BAB V
SIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Iklan susu bubuk Milo pada media cetak khususnya dalam majalah Bobo, dapat dilihat dari setiap kategori memiliki ciri khas dalam penyampaian pesan kepada khalayak sasaran khususnya anak-anak, baik secara visual, *tagline, bodycopy,* maupun elemen-elemen grafis lainnya dalam membentuk suatu pesan yang komunikatif yang mudah diingat dan dipahami oleh khalayak sasaran. Setelah melakukan penelitian terhadap tiga kategori iklan susu bubuk Milo pada majalah Bobo, maka dapat disimpulkan:

1. Anatomi iklan susu bubuk Milo yang menampilkan *product shot* tersusun atas, *headline, bodycopy, product shot,* dan *baseline*, yang ke semua unsur tersebut saling berkaitan satu sama lainnya dalam menciptakan pesan yang mudah dipahami oleh khalayak sasaran khususnya anak-anak.

   Relasi antar tanda yang dibangun dalam iklan susu bubuk Milo yang menampilkan *product shot* menampilkan tanda-tanda yang dipadukan dengan elemen-elemen grafis lainnya seperti warna, *background*, dan garis yang tanda tersebut memiliki fungsi masing-masing dalam membangun dan menciptakan pesan iklan yang komunikatif.

   Pesan yang terkandung dalam iklan susu bubuk Milo yang menampilkan *product shot* nya yaitu melatih perkembangan otak dan sistem motorik anak dalam melakukan suatu tindakan. Iklan susu bubuk Milo ini menggunakan daya tarik positif/rasional dalam menarik para khalayak sasaran khususnya anak-anak yang masih dalam masa perkembangan.

2. Anatomi iklan susu bubuk Milo versi tips olahraga tersusun atas, *headline, visual, bodycopy,* dan *baseline*. Dari ke empat unsur anatomi ini yang paling menonjol terletak pada unsur *bodycopy* karena dalam *bodycopy* nya di dominasi oleh teks yang berisikan informasi tips olahraga khususnya olahraga sepak bola.

Relasi antar tanda iklan susu bubuk Milo versi tips olahraga tersusun berdasarkan tanda-tanda yang banyak di dominasi oleh teks dibandingkan dengan visual. Tanda-tanda tersebut tersusun berdasarkan tema yang diangkat dalam iklan susu bubuk Milo versi tips olahraga, yang memiliki fungsi masing-masing yang berbeda dalam mengemas pesan sehingga tercipta pesan yang efektif dan komunikatif.

Pesan yang terkandung dalam iklan susu bubuk Milo versi tips olahraga yaitu melakukan tindakan atau kegiatan fisik seperti berolahraga khususnya olahraga sepak bola. Iklan susu bubuk Milo ini menggunakan daya tarik positif/rasional dalam membujuk khalayak sasaran untuk mengkonsumsi produk susu bubuk Milo.

3. Anatomi iklan susu bubuk Milo versi komik tersusun atas, *headline, visual, bodycopy,* dan *baseline*. Dari ke empat unsur anatomi tersebut, anatomi yang paling menonjol terletak pada unsur visual yang menampilkan karakter, baik karakter anak-anak maupun karakter orang tua yang sangat ekspresif dan komunikatif.

   Relasi antar tanda iklan susu bubuk Milo versi komik tersusun berdasarkan tanda-tanda, yang secara garis besar menampilkan karakter-karakter. Tanda tersebut ditunjang juga dengan elemen-elemen visual pendukung yang dapat membangun suasana dan kondisi menjadi lebih hidup dan komunikatif. Tanda-tanda tersebut dikemas semenarik mungkin untuk mudah dipahami oleh anak-anak karena secara umum anak-anak menyukai cerita bergambar atau komik.

   Pesan yang terkandung dalam iklan susu bubuk Milo versi komik yang berupa narasi cerita mengandung makna positif dalam melakukan tindakan atau kegiatan yang berfungsi untuk membangun mental dan perkembangan anak, khususnya dalam hal ini kegiatan mengunjungi Mercusuar. Iklan susu bubuk Milo ini menggunakan daya tarik emosional dalam membujuk khalayak sasaran untuk mengkonsumsi produk susu bubuk Milo, karena

dengan daya tarik emosional akan membangun psikologis dan mental anak dalam melihat dan membaca suatu iklan versi komik.

Dari ketiga kategori yang disimpulkan di atas, maka dapat diambil kesimpulan secara menyeluruh bahwa iklan susu bubuk Milo pada media cetak khususnya dalam majalah Bobo, menekankan pada aspek aktivitas baik fisik maupun mental dalam menarik perhatian khalayak sasaran khususnya anak-anak, yang berfungsi untuk menumbuhkan perkembangan otak dan mental anak dalam hal berfikir dan mengambil keputusan di dalam kehidupannya sehari-hari.

5.2 Saran

Dalam iklan susu bubuk Milo ini masih banyak lagi makna-makna yang terkandung dalam iklan tersebut yang bukan wilayah untuk diteliti oleh penulis. Maka dari itu bagi peneliti lain yang ingin mengkaji iklan susu bubuk Milo, alangkah baiknya mengkaji narasi-narasi cerita iklan susu bubuk Milo lebih mendalam yang bukan wilayah penulis dalam melakukan penelitian ini. Sehingga manfaat yang didapatkan akan menambah wawasan bagi setiap peneliti dalam hal mengkaji suatu iklan dalam melakukan penelitiannya.