



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**MAKNA PESAN EDUKASI IKLAN S26 PROCAL
GOLD VERSI DARI BELAJAR JADI HEBAT
(Analisis Semiotik Model Charles Sander Peirce)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Asrori Zain Musthofa
NIM. B06216007

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya 2020

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawa ini:

Nama : Asrori Zain Musthofa

NIM : B06216007

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi Hebat (Analisis Semiotik Model Charles Sander Peirce)* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya , 2 Mei 2020

Yang membuat pernyataan



Asrori Zain Musthofa

NIM B06216007

Persetujuan Dosen Pembimbing

Nama : Asrori Zain Musthofa

NIM : B06216007

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold
Versi Dari Belajar Jadi Hebat (Analisis
Semiotik Model Charles Sander Peirce)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 5 Juni 2020

Menyetujui

Pembimbing,



Dr. Hj. Lilik Hamidah, M.Si

NIP. 197312171998032002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

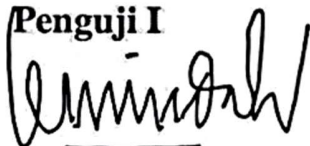
Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi
Hebat
(Analisis Semiotik Model Charles Sander Peirce)

SKRIPSI

Disusun Oleh
Asrori Zain Musthofa
B06216007

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Srata Satu Pada
tanggal...
Tim Penguji

Penguji I



Dr. Lilik Hamidah, S.Ag, M.Si
NIP. 196811051995032001

Penguji II



Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag
NIP. 196004121994031001

Penguji III



Dr. Ali Nurdin, S.Ag. M.Si
NIP. 197106021998031001

Penguji IV



Imam Maksum, M.Ag
NIP. 197306202006041001



Surabaya,
Dekan,
Dr. H. Asadun Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Asroni Zain Musthofa
NIM : B06216007
Fakultas/Jurusan : Da'wah dan komunikasi / Ilmu komunikasi
E-mail address : asroni.zain0906@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Maana Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi Hebat (Analisis Semiotik Model Charles Sander Peirce)

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 November 2020

Penulis

(Asroni Zain Musthofa)
nama terang dan tanda tangan

Abstrak

Asrori Zain Musthofa, B06216007, Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi Hebat (Analisis Semiotik Model Charles Sander Peirce)

Kata Kunci : Makna Pesan Edukasi, Iklan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan dan memberikan analisa kritis makna pesan edukatif iklan S26 procal Gold versi dari Belajar Jadi Hebat

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma kritis, dimana pendekatan ini merupakan salah satu pandangan terhadap realitas sosial yang diliput rasa kritis terhadap suatu peristiwa yang terjadi. Penelitian ini juga menggunakan jenis semiotik Charles Sander Peirce. Dan Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi dengan mengamati langsung Iklan S26 Procal Gold versi dari Belajar Jadi Hebat.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa makna pesan edukasi yang terkandung dalam iklan S26 Procal Gold adalah (1) Peran dari seorang ibu yang dibutuhkan oleh untuk membantu mengembangkan bakat dan potensi yang dimiliki oleh anak, (2) Setiap anak akan menjadikan ibunya sebagai inspirasi dalam kehidupan anak, (3) Peran seorang ibu dalam mendukung pendidikan anak dengan cara memberikan fasilitas pendidikan terbaik guna anak dapat berkembang dan memiliki prestasi.

Abstract

Asrori Zain Musthofa, B06216007, The Meaning of Education Message Advertising S26 Procal Gold Version of Learning Becomes Great (Semiotic Analysis of Charles Sander Peirce's Model)

Keywords: Meaning of Educational Message, Advertising

This study aims to determine and describe and provide a critical analysis of the meaning of the educational message S26 Procal Gold advertisement version of Learning So Great

This study uses a critical paradigm approach, where this approach is one of the views of social reality that is covered by a critical sense of an event that occurs. This study also uses the type of semiotic Charles Sander Peirce. And data collection techniques using the method of documentation by directly observing the S26 Procal Gold Ad version of Learning Become Great.

From the results of this study it was found that the meaning of the educational message contained in the S26 Procal Gold advertisement was (1) The role of a mother needed by it to help develop the talents and potential of the child, (2) Every child would make his mother an inspiration in child's life, (3) The role of a mother in supporting children's education by providing the best educational facilities for children to develop and have achievements.

المخلص

أسراري زين مصطفى، B٠٦٢١٦٠٠٧، معنى الرسالة التربوية في دعاوة س ٢٦ بروكال كولد على وجهة نظر من التعلم تكن حازما (التحليل السيميوطيقي لتشارلز ساندرز بيرس).

الكلمات المفتاحية: معنى الرسالة، الدعاوة

هدف هذا البحث للمعرفة والوصف والقيام بالتحليل النقدي في معنى رسالة دعاوة س ٢٦ بروكال كولد على وجهة نظر من التعلم تكن حازما. استخدم هذا البحث منهج النموذج النقدي، حيث كان هذا المنهج هو أحد الآراء للحقائق الاجتماعية مشتمل على الذوق النقدي لحادث ما حدث. استخدم المنهج السيميوطيقي لتشارلز ساندرز بيرس. أما من حيث طريقة جمع البيانات، استخدم طريقة الوثائق بالملاحظة المباشرة بدعاوة س ٢٦ بروكال كولد على وجهة نظر من التعلم تكن حازما.

ومن نتائج البحث، وجدت أن معنى الرسالة التربوية في دعاوة س ٢٦ بروكال كولد منها (١) يحتاج دور الأم لمساعدة نمو الموهبة والتفوق يملكهما أولادها، (٢) يعتبر الأولاد أهم مصدر إلهامه وقوة في حياتهم، (3) دور الأم في دعم تعليم أولادها على طريق تجهيز أفضل الوسائل التعليمية لتكون أولادها نامًا ومنجزًا.

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN (SAMPUL)	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Konsep.....	6
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II : KAJIAN TEORI	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Makna Pesan Edukasi	13
2. Iklan	16
3. Analisis Semiotik Charles S Pierce.....	21
4. Teori Referensial	22
5. Prespektif Islam	24
B. Kerangka Pikir Penelitian	26
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	27
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
B. Unit Analisis	34

C. Jenis dan Sumber Data.....	35
D. Tahap-Tahap Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	39
1. Subjek Penelitian.....	39
a. Profil PT Wyeth.....	39
b. Iklan S26 Procal Gold	42
c. Alur Cerita Iklan.....	45
2. Objek Penelitian	55
B. Penyajian Data	56
C. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Temuan Penelitian.....	64
2. Prespektif Teori.....	73
3. Prespektif Islam.....	77
BAB V : PENUTUP	
A. Simpulan	80
B. Rekomendasi	81
C. Keterbatasan Penelitian.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
BIOGRAFI PENELITI	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Penelitaian Terdahulu.....	26
Tabel 1.2 Kajian Penelitaian Terdahulu.....	27
Tabel 1.3 Kajian Penelitaian Terdahulu.....	28
Tabel 1.4 Kajian Penelitaian Terdahulu.....	29
Tabel 1.5 Kajian Penelitaian Terdahulu.....	30
Tabel 1.6 Kajian Penelitaian Terdahulu.....	31
Tabel 1.7 Kajian Penelitaian Terdahulu.....	31
Tabel 4.1 Pemeran Iklan	41
Tabel 4.2 Penyajian Data	42
Tabel 4.2 Penyajian Data	52
Tabel 4.2 Penyajian Data	57
Tabel 4.2 Penyajian Data	58

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir	25
Bagan 1.1 Teknik Analisis Data	35

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sesuatu yang mengandung arti didalam suatu kata dapat disebut makna. maka makna dengan bendanya sangat berkesinambungan dan saling memiliki hubungan. Jika suatu kata tidak dapat berkesinambungan dengan bendanya maka kita tidak dapat memperoleh makna tersebut.

Pesan komunikasi merupakan adalah suatu yang disampaikan melalui komunikator yang ditujukan kepada komunikan . sebuah pesan dapat tersampaikan dengan cara bertatap muka secara langsung atau menggunakan bantuan media. Pesan biasanya berupa Informasi, ilmu, ataupun Pengetahuan. Pada dasarnya pesan bersifat abstrak , dan untuk memahaminya manusia menciptakan dengan akal berupa suara, mimik, gerakan, dan bahasa tulisan.

