

## BAB V

### PENUTUP

#### A. SIMPULAN

Berdasarkan serangkaian uraian-uraian yang telah dikemukakan oleh penulis dalam bab sebelumnya tentang nilai-nilai edukasi dalam iklan (analisis semiotika iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure*) pada Media Televisi, dalam bab ini peneliti membuat suatu ringkasan yang berupa simpulan mengenai hal-hal yang diuraikan sebelumnya. Hal tersebut untuk mempermudah dalam menganalisa nilai-nilai yang terkandung dalam iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure*, dan disini peneliti uraikan secara garis besar sebagai berikut:

1. Penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) nilai-nilai edukasi dalam iklan Nutrilon Royal 3-*Life Is An Adventure* bersifat atomistis. Konsep ini melihat bahwa makna muncul ketika ada hubungan yang bersifat asosiasi atau in absentia antara ‘yang ditandai’ (*signified*) dan ‘yang menandai’ (*signifier*).
2. Makna penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) nilai-nilai edukasi dalam iklan Nutrilon Royal 3- *Life Is An Adventure* adalah produsen iklan menyiratkan bahwa produk mereka membantu membentuk generasi dengan jiwa yang besar dan petualang sehingga bisa menggapai cita-cita yang diinginkan. Mengapa *life is an adventure* karna iklan nutrilon terbaru ini penuh dengan makna yang tersirat yang

ingin memotivasi anak-anak serta ibu-ibu untuk menggapai impian dengan berpetualangan.

3. Nilai-nilai edukasi iklan Nutrilon Royal *3-Life is An Adventure* pada media Televisi ini sangat mengesankan bagi penikmat iklan yang menontonnya, iklan yang sangat mendidik, cocok untuk semua kalangan, di setiap slidennya mengandung makna pendidikan/edukasi khususnya untuk anak-anak. Adapun nilai-nilai pendidikan (edukasi) yang dapat ditemukan dalam iklan Nutrilon Royal *3-Life is An Adventure* adalah sebagai berikut.

- a. Nilai Edukasi Religius

Nilai-nilai pendidikan religius yang terkandung dalam iklan Nutrilon Royal *3-Life is An Adventure* adalah jelas. Tidak ada sikap atau apapun yang melenceng dari syariat. Tingkah polah anak kecil wajar dalam iklan tersebut. Bagi seorang anak kecil, berpetualang untuk mencari jati diri merupakan bagian dari karya seni dimaksudkan agar penikmat karya tersebut mendapatkan renungan-renungan batin dalam kehidupan yang bersumber pada nilai-nilai agama.

- b. Nilai Edukasi Moral

Dari iklan Nutrilon Royal *3-Life is An Adventure* yang menampilkan tingkah polah anak-anak yang alamiah muncul dalam diri mereka, nilai pendidikan moral yang terkandung adalah lebih

mendidik anak-anak untuk menjadi pribadi yang mandiri dan tidak bergantung pada orang tua semata.

c. Nilai Edukasi Sosial

Dari iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure*, nilai pendidikan sosial yang muncul dengan menyaksikan iklan tersebut adalah produk Nutrilon ini lebih bersosialisasi kepada masyarakat terutama kepada para ibu-ibu rumah tangga yang ingin menjadikan anak-anaknya berkepribadian mandiri.

d. Nilai Edukasi Budaya

Nilai-nilai pendidikan budaya yang terkandung dalam iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure* adalah nilai kejujuran, patriotisme, persaingan, harmonis dan kerjasama. Maksudnya, produk Nutrilon ini ingin menampilkan kejujuran dari tingkah laku anak-anak dalam iklan. Patriotisme maksudnya, produk ini ingin membuat anak-anak memiliki sikap yang berani, pantang menyerah dan rela berkorban demi bangsa dan negaranya. Persaingan maksudnya, produk ini ingin bersaing secara sehat dan murni. Harmonis dan kerjasama maksudnya, ingin menjadikan masyarakat ini menjadi lebih harmonis lagi dan saling bekerja sama dalam hal apapun terutama mencerdaskan generasi muda.

## B. REKOMENDASI

Dari hasil analisis data mengenai model temuan penelitian dan teori-teori yang dijadikan sebagai landasan operasional dan pembahasan penelitian ini, dapat direkomendasikan beberapa hal sebagai berikut:

### 1. *Rekomendasi untuk masyarakat pada umumnya*

Iklan Nutrilon Royal 3-*Life is An Adventure* terbukti telah menarik masyarakat, karena nilai-nilai yang terkandung di dalamnya, masyarakat dapat terlibat langsung baik dalam menentukan kebutuhan belajar maupun dalam kegiatan pembelajaran itu sendiri. Di samping itu masyarakat juga dapat menggunakan makna iklan tersebut sebagai pembentuk pribadi anak. Penulisan skripsi ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi mengenai analisis semiotik iklan Nutrilon Royal 3-*Life Is An Adventure* bagi masyarakat.

Penulisan skripsi ini juga diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada para pembaca terkait dengan analisis semiotik iklan Nutrilon Royal 3-*Life Is An Adventure*.

### 2. *Rekomendasi bagi Penelitian Lanjutan*

Rekomendasi ditujukan kepada peneliti lanjutan terutama dalam pengembangan program pendidikan analisis semiotik dan dapat digunakan sebagai wawasan dalam mengembangkan teori komunikasi yang dalam penelitian ini lebih dikhususkan pada bidang semiotika komunikasi.

### *3. Rekomendasi bagi praktisi pembuat iklan*

Untuk dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi para praktisi pembuat iklan agar dapat membuat iklan yang lebih kreatif, syarat makna dan sesuai dengan etika budaya masyarakat serta dapat digunakan sebagai salah satu pendukung evaluasi kelebihan dan kekurangan iklan yang telah dibuat sebelumnya, sehingga untuk kedepannya dapat menghasilkan iklan yang lebih berkualitas.