> <li>- Backsound</li> <li>- 4 detik</li> </ul>
3	<p>Lokasi : Mengambil gambar makanan dan memperlihatkan 2 orang model yang sedang memilih makanan di daftar menu</p> <p>(CU, TS)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dubbing : Dengan menu masakan ala Italia</li> <li>- Backsound</li> <li>- 4 detik</li> </ul>
4	<p>Lokasi : Mengambil gambar pelayan cafe yang mengangkat nampan dengan tersenyum ramah memperlihatkan makanan dan minuman ala Italia yang siap disajikan</p> <p>(TU, MCU, CU)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dubbing : Pelayanannya ramah, harga terjangkau</li> <li>- Backsound</li> <li>- 4 detik</li> </ul>
5	<p>Lokasi : Mengambil gambar suasana di dalam cafe dengan memperlihatkan fasilitas cafe yang klasik dan unik</p> <p>(PR, MS)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dubbing : Nyaman untuk nongkrong dan ulang tahun</li> <li>- Backsound</li> <li>- 4 detik</li> </ul>
6	<p>Lokasi : Mengambil gambar 2 orang model yang sedang menikmati makanan dan minuman cafe macaroni Italian street resto.</p> <p>(CU)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Backsound</li> <li>- 4 detik</li> </ul>

<b>7</b>	<p><b>Lokasi : Memperlihatkan pelayan cafe yang sedang bekerja dan mengambil gambar halaman luar cafe dengan berisikan logo dan alamat tertera di bawah logo tersebut.</b></p> <p><b>(LS)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Dubbing : Beralamat di JL. Bandar gereja no.4 tepatnya di belakang SD Agnes</b></li> <li>- <b>Backsound</b></li> <li>- <b>5 detik</b></li> </ul>
<b>SELESAI</b>		

**b. Storyboard**

Scene	Jenis Shot	Visualisasi
<b>Scene 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Tilting Down</b></li> <li>- <b>Panning Left</b></li> </ul>	
<b>Halaman depan cafe</b>	<b>Moving</b>	
<b>Scene 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Panning Right</b></li> <li>- <b>Two Shoot</b></li> </ul>	
<b>2 model sedang berbincang</b>	<b>Moving</b>	
<b>Scene 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Close Up</b></li> <li>- <b>Two Shoot</b></li> </ul>	 
<b>Gambar makanan dan 2 model sedang memilih menu</b>	<b>Moving</b>	

<b>Scene 4</b>	- Tilt Up - Medium Close Up - Close up Moving	
<b>Scene 5</b>	- Panning Right - Mid Shoot Moving	
<b>Scene 6</b>	Close Up Moving	
<b>Scene 7</b>	Long Shot Moving	

## 2. Media Pendukung

### a. Iklan Media Sosial

Iklan tersebut akan diposting melalui sosial media seperti *Youtube*, *Facebook*, *Instagram* dan lain-lain dengan durasi kurang lebih 1 menit 30 detik.





b. *Xbanner*

*Xbanner* merupakan salah satu media promosi yang sering digunakan, biasanya ditempatkan di dalam maupun luar ruangan yang telah dirancang sebaik mungkin. Sehingga dapat dimengerti dan mudah dipahami oleh pengunjung.

Ukuran : 60 cm x 160 cm

Warna : *Full Colour*



c. *Apron*

*Apron* atau biasa yang disebut dengan celemek merupakan sebuah aksesoris dapur yang diikat di pinggang atau dileher bahkan hampir menutupi badan yang berfungsi untuk melindungi saat bekerja.

Teknik media : Sablon

Ukuran : P = 80 cm L = 60 cm

Warna : Hitam

Pembuatan : 2 buah

Material : Kain Maksi

Harga : Rp. 110.000



d. Piring merupakan media promosi yang cukup baik, karena piring ini digunakan untuk meletakkan berbagai jenis makanan yang nantinya akan disuguhkan kepada konsumen.

Ukuran : 9 cm  
Warna : Putih  
Pembuatan : 3 buah  
Material : Keramik  
Harga : Rp. 120.000  
Tehknik Media : Sablon



e. Mug

Mug merupakan sejenis cangkir yang umum digunakan untuk minum.

Mug ini nantinya akan menambah keefektifan sebuah promosi.

Ukuran : P = 13,2 cm, L.a = 8,9 cm dan L.b = 5,7 cm

Warna : Putih

Pembuatan : 3 buah

Material : Keramik

Harga : Rp. 110.000

Tekhnik Media : Sablon Digital



f. Daftar Menu

Daftar menu merupakan daftar jenis-jenis nama makanan dan minuman yang biasa ditawarkan beserta harganya yang bisa dilihat oleh pengunjung *Macaroni Italian Street Resto*.

- Ukuran : A4
- Warna : *Full Colour*
- Pembuatan : 3 buah
- Material : *Glossy Papper*
- Harga : Rp. 18.000
- Tehknik Media : *Print out digital*



g. Baju Kaos

Baju Kaos dengan tulisan *Macaroni Italian Street Resto* akan dipakai oleh pekerja/pelayan resto

Warna : Putih

Pembuatan : 2 helai

Harga : Rp. 120.000



## D. PENUTUP

### a. Kesimpulan

Dari hasil hasil “**Perancangan Iklan Televisi (TV Commercial)** *Macaroni Italian Street Resto* penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam memproduksi sebuah iklan televisi, diperlukan sebuah perancangan awal yang meliputi pembuatan *storyline* dan *storyboard* agar proses produksi iklan tersebut dapat berjalan dengan lancar.
2. Untuk membuat iklan televisi melalui 3 tahap yaitu tahap praproduksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi.

3. Media visual seperti iklan televisi merupakan media yang cukup efektif dalam proses promosi karena target dapat melihat dan mengenal lebih dekat.
4. Dengan dibuatnya media promosi berupa iklan ini, *Macaroni Italian Street Resto* semakin dikenal masyarakat luas/kalangan anak muda.
5. Dengan dibuatnya iklan seperti ini, *Macaroni Italian Street Resto* akan berdampak bertambahnya pemasukan/pendapatan perhari/perbulan.

#### **b. Saran**

Proses yang panjang dalam pembuatan media promosi dalam bentuk iklan televisi untuk *Macaroni Italian Street Resto*, namun kesempurnaan media ini belum terpenuhi, oleh sebab itu penulis memberikan beberapa saran, antara lain:

1. Iklan televisi yang baru saja selesai dibuat ini masih bisa dikembangkan antara lain pada bagian efeknya sehingga akan menjadi lebih menarik dan mudah diingat oleh penonton.
2. Dapat menjadi batu loncatan dan bahan pertimbangan bagi pengelola *Macaroni Italian Street Resto* untuk terus mencari metode baru yang lebih baik lagi dalam mengembangkan usahanya.
3. Dalam pembuatan iklan pengeditan harus memperhatikan keserasian antara gambar, suara, *background* serta narasi.

4. Bagi para pengembang periklanan selanjutnya, ada baiknya menaruh perhatian lebih pada kualitas iklan itu sendiri selain selalu terfokus pada efektif dan efisiensinya suatu periklanan.

#### **E. Daftar Rujukan**

- Fachruddin, Andi. 2012. *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi.
- Kusrianto, Adi. 2010. *Pengantar Tipografi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Martayasa, I Gede Agus. 2012. *Food & Beverage Service Operational*. Yogyakarta: Andi.