Edukasi adalah suatu hal yang memiliki tujuan untuk mengajarkan seseorang mengenai hal-hal yang bersifat pengetahuan , yang berguna untuk perkembangan hidup penerima pesannya.

Pada zaman modern ini, komunikasi menjadi peranan penting terutama dalam menyampaikan informasi dari satu orang ke orang lainnya. Media massa pada saat ini telah menjadi salah satu sarana yang penting sebagai media penyampai sebuah pesan atau informasi kepada khalayak. Komunikasi yang menggunakan media massa dapat juga diartikan sebagaiai komunikasi masa. Komunikasi massa merupakan suatu proses komunikasi yang disampaikan dari komunikator menggunakan media massa untuk

menyebarkan pesan kepada khalayak secara luas. Komunikasi massa ini melibatkan komunikasi yang berjumlah banyak, dan bersifat luas. Oleh karena itu, supaya pesan tersampaikan dan diterima secara menyeluruh dengan waktu yang bersamaan maka dari itu dapat menggunakan media massa seperti radio, surat kabar ataupun Televisi.

Televisi telah menjadi media massa yang paling diminati dan disukai bagi semua kalangan masyarakat, baik dari kalangan orang tua maupun remaja, pria maupun wanita, bahkan kalangan anak-anak juga meminati. Pada-era saat ini televisi dianggap menjadi salah satu media yang paling efektif untuk menarik perhatian konsumen dikarenakan memiliki sifat mampu menjangkau masyarakat luas. Selain itu media televisi yang memiliki sifat yang terbentuk dari sebuah audio maupun sebuah visual yang digabungkan, dimana hal tersebut menjadi sebuah minat tersendiri untuk kalangan masyarakat. Televisi juga merupakan media massa yang memiliki fungsi salah satunya adalah untuk digunakan mengiklankan suatu produk maupun jasa.

Iklan merupakan unsur penting dalam siaran televisi, hal ini karena iklan merupakan salah satu sarana komunikasi yang digunakan pemilik produk atau penyedia jasa kepada masyarakat luas yang tujuannya memasarkan apa yang mereka miliki.

Pengertian iklan itu sendiri adalah suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk menggiring opini dan membujuk masyarakat untuk mengambil keuntungan bagi pihak pembuat atau pemilik iklan. Pengertian iklan dinyatakan oleh Masyarakat Periklanan Indonesia yakni segala bentuk pesan yang dibuat untuk mengenalkan suatu produk dimana pesan tersebut akan disampaikan melalui media yang ditujukan kepada seluruh

masyarakat luas. Dalam menanamkan makna simbolik dengan bahasa visualisasi serta menyampaikan ide, sebagai salah satu jenis teknik komunikasi massa, iklan berperan penting dalam hal tersebut. Selain itu, iklan juga berperan penting untuk menyebarkan nilai-nilai tertentu dalam masyarakat.

Sedangkan, periklanan memiliki arti membayar komunikasi massa dengan tujuan menciptakan suatu kesadaran, mengembangkan suatu sikap, atau adanya tindakan yang menguntungkan bagi si pemilik ataupun pembuat iklan tersebut. Sehingga iklan tidak sekedar menarik minat dari si calon konsumen akan tetapi juga bagaimana iklan disampaikan tepat dengan sasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa yang akan diiklankan.²

Tujuan Periklanan yaitu meyakinkan konsumen dan calon konsumen pada produk yang dimiliki agar menciptakan rasa ketertarikan, selain itu periklan juga dapat memberikan informasi tentang produk dan jasa yang dimiliki dari suatu perusahaan. Perusahaan atau pengguna jasa iklan lebih memilih beriklan di media massa untuk mempromosikan barang atau jasa yang dimiliki, karena beriklan di media massa saat ini dinilai lebih praktis dan tepat dari segi pengeluaran dana untuk mencapai komunikasi dengan jumlah yang besar.

PT. Wyeth Nutrition merupakan pengembang produk nutrisi berkualitas premium yang dirancang secara ilmiah untuk memenuhi kebutuhan anak-anak, ibu menyusui, dan ibu hamil. Sebagai pelopor dalam ilmu gizi anak-anak, PT. Wyeth Nutrition memiliki misi untuk memberikan dukungan nutrisi terbaik untuk hasil

² Muhammad Jaiz. *Dasar-Dasar Periklanan*, (Yogyakarta : Graha ilmu, 2014), 4.

yang sehat di masa depan. PT. Wyeth Nutrition telah meningkatkan penelitian ilmiah, manufaktur kelas dunia dan standar keamanan produk untuk menawarkan kepercayaan kepada orang tua dan mendukung masa depan anak yang sehat.

Iklan S26 Procal Gold dari PT. Wyeth Nutrition ini sudah membantu dan mempopulerkan iklan dengan berbagai konten yang menarik pada saat ini. Iklan yang berdurasi 30 detik ini memberikan kesan tersendiri bagi khalayak, khususnya bagi para ibu yang memiliki anak. Dalam cuplikan iklan tersebut terdapat seorang ibu yang sedang membimbing dan mengawasi anak perempuannya dimasa pertumbuhan anak. Hingga akhirnya 4 tahun kemudian anak tersebut mendapatkan prestasi Young Designer Of The Year (Desainer muda tahun ini).

Antara orang satu dengan yang lainnya memiliki persepsi serta penilaian yang berbeda dalam memaknai suatu pesan. Agar iklan dapat dinilai dalam bentuk kreativitas pembuat atau sang kreator iklan, pesan pada iklan dibuat semenarik mungkin, yang yang dimana penonton harus memaknai representasi suatu kejadian.

Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi Hebat ini selain sebagai menarik masyarakat pada produknya, tapi dalam pesan yang disampaikan tidak sekedar pesan dalam konteks produk tersebut, namun dalam iklan ini sendiri juga terdapat makna pesan yang lain nya, yaitu pesan edukatif untuk seorang ibu agar memberikan nutrisi yang terkandung dalam susu formula tersebut dan memberikan bimbingan dan kepada anak diusia pertumbuhan, agar potensi dalam diri seorang anak dapat terus berkembang.

Iklan ditelevisi melibatkan tanda ataupun kode pada pembuatannya, setiap iklan juga akan menjadi tanda atau

signs, yang artinya iklan bisa disebut juga sesuatu yang menciptakan suatu makna. Demikian juga yang dilakukan oleh PT. Wyeth Nutrition, untuk memperkenalkan produknya PT. Wyeth Nutrition mempromosikan produknya menggunakan iklan sebagai media promosi mereka.

Semua iklan tidak selamanya menceritakan tentang bagaimana produk itu bisa segera dibeli oleh konsumen. Namun beberapa diantaranya juga ingin menyampaikan isi kandungan sebuah makna pesan apa yang ada dalam iklan yang dibuat. Maka dari itu penulis tertarik untuk menganalisa makna pesan edukasi yang disampaikan dalam iklan susu formula S26 Procal gold tersebut dengan menggunakan metode analisis semiotik dengan model Charles Shanders Peirce.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang, peneliti mengambil rumusan masalah dari penelitian ini Bagaimana Makna Edukasi Pesan Iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat menggunakan pendekatan Charles Sander Peirce ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan memberikan analisis kritis Makna Pesan Edukasi yang terkandung dalam iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat menggunakan pendekatan Charles Sander Peirce.

D. Manfaat Penelitian

Penulis berharap dari hasil penelitian dapat bermanfaat dari segi teoritis atau segi praktis, sehingga dapat bermanfaat untuk semua pembaca dan pihak yang

terlibat , manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bisa menjadi kontribusi terhadap kajian ilmu komunikasi dibidang periklanan dan analisis media yang menggunakan metode pendekatan semiotik untuk menganalisa dan mengkaji makna pesan edukasi, terutama dibidang iklan.

2. Manfaat Praktis

- a) Untuk memberikan masukan pada kreator-kreator iklan dalam kaitannya dengan konsep menarik pada iklan yang ditampilkan dikhalayak.
- b) Memberikan wacana kepada masyarakat agar bisa mencermati dengan baik iklan-iklan yang disajikan kepada mereka.

E. Definisi Konsep

Agar menghindari kesalahan pemahaman maka penelitian ini menggunakan beberapa istilah dalam penelitian ini. Berikut beberapa definisi konsepnya :

1. Makna Pesan Edukasi

Pesan merupakan suatu perangkat simbol verbal maupun nonverbal yang mewakili suatu perasaan, nilai gagasan maupun sumber gagasan. Dan pesan memiliki arti lain yaitu sesuatu yang disampaikan dari komunikator kepada komunikan melalui suatu proses komunikasi.

Pesan menurut Onong Effendy, mendeskripsikan bahwa pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi yang berupa paduan dari pemikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa atau

lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain.³

Beberapa makna dapat dimiliki dari sebuah pesan, dan makna yang sama juga dapat dimiliki dari beberapa pesan. Dalam media massa, lebih sering berupa beberapa susunan makna yang terbangun dari pesan yang sama. Maknanya hanya dapat ditentukan atau diuraikan dengan merujuk pada makna lainnya.

Didalam sebuah pesan dapat memiliki makna apabila pesan tersebut dapat diartikan dan dijelaskan. Begitupula dalam iklan, pesan merupakan aspek yang paling penting karena iklan yang menarik adalah iklan yang memiliki pesan didalamnya dan dapat diterima jelas maknanya oleh penontonya.

Edukasi atau disebut juga dengan pendidikan merupakan segala upaya yang direncanakan untuk mempengaruhi orang lain baik individu, kelompok, atau masyarakat. Sehingga mereka melakukan apa yang diharapkan oleh pelaku pendidikan.⁴ Sedangkan Purwanto mendefinisikan pendidikan adalah segala usaha orang dewasa dalam pergaulannya dengan anak-anak untuk memimpin perkembangan jasmani dan rohaninya ke arah kedewasaan. Hakikat pendidikan bertujuan untuk mendewasakan anak didik, maka seorang pendidik haruslah orang yang dewasa, karena tidak

³ Effendy, onong uchjana. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti,2003), 65.

⁴ Notoatmodjo, Soekidjo. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. (Jakarta. : Rineka Cipta,2003)

mungkin dapat mendewasakan anak didik jika pendidikny sendiri belum dewasa

Jadi peneliti menyimpulkan bahwa edukasi merupakan sebuah proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk mengubah tingah laku maupun pola pikir seseorang yang bersifat mendidik.

2. Iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat

Iklan merupakan cara untuk membagikan pesan yang memiliki sifat mendorong ataupun membujuk masyarakat terhadap produk atau jasa yang akan diklankan. Iklan memiliki arti lain yaitu suatu bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu produk atau jasa yang dibayar oleh satu perusahaan atau pembuat jasa. Nonpersonal dalam istilah ini adalah suatu iklan yang melibatkan media massa seperti, Televisi, Radio, atau Koran yang dapat mengirimkan pesan kepada khalayak luas dalam waktu yang bersamaan. Dalam hal ini pemilik produk berupaya untuk menyajikan informasi produk dengan menampilkan produknya agar masyarakat dapat tertarik sehingga dapat menimbulkan minat beli untuk menggunakan produk serta dapat menguntungkan pembuat iklan.

S26 procal gold adlah salah satu produk susu formula yang dimiliki oleh PT Wyeth Nutrition, yang khusus unuk anak diusia 1-3 tahun. PT. Wyeth nutrion sendiri merupakan salah satu dari perusahaan besar didunia dalam bidang industri susu formula, yang telah menghasilkan susu berkualitas untuk dikonsumsi anak usia 0-7 tahun.

PT. Wyeth menggunakan media , salah satunya adalah melalui media televisi. Didalam

media televisi tersebut terdapat dua aspek yaitu audio dan visual. Kedua aspek tersebut digunakan untuk menjadi alat penyampaian pesan yang merupakan tanda yang dapat menjadi makna pesan yang kan disampaikan.

Iklan S26 Procal Gold merupakan iklan yang ditayangkan di televisi. Iklan S26 Procal gold memiliki banyak versi, salah satunya adalah versi Dari Belajar Jadi Hebat. Iklan ini menceritakan seorang ibu yang sedang membimbing dan mengawasi anak perempuannya dimasa pertumbuhan anak. Hingga akhirnya 4 tahun kemudian anak tersebut mendapatkan prestasi Young Designer Of The Year (Desainer muda tahun ini).

3. Analisis Semiotik

Semiotik adalah ilmu atau metode penelitian yang secara sistematis mempelajari tanda-tanda, lambang-lambang, sistem-sistemnya dan prosesnya.⁵ Konsep dasar yang menyatukan semiotika ada tanda yang didefinisikan sebagai stimulus yang menunjukkan beberapa kondisi lain. Konsep dasar yang kedua adalah simbol yang biasanya menandakan tanda yang kompleks dengan memiliki banyak arti, termasuk arti yang sangat khusus.⁶ Saat memahami teks media, seringkali dihadapkan oleh tanda-tanda yang

⁵ Puji Santosa. *Ancangan Semiotika dan Pengkajian Susastra*, (Bandung: Angkasa, 1931), 3.

⁶ Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication. Edisi Kesembilan. Terjemahan oleh Mohammad yusuf Hamdan*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 54.

dapat menimbulkan banyak pengertian, yang perlu di kaji ada apa dibalik tanda-tanda itu. Tanda itu merupakan cerminan dari suatu realitas, yang dikonstruksikan melalui kata-kata.

Semiotik berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang memiliki arti “tanda”. Tanda didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dengan kata lain dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Sedangkan secara terminologis dapat diartikan sebagai bagian ilmu yang berhubungan dengan pengkajian tanda, seperti bentuk dari tanda dan proses yang berlaku bagi tanda.

Hoed mengatakan semiotik adalah ilmu yang mempelajari tanda dalam kehidupan manusia. Artinya, semua yang hadir dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda, yakni suatu yang harus kita beri makna. Tanda merupakan sarana untuk berkomunikasi dan berinteraksi, tanpa adanya tanda mustahil manusia dapat saling memahami satu sama lain.⁷

Semiotika adalah suatu ilmu metode analisis untuk kaji tanda. Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai dalam hal ini tidak bisa dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa

⁷ Benny Hoed, *Semiotika dan Dinamika Sosial Budaya*, (Jakarta: Komunitas Bambu, 2011), 3.

informasi, dalam hal mana objek-objek tersebut hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.⁸

Analisis semiotik berguna untuk mempelajari sebuah tanda pesan yang memungkinkan memiliki banyak artian dalam persepsi setiap orang.

F. Sistematika Pembahasan

Sistem Pembahasan laporan penelitian ini tersusun pembahasannya seperti berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang dari penelitian, pembahasan yang kemudian dilanjutkan dengan mengurai beberapa rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Teoritik

Bab ini berisi bahasan mengenai landasan teori yang berkaitan dengan fokus penelitian, serta menghubungkan dengan prespektif agama Islam. Kemudian didukung dengan penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai acuan dan perbandingan dari penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai metode pendekatan dan metode pengumpulan data untuk menjelaskan langkah-langkah operasional dalam melakukan penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

⁸ Roland Barthes, *The Semiotic Challenge*, (New York: Hill and wang, 1988), 179.

Bab ini yang menguraikan hasil temuan penelitian, terhadap data yang telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya. melalui serangkaian diskusi pembahasan akan dikaji hasil-hasil penelitian atau temuan yang dibandingkan dengan teori dan prespektif agama Islam. Kemudian memaparkan hasil dari penelitian yang berisikan tentang jawaban dari apa yang menjadi rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti.

BAB V

Penutup

Bab ini berisi dari simpulan, saran, dan rekomendasi. Pada sub-bab peneliti akan menguraikan secara singkat tetapi diperjelas tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis. Kemudian memberikan saran, dan yang terkahir memberikan rekomendasi.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Makna Pesan Edukasi

Makna adalah sesuatu yang tidak dapat ditentukan secara mutlak, namun selalu berhubungan dengan tanpa yang lain. Beberapa ahli mengartikan makna sangat beragam semisal , Aminuddin mengartikan makna adalah sebuah ikatan dari bahasa dengan dunia luar yang disepakati bersama , oleh pemakai bahasa sehingga dapat saling dimengerti.⁹

Semua model mengenai makna secara luas memiliki arti yang hampir sama. Masing-masing berfokus pada setiap elemen yang dengan cara tertentu ataupun cara yang lain, pasti terlibat didalam semua kajian mengenai makna. Elemen-elemen tersebut adalah: (a) tanda, (b) acuan dari tanda, dan (c) penggunaan tanda. Arti dari Sebuah tanda itu sendiri adalah sesuatu yang bersifat fisik, dapat diterima oleh panca indra kita, mengacu pada sesuatu diluarnya, dan bergantung pada pengenalan dari para pengguna bahwa itu tanda.¹⁰

Pesan adalah sebuah simbol verbal atau nonverbal yang mewakili suatu perasaan, maupun gagasan. Pengertian lain dari pesan adalah apa sesuatu yang di sampaikan komunikator kepada komunikan melalui proses komunikasi.

⁹ Aminuddin, *Semantik* (Bandung: Sinar Baru, 1998), 50.

¹⁰ Jhon Fiske. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta : Rajawali Pers, 2012) 68.

- a. Pesan verbal
Pesan yang proses komunikasinya disampaikan dari ke komunikan dengan cara lisan ataupun tertulis
- b. Pesan non verbal
Pesan yang proses komunikasinya tidak secara tertulis maupun secara lisan, namun menggunakan gerak tubuh, isyarat tangan, ekspresi wajah, sentuhan, penampilan tubuh, maupun lukisan.

Dalam bahasa Inggris kata lain Pesan adalah *Message* yang memiliki arti pesan, perintah suci atau warta. Dengan arti pesan adalah warta atau perintah suci dimana didalamnya memiliki nilai-nilai kebaikan. Sedangkan, menurut KBBI Pesan merupakan bentuk perintah, nasihat, atau amanat yang harus sampaikan kepada orang lain.¹¹

menurut Onong Effendy, mendeskripsikan bahwa pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi yang berupa paduan dari pemikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa atau lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain.¹²

Sedangkan menurut Widjaja mendeskripsikan pesan merupakan keseluruhan dari apa yang telah komunikator sampaikan. Pesan ini mempunyai arti pesan (tema) yang sebenarnya menjadi pengaruh

¹¹ W.J S. Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal. 883

¹² Effendy, onong uchjana, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), 65.

dalam usaha unruk mencoba mengubah perilaku dan sikap komunikan. Pesan dapat secara luas mengupas bebagai segi, namun inti dari pesan komunikan akan mengarah pda tujuan akhir dari komunikan itu. Penyampaian pesan dapat melauai tatap muka secara langsung, melalui lisan maupun menggunakan media.¹³ Menurut Widjaja dan terdapat tiga bentuk pesan, yang meliputi :

1. Informatif

Pesan memberikan keterangan fakta , jemudian komunikan mengambil kesimpulannya sendiri.

2. Persuasif

Pesan yang berupa bujukan , yaitu membangkitkan kesadaran manusia bahwasanya apa yang disampaikan akan merubah sikap.

3. Koersif

Pesan yang bersifat penyampaiannya memaksa , dengan menggunakan sanksi-saksi apabila tidak terlaksanakan.

Edukasi atau pendidikan merupakan proses dari kegiatan belajar mengajar yang bertujuan untuk mendidik, memberikan ilmu, dan mengembangkan potensi diri pada manusia menjadi lebih baik. Hakikat edukasi sendiri bertujuan untuk mendewasakan konunikannya, oleh karena itu seorang pendidik harus memiliki sikap kedewasaan, karena tidak mungkin dapat mendewasakan komunikannya jika pendidiknya

¹³ AW Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 92.

belum memiliki sikap kedewasaan. Arti lain dari edukasi adalah usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi pada diri seseorang yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada didalam kehidupan bermasyarakat dan kebudayaan.

KH. Dewantara mendefinisikan edukasi atau pendidikan sebagai tuntunan didalam hidup tumbuhnya anak-anak, artinya pendidikan menuntun segala kekuatan kodrat yang ada pada anak-anak itu, agar mereka sebagaimanusia dan sebagai anggota masyarakat dapatlah mencapai keselamatan dan kebahagiaan yang setinggi-tingginya.¹⁴

Dari penjelasan diatas peneliti menyimpulkan bahwa makna pesan edukasi adalah sesuatu yang terkandung didalam sebuah pesan yang mempunyai maksud tersendiri yang akan disampaikan dengan tujuan untuk mendidik komunikannya. Didalam hal ini iklan S26 Procal Gold ingin menyampaikan makna pesan edukatif apa yang terkandung dengan tanda-tanda atau simbol melalui penggabungan antara audio dan visual didalam iklan tersebut.

2. Iklan

Dalam dunia industri pertelevisian, iklan merupakan unsur yang penting, dikarenakan iklan merupakan sarana komunikasi yang digunakan pemilik penyedia jasa maupun produk kepada masyarakat yang memiliki tujuan mengenalkan

¹⁴ Hassbullah, *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*, (Jakarta: PT. Raja grafindo Persada, 2008) , 2.

sekaligus memasarkan apa yang mereka miliki, agar masyarakat mau membeli jasa dan produknya. Usaha mempromosikan melalui iklan ini, akan secara maksimal akan memperkenalkan dan mempengaruhi masyarakat secara cepat dan luas. Saat ini iklan telah menjadi bagian dari kehidupan kita, dalam kesehariannya kita banyak menjumpai contoh-contoh iklan.

a. Pengertian Iklan

- 1.) Iklan dapat didefinisikan sebagai sebuah pesan yang menawarkan produk yang ditunjukkan kepada masyarakat lewat suatu media yang memiliki tujuan mempersuasi orang agar membeli produknya.
- 2.) Iklan dapat diartikan sebagai berita yang dipesan untuk membujuk dan mendorong masyarakat luas mengenai produk dan jasa yang ditawarkan.
- 3.) iklan dapat diartikan sebagai pemberitahuan kepada masyarakat luas mengenai barang atau jasa yang akan dijual dan dipromosikan di dalam suatu media massa, seperti televisi, koran, radio, majalah, maupun internet.¹⁵

Dari pengertian iklan diatas, dapat disimpulkan bahwa iklan dibuat oleh suatu penyedia jasa dan pemilik produk yang memiliki tujuan untuk menarik minat dan membujuk masyarakat agar tertarik dengan produk maupun jasa yang telah dimiliki. Dan iklan tersebut mengandung tiga aspek, yaitu :

¹⁵ Frank jefkins, *Periklanan* (Jakarta: erlangga, 1995), 5.

1.) Pesan

Iklan S26 Procal Gold memiliki pesan yang akan disampaikan melalui audio visual yang diperlihatkan. Tentu beberapa orang akan memiliki persepsi yang berbeda makna pesan apa yang di tangkap.

2.) Penonton (Komunikan)

Target audience atau penonton dari iklan S26 Procal Gold ini adalah ibu rumah tangga yang memiliki anak pada usia pertumbuhan.

3.) Produk

Produk yang diperlihatkan dalam iklan adalah Susu Formula S26 Procal Gold yang memiliki berat 900 gram. Dalam iklan tersebut produk tersebut juga diberikan efek-efek agar terlihat lebih menarik audience.

b. Iklan menurut Para Ahli

Menurut Kriyantono, Iklan diartikan sebagai bentuk komunikasi nonpersonal yang menjual suatu pesan dengan cara membujuk dari sponsor yang jelas, yang bertujuan untuk mempengaruhi orang lain agar mau membeli produk dengan membayar biaya untuk media yang digunakan.¹⁶

Menurut Dewan periklanan Indonesia (DPI), iklan diartikan sebagai sebuah pesan komunikasi pemasaran atau komunikasi publik mengenai suatu produk yang di sampaikan

¹⁶ Krisyantono, *Teknik Praktis Kiat Komunikasi* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), 174.

melalui media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.¹⁷

Menurut Durianto, iklan merupakan suatu proses komunikasi yang memiliki tujuan untuk menggiring opini kepada masyarakat, agar masyarakat mengambil tindakan yang dapat menguntungkan bagi pembuat iklan itu sendiri.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan para ahli diatas , peneliti dapat menyimpulkan bahwa iklan merupakan komunikasi melalui media massa dengan cara membayar biaya yang memiliki tujuan untuk menyiarkan informasi produk atau jasa yang dimiliki , yang ditujukan kepada sebagaian masyarakat ataupun seluruh masyarakat.

c. Jenis-Jenis Iklan

Ada beberapa jenis iklan yang diantaranya, meliputi :

1.) Iklan konsumen

Iklan konsumen ini memiliki tujuan mempromosikan dan menjual barang maupun jasa yang dibeli masyarakat, seperti contoh bahan makanan, mobil, barang elektronik dan lain sebagainya, sedangkan jasa meliputi, jasa bengkel, bank, asuransi, dan lain sebagainya.

2.) Iklan Politik dan Sosial

Iklan politik dan sosial ini dimanfaatkan oleh suatu kelompok dengan minat khusus

¹⁷ <https://www.zonareferensi.com/pengertian-iklan/> diakses pada 2 februari 2020 pukul 21.30

untuk mengiklankan pandangan dan pendapat mereka, tujuannya agar mendapatkan banyak simpatik dan dukungan dari masyarakat luas.

3.) Iklan Antarbisnis

Iklan ini memiliki tujuan untuk mempromosikan barang atau jasa nonkonsumen. Artinya yaitu pemilik iklan dan sasaran iklan antara lain sama-sama perusahaan. Poduk yang diiklankan adalah barang yang harus diolah kembali dengan kata lain di produksi kembali, misalnya yang akan diiklankan adalah bahan mentah, fasilitas pabrik, mesin pabrik, dan lain sebagainya.

4.) Iklan layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang dibuat khusus untuk kepentingan masyarakat. Iklan ini dibuat tidak mencari keuntungan sama sekali, dikarenakan iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk memberikan informasi dan pendidikan kepada masyarakat dalam rangka memberikan pelayanan dan mengajak masyarakat guna berpartisipasi, dan bersikap positif terhadap pesan iklan yang disampaikan.

d. Fungsi Iklan

Menurut Terence A. Shimp, mengatakan bahwa iklan memiliki beberapa fungsi, yang meliputi:¹⁸

¹⁸ A. Shimp, Terence, *Periklanan Pemosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu jilid 1* (Jakarta : Erlangga, 2003) hal. 357

1.) *Informing*

Iklan dapat memerikan informasi tentang suatu produk menjelaskan cara kerjanya, dan segala manfaatnya, sehingga akan terbentuk citra positif dihadapan masyarakat luas.

2.) *Persuading*

Iklan dianggap mampu membujuk tau mempengaruhi para konsumen dan calon konsumennya untuk mencoba produk atau jasa yang di iklankan.

3.) *Reminding*

Iklan memiliki fungsi untuk menjaga agar merek-merek dalam perusahaan selalu mengingatkan para konsumen melalui iklan yang telah dibuat.

4.) *Adding Value*

Iklan dapat memberi nilai tambahan pada merk dengan cara mempengaruhi konsumen dengan adanya inovasi dalam iklan.

3. Analisis Semiotik Charles Sander Pierce

a. Semiotik model Charles Sander Pierce

Semiotik adalah suatu keilmuan untuk mengkaji suatu tanda. Semiotik mengkaji tanda yang berhubungan dengan kehidupan manusia, yang artinya semua yang ada didalam kehidupan dapat dilihat sebagai tanda.

Secara etimologi yang dikemukakan oleh Copley dan Jenz istilah semiotik berasal dari Yunani "Semeion" yang memiliki arti tanda atau "Seme" yang artinya penafsiran suatu tanda. Sedangkan, Secara terminologi yang

dikemukakan Eco semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederet luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.

Charles Sander Peirce mendefinisikan semiotik sebagai studi tentang tanda dan segala sesuatu yang berhubungan, yakni bagaimana cara berfungsinya, hubungan dengan tanda-tanda lain, pengirimnya, dan penerimanya oleh mereka yang menggungkannya.

Charles Sanders Pierce merupakan seorang filsuf Amerika sekaligus pendiri teori dan praktik semiotik kontemporer. Pierce menjelaskan modelnya secara sederhana. Ia mengemukakan teori semiotiknya dalam bentuk teori triangle meaning. Elemen utamanya adalah tanda(sign), objek, dan interpretant (pengguna tanda).¹⁹

Tanda merupakan suatu yang berbentuk fisik yang ditangkap oleh indera manusia dan sesuatu yang merempresntasikan hal lain di luar tanda itu sendiri. Dengan kata lain, suatu acuan yang dapat dilihat maupun di dengar. Objek merupakan konteks sosial yang menjadi refrensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda. Sedangkan, Interpretant adalah pemikiran dari seseorang tentang objek tersebut.

4. Teori Referensial

Teori ini mengasumsikan setiap kata pasti memiliki makna. Teori ini mengungkapkan bahwa

¹⁹ Alfian Rokhmansyah. *Studi dan Pengkajian Sastra : Perkenalan Awal terhadap Ilmu Sastra*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014), 96.

manusia menafsirkan setiap kata dengan pengalaman mereka terhadap kata tersebut, oleh karenanya teori ini dapat disebut sebagai teori referensi dikarenakan setiap kata harus memiliki pengalaman yang menjadikan referensi dari kata itu sendiri.

Teori referensial menurut Ogden dan Richard merujuk pada segitiga makna, dan mendefinisikan makna sebagai hubungan yang dinyatakan melalui simbol bahasa berupa kata ataupun kalimat. Dana makna sendiri tidak dapat dipahami tanpa hubungan antara perilaku, pemikiran, dan kata.

Alston mendefinisikan teori referensial adalah salah satu dari jenis teori makna yang mengidentifikasi makna dari suatu pernyataan dengan apa yang diacu atau dengan hubungan acuan itu. Istilah *referen* sendiri, palmer mengartikannya sebagai hubungan antara unsur-unsur linguistik berupa kata-kata, kalimat-kalimat, dan dunia pengalaman yang nonlinguistik.²⁰

Referen atau acuan boleh suatu peristiwa, proses, atau kenyataan. Referen sendiri diartikan sebagai sesuatu yang ditunjuk oleh lambang. Teori referen ini dapat menemukan suatu cara yang mudah untuk menjelaskan masalah makna. Teori juga seolah oleh telah memberikan suatu jawaban atau pemecah yang sederhana, yang dapat diterima dengan mudah menurut cara berfikir secara alamiah tentang makna.

Jadi dapat ditarik kesimpulan ,bahwa teori referensial ini adalah teori yang menjelaskan sebuah makna yang langsung berhubungan dengan acuan yang didasari dari suatu perkataan.

²⁰ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda karya, 2009), hal. 259

5. Kewajiban Ibu memberikan Susu dalam Prespektif Islam

Air susu ibu atau ASI adalah nutrisi yang terbaik untuk anak diusia 0-2 tahun. ASI juga merupakan makanan alamiah yang paling sempurna, karena kaya akan zat untuk pertumbuhan bayi. Selain itu air susu dari ibu sendiri juga memiliki manfaat sebagai pembentuk sikap dan kepribadian bayi saat tumbuh dewasa kelak. Pemberian ASI kepada bayi sangat berpengaruh pada pendekatan emosional antara ibu dan anak itu sendiri.

Berkaitan dengan kewajiban seorang ibu memberikan susu , Allah telah menyampaikan di Al-Qur'an pada surah Al Baqarah ayat 233, sebagai berikut :

﴿ وَالْوَالِدَاتُ يُرْضِعْنَ أَوْلَادَهُنَّ حَوْلَيْنِ كَامِلَيْنِ لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يُتِمَّ
الرِّضَاعَةَ وَعَلَى الْمَوْلُودِ لَهُ رِزْقُهُنَّ وَكِسْوَتُهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ لَا
تُكَلِّفُ نَفْسٌ إِلَّا أَوْسَعَهَا لَا تَضْرِبُ الْوَالِدَةُ وَالِدَهَا وَلَا مَوْلُودٌ لَهُ يَوْلِدِهِ
وَعَلَى الْوَارِثِ مِثْلُ ذَلِكَ فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنْ تَرَاضٍ مِنْهُمَا
وَتَشَاوُرٍ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ
فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُم بِالْمَعْرُوفِ وَاتَّقُوا اللَّهَ
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ - ٢٣٣

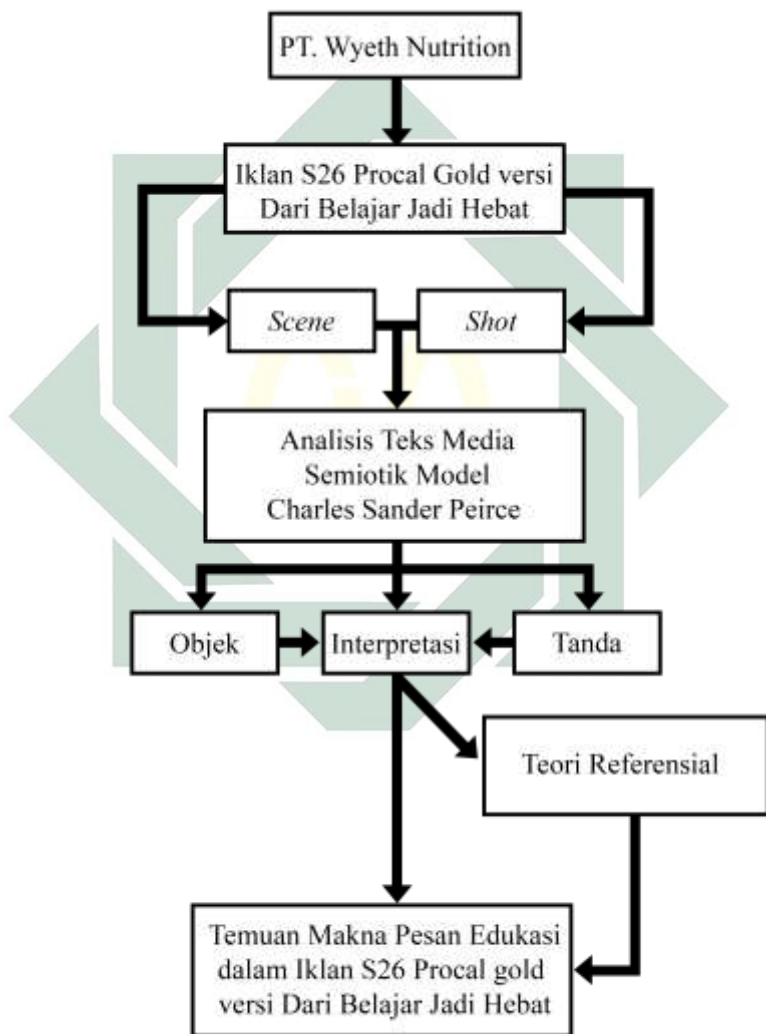
Artinya : “Dan ibu-ibu hendaklah menyusui anak-anaknya selama dua tahun penuh, bagi yang ingin menyusui secara sempurna. Dan kewajiban ayah menanggung nafkah dan pakaian mereka dengan

*cara yang patut. Seseorang tidak dibebani lebih dari kesanggupannya. Janganlah seorang ibu menderita karena anaknya dan jangan pula seorang ayah (menderita) karena anaknya. Ahli waris pun (berkewajiban) seperti itu pula. Apabila keduanya ingin menyapih dengan persetujuan dan permusyawaratan antara keduanya, maka tidak ada dosa atas keduanya. Dan jika kamu ingin menyusukan anakmu kepada orang lain, maka tidak ada dosa bagimu memberikan pembayaran dengan cara yang patut. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan”.*²¹

²¹ QS. Al-Baqarah [2] 233

B. Kerangka Pikir Penelitian

Bagan 1.1
Kerangka Pikir Penelitian



Kerangka pikir di atas menggambarkan bagaimana proses penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti. Kerangka pikir di atas menjelaskan bahwa media massa berperan penting bagi iklan. Dikarenakan adanya media massa iklan akan sangat mudah disebarluaskan. Pada saat ini iklan tidak hanya semata-mata hanya memasarkan produk, tetapi juga mengandung makna pesan yang lainnya.

PT. Wyeth Nutrition adalah salah satu perusahaan yang memanfaatkan iklan untuk memasarkan produknya. Tujuan PT. Wyeth Nutrition menggunakan media iklan ini untuk menarik minat para konsumen dan calon konsumen dengan keunggulan dan manfaat dari produk S26 procal Gold.

Didalam penelitian ini, penulis mengambil judul Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat yang tayang di televisi di Indonesia. Penulis juga menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan analisis semiotika. Analisis penelitian ini menggunakan semiotik pendapat Charles Sander Peirce. Fokus penelitiannya tertuju pada 3 elemen yaitu tanda, objek, dan interpretasi. Setelah melakukan analisis, kemudian peneliti dapat menemukan makna pesan edukasi apa yang terkandung di dalam iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan pedoman peneliti:

Tabel 1.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Nama	Hanifa Nabila D
Judul Penelitian	Simbol Pesan Hidup Sehat Dalam Iklan Tropicana Slim

	Web Series Sore (Analisis Semiotik Model Roland Barthes)
Jenis Karya	Skripsi
Tahun Penelitian	2019
Metode Penelitian	Menggunakan Pendekatan kualitatif model Roland Barthes
Hasil temuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Simbol Pesan Hidup Sehat dalam Tropicana Slim Web Series Sore 2. Makna Simbol Pesan Hidup Sehat dalam Iklan Tropicana Slim Web Series Sore
Persamaan	Sama-sama menggunakan analisis semiotika
Perbedaan	Penelitian sebelumnya melalui media Youtube, sedangkan penelitian melalui media Televisi

Tabel 1.2 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Nama	Adinda Rita Dara
Judul Penelitian	Analisis Semiotika dalam Iklan Shopee 12.12 Birthday Sale Edisi Blackpink
Jenis Karya	Skripsi
Tahun Penelitian	2019

Metode Penelitian	Menggunakan Pendekatan kualitatif model Charles Sander Peirce
Hasil temuan Penelitian	Perempuan digambarkan sebagai penarik minat khalayak. Dalam hal menarik minat khalak adalah untuk membeli produk maupun jasa tersebut.
Persamaan	Sama-sama menggunakan analisis semiotika model Charles Sander Peirce
Perbedaan	Beda Subjek dan objek yang akan diteliti

Tabel 1.3 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Nama	Nurul Jannah
Judul Penelitian	Representasi Hedonisme Dalam Film “Crazy Rich Asians” Analisis Seiotik Model charles Sander Peirce
Jenis Karya	Skripsi
Tahun Penelitian	2019
Metode Penelitian	Menggunakan Pendekatan kualitatif model Charles Sander Peirce
Hasil temuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya Hidup Orang Kaya Tanpa Nalar 2. Orang Kaya Cenderung Menciptakan Kesenjangan Sosial

Persamaan	Sama-sama menggunakan analisis semiotika model Charles Sander Peirce
Perbedaan	Penelitian terdahulu mengkaji tentang Representasi Hedonisme dalam film “Crazy Rich Asians”, sedangkan penelitian ini mengkaji tentang Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi Hebat

Tabel 1.4 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Nama	Rizky Akmalsyah
Judul Penelitian	Analisis Semiotik Film A Might Heart
Jenis Karya	Skripsi
Tahun Penelitian	2010
Metode Penelitian	Menggunakan Pendekatan kualitatif
Hasil temuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos 2. Pesan yang disampaikan dalam film A Mighty Heart
Persamaan	Sama-sama menggunakan analisis semiotika model Charles Sander Peirce

Perbedaan	Penelitian terdahulu mengkaji tentang Representasi Hedonisme dalam film “Crazy Rich Asians”, sedangkan penelitian ini mengkaji tentang Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi Hebat
-----------	--

Tabel 1.5 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Nama	Gufron galuh A. Mukti
Judul Penelitian	Representasi Anti Rasisme dalam Film “US” Karya Jordan PEELE (Analisis Semiotik Model Roland Barthes)
Jenis Karya	Skripsi
Tahun Penelitian	2019
Metode Penelitian	Menggunakan Pendekatan kualitatif
Hasil temuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perilaku empati terhadap keberagaman ras 2. Adanya perilaku toleransi terhadap keberagaman ras
Persamaan	Sama-sama menggunakan analisis semiotika

Perbedaan	Penelitian terdahulu mengkaji tentang Representasi Anti Rasisme dalam film “US” sedangkan penelitian ini mengkaji tentang Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi Hebat
-----------	---

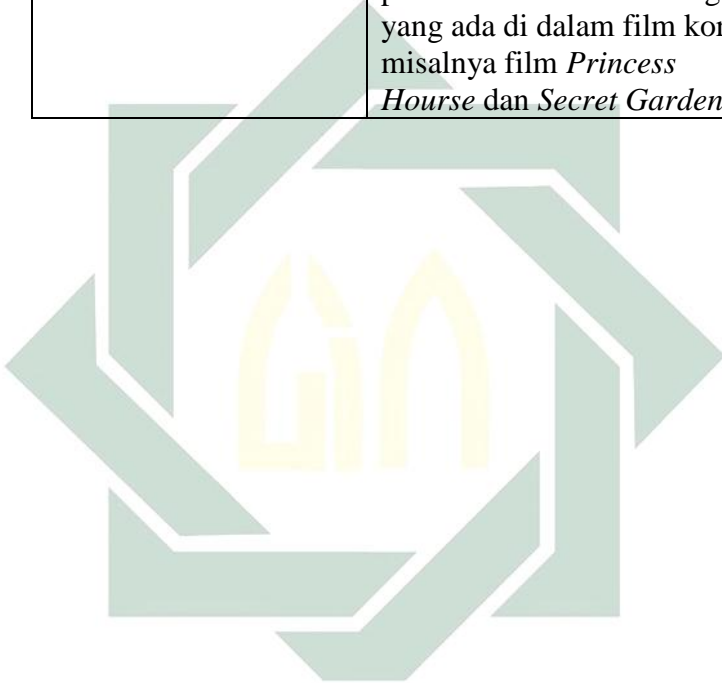
Tabel 1.6 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Nama	Rizki Briandana
Judul Penelitian	<i>Comedy Films as Social Representation in the Society : An Analysis of Indonesian Comedy Films</i>
Jenis Karya	Jurnal
Tahun terbit	2018
Pembahasan Penelitian	Representasi sosial dari masyarakat di Indonesia dimana fisik, sindiran seksual merendahkan orang lain menjadi lelucon potensial dalam kehidupan sehari-hari dalam bermasyarakat

Tabel 1.7 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Nama	Rizki Briandana
Judul Penelitian	<i>Audience Interpretation on Korean TV Drama Series in Jakarta</i>

Jenis Karya	Jurnal
Tahun terbit	2016
Pembahasan Penelitian	Menjelaskan temuan penelitian yang berupa nilai-nilai sosial materialisme dan perbedaan kelas seseorang yang ada di dalam film korea, misalnya film <i>Princess Hourse</i> dan <i>Secret Garden</i>



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma kritis. Dimana pendekatan ini merupakan salah satu pandangan terhadap realitas sosial yang senantiasa diliput rasa kritis terhadap suatu peristiwa, situasi, dan pernyataan yang ada di balik makna yang jelas. Paradigma kritis berupaya menggabungkan teori dan tindakan (Praktis) secara sadar. Menurut Habermas, Praktis adalah tindakan dasar manusia sebagai makhluk sosial bukan tingkah laku yang tidak jelas atas naluri belaka. Pendekatan kritis yang dipakai peneliti dalam analisis iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat didasarkan pada teori analisis semiotik Charles Sander Peirce.

Sedangkan, jenis penelitian menggunakan analisis semiotik model Charles S. Peirce. Penulis memilih penelitian analisis semiotik dikarenakan sesuai dengan subyek yang akan diteliti mengenai iklan yang ada di televisi. Dan menjelaskan makna pesan edukasi dalam iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat.

B. Unit Analisis

Subjek analisis pada penelitian ini adalah iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat dengan durasi iklan 30.00 detik. Sedangkan, objek penelitian dalam ini adalah gambar, dialog, wujud tindakan dalam iklan. Kemudian di pililah dan per Scene yang dianggap memiliki tanda atau makna pada penelitian.

C. Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini terdapat 2 jenis data yang digunakan oleh penulis untuk mendukung penelitian ini, diantaranya yaitu :

a. Data primer

Data primer dalam penelitian ini, yakni berasal dari video dokumentasi dari iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat. Baik data yang berupa audio atau visual yang terdapat dalam iklan di Televisi , yang memiliki durasi 30.00 Detik dan yang nantinya akan di analisis secara detail .

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari literatur yang mendukung data primer. Seperti, buku yang berhubungan dengan penelitian, jurnal-jurnal penelitian, dokumentasi penelitian terdahulu, dan sumber lainnya seperti website resmi dari sumber internet.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Untuk menghasilkan penelitian yang sistematis dalam penelitian perlu diperhatikan beberapa tahapan-tahapan penelitian. Tahapan penelitian yang dilalui dalam proses ini merupakan langkah untuk mempermudah dalam proses menyelesaikan penelitian. Adapun tahapan-tahapan dalam penelitian ini adalah :

1. Menentukan topik yang Menarik

Dalam menentukan topik yang menarik peneliti mencari beberapa referensi yang sesuai dengan permasalahan saat ini. Setelah itu menentukan judul penelitian, point pertama yang dilakukan peneliti

adalah memahami topik penelitian. Dalam hal ini peneliti mencoba mengeksplorasi topik yang dianggap peneliti menarik. karena topik yang bagus akan menciptakan permasalahan yang baik pula dan tentunya akan memunculkan judul yang menarik. Dan pada akhirnya penulis memilih topik tentang, makna pesan edukasi iklan susu formula S26 Procal gold.

2. Menentukan Unit Analisis

Pada tahap ini peneliti menentukan unit analisis yang sesuai dengan topik yang akan dikaji. Unit analisis dari penelitian ini adalah Iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat

3. Merumuskan Masalah

Peneliti memilih rumusan masalah yang menjadi point penting dalam membatasi penelitian. Masalah penelitian dirumuskan berdasarkan sisi menarik topik yang akan dikaji, beserta dengan tujuan yang akan dicapai.

4. Menentukan Metode Penelitian

Pada tahap ini peneliti menentukan metode yang sesuai dengan fenomena yang akan dikaji yang memiliki tujuan untuk pemecahan penelitian. Pada metode ini penulis menggunakan metode penelitian semiotik model Charles S Pierce. Dikarenakan sesuai dengan apa yang akan dikaji peneliti.

5. Melakukan Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori yang telah dicantumkan dalam metode penelitian, dan dengan mengkaji beberapa refrensi lainnya sebagai pendukung penelitian.

6. Menarik Kesimpulan

Setelah data dianalisis, mana peneliti akan menarik kesimpulan sebagai hasil akhir dalam proses penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap dan dapat dipertanggung jawabkan keabsahan ilmiannya, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Dokumentasi dimana didalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan cara mengelompokkan scene terpilih untuk mencari makna pesan atas tanda-tanda dan simbol-simbol yang muncul dalam setiap scene pada iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat menggunakan analisis semiotik model Charles S Pierce.

b. Studi Pustaka

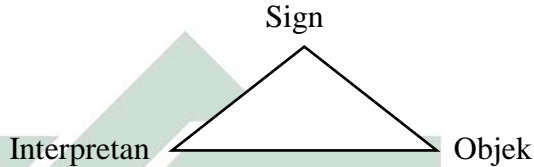
Dalam penelitian ini juga membaca literatur sebagai bahan untuk melengkapi hasil penelitian dan menjadi bahan panduan dalam mengkaji penelitian. Data tersebut diperoleh dari buku, jurnal maupun dari akses internet.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis semiotik model Charles Sander Pierce. Charles menyebutkan tanda sebagai representamen dan konsep, benda, gagasan, dan seterusnya, yang diacukan sebagai objek. Makna (impresi, kognitif, perasaan, dan seterusnya) yang kita peroleh dari sebuah tanda oleh Pierce diberi istilah interpretan. Tiga dimensi ini selalu hadir dalam signifikasi. Oleh karena itu, Charles

memandang sebagai sebuah struktur triadik seperti berikut.²²

Bagan 1.2 Teknik Analisis data



- a. Tanda (Sign) merupakan sesuatu yang berbentuk fisik dan dapat ditangkap oleh panca indera manusia serta merupakan suatu yang merujuk hal lain diluar tanda itu sendiri.
- b. Acuan tanda (Objek) merupakan konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau suatu yang merujuk pada tanda.
- c. Penggunaan tanda (Interpetant) ialah konsep pemikiran dari seseorang yang menggunakan tanda dari suatu makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk pada sebuah tanda.

Dengan penjelasan tersebut peneliti bermaksud menguraikan fenomena yang ada didalam iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat . Dengan menggunakan jenis penelitian model Charles Sanders Peirce ini peneliti membongkar makna pesan dari iklan tersebut dan mengetahui sign, object, dan interpretant nya.

²² Marcel Danesi. *Pesan, Tanda, dan Makna : Buku teks dsasar mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*, (Yogyakarta : jalasutra , 2012), 32.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

1. Subjek penelitian

a) Profil PT. Wyeth

PT Wyeth merupakan salah satu perusahaan farmasi terbesar yang ada di dunia. Perusahaan ini didirikan oleh John Wyeth dan brother pada tahun 1860 di Philadelphia, Pennsylvania, Amerika Serikat. Sebagai salah satu perusahaan farmasi terbesar di dunia, PT Wyeth dapat berkembang dan maju karena memiliki visi dan misi sebagai berikut:

1) Visi

“Memimpin jalan menuju dunia yang lebih sehat. Dengan menjalankan visi di setiap tingkat organisasi, PT Wyeth akan diakui oleh karyawan, pelanggan, dan pemegang saham sebagai perusahaan farmasi terbaik di dunia, yang menghasilkan nilai bagi semua.”

2) Misi

“Menghadirkan produk farmasi dan perawatan kesehatan dunia yang meningkatkan kehidupan dan memberikan nilai luar biasa kepada pelanggan dan pemegang saham PT Wyeth.”

Di Indonesia sendiri PT Wyeth telah didirikan sejak tahun 1975 dengan nama PT Wyeth Laboratories, yang beralamatkan di Jl. Museum kota Jakarta pusat. Dan, Pada saat itu Wyeth hanya memasarkan satu produk saja

yaitu susu S26, susu S26 ini dikhususkan untuk bayi usia 0-6 bulan, yang dimana susu ini di import langsung dari Philadelphia, Amerika Serikat.

Di tahun 2000, Wyeth telah membeli saham 90 persen dari PT Wirayuda Estithama, hingga merubah status kepemilikan jadi PMDN (Perusahaan Milik Dalam Negeri) dari yang sebelumnya berstatus PMA (Perusahaan Milik Asing), dengan bergantinya status juga berganti nama menjadi PT Wyeth Indonesia.

Berkembangnya industri susu di Indonesia, membuat Wyeth memproduksi produk susu untuk anak usia pertumbuhan dengan kualitas premium, yang tujuannya untuk membantu menyempurnakan periode emas pertumbuhan otak pada anak. Produk yang di produksi Wyeth Indonesia meliputi :

(a) S26 Procal Gold

S26 Procal Gold merupakan susu anak masa pertumbuhan dengan inovasi formula terbaik dari Wyeth nutrition yang di buar oleh para ahli, untuk membantu pemenuhan kebutuhan nutrisi anak di usia 1 tahun – 3 tahu. Susu S26 Procal gold ini mengandung nutrisi yang baik guna untuk mendukung potensi anak, kemampuan belajar yang progresif anak, dan daya tahan tubuh anak.

(b) S26 Promise Gold

S26 Promise Gold merupakan susu anak dimasa pertumbuhan yang dirancang oleh parah ahli guna membantu pemenuhan kebutuhan fisik anak usia 3-12. Susu ini

terdapat kandungan nutrisi untuk dukung potensi anak, kemampuan belajar yang progresif anak, dan daya tahan tubuh anak.

(c) S26 Nutrisure Gold

S26 Nutrisure Gold adalah susu yang diformulasikan sebagai pendukung proses tumbuh kembang anak yang memiliki usia 1-10, tetapi memiliki permasalahan dalam urusan makan.

(d) S26 Procal Nutrissentials

S26 Procal Nutrissentials ditujukan untuk anak di usia 1-3 tahun. Dalam usia ini penting bagi para ibu untuk membantu pertumbuhan anak untuk kesiapan belajarnya. S26 Procal Nutrissentials ini memiliki kandungan Asam Linoleat, kaya akan Kolin, zat besi, Asam Folat, dan Zink. Dengan tingginya protein dan tingginya kalsium dalam susu ini sangat cocok untuk pertumbuhan dan perkembangan anak.

(e) S26 Promise Nutrissentials

Anak di usia 3 tahun keatas membutuhkan asupan pendukung guna membentuk proses belajar yang optimal, serta dukungan orang tua yang sangat dibutuhkan dalam mempersiapkan pondasi awal proses pembelajaran. S26 Promise Nutrissentials Ini cocok untuk anak di usia 3 tahun karena mengandung asam Linoleat, vitamin A, Selenium, protein , kalsium dan vitamin B2 dan B12.

PT. Wyeth juga program untuk para konsumennya, yaitu program *Loyalty Program* yang dimana program tersebut memberikan sebuah bonus bagi para calon konsumen dan konsumennya setelah membeli produk S26 Procal Gold, S26 Promise gold, S26 Nutrisure Gold, S26 Procal, dan S26 Promise.²³ Bonus yang diterima yaitu sebuah voucer belanja, perlengkapan makan anak, mainan anak, dan lain sebagainya.

b) Iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat

Iklan merupakan bagian yang paling dibutuhkan dalam mempromosikan suatu produk. Tujuannya dan manfaatnya tidak lain adalah untuk membuat citra yang baik bagi suatu produk. Hal ini juga dimanfaatkan oleh PT. Wyeth yang juga mempromosikan produknya yaitu S26 Procal Gold melalui iklan yang menggunakan media.

Iklan S26 Procal Gold ini berdurasi 30 detik. Iklan ini diawali dengan *Voice Over* seorang pria yang mnngucapkan “Setiap anak lahir dengan berbagai potensi”, dibarengi dengan backsound musik, serta vidio seorang ibu yang sedang mendampingi dan mengajari anaknya belajar. Kemudian anak itu mencoba mempraktekkan apa yang telah ibunya ajarkan,

²³ <https://www.wyethnutrition.co.id/> diakses pada tanggal 2 Januari 2020 pukul 20.15

dan disaat waktu bersamaan ibu nya membuat sebuah susu. kemudian itu muncul gambar produk S26 Procal Gold didekat ibu yang sedang membuat susu.

Di dalam vidio iklan tersebut juga menampilkan ketika anak beranjak dewasa sedang belajar mendesain baju, dan kemudian anak tersebut mengikuti lomba lomba young desaigner of the year dan anak tersebut menjuarai perlombaan tersebut. Dan diakhir vidio terdapat *voice over* “Baru ! S26 procal gold” dibarengi dengan gambar produk S26 Procal Gold yang terbaru.

Iklan S26 Procal gold ini dibintangi oleh 3 pemeran utama ,yaitu :

Tabel 4.1 Pemeran dalam Iklan

Pemeran	Biodata
 <p data-bbox="359 1102 611 1129">Pemeran anak kecil</p>	<p data-bbox="673 916 953 1129"> Nama Esther Punyada Veijanen, asal dari kota bangkok, Thailand. Kelahiran 8 September 2018. </p>



 <p>Pemeran anak beranjak dewasa</p>	<p>Nama : Nicole Elizabeth Rossi, asal dari kota Jakarta, Indonesia. kelahiran 4 Maret tahun 2010 dikota Jakarta.</p>
 <p>Pemeran Ibu</p>	<p>Nama Tasya Djerly ,berasal dari kota Manado, Indonesia. Kelahiran Manado, 18 Agustus 1990.</p>

c) Alur cerita iklan


Alur cerita iklan merupakan sebuah rangkaian kejadian didalam sebuah cerita iklan yang disusun secara berkaitan. Alur cerita dari iklan S26 Procal Gold, dijabarkan sebagai berikut :





Tabel 4.2 Alur Cerita Iklan


No	Durasi	Visual	Vidio	Audio
1	Detik 00.01 - 00.03	 <p>Gambar 4.1</p>	<p><i>Medium Shot.</i> Seorang ibu yang sedang menemani anak perempuan</p>	<p>Backsound, dan voice over “ Setiap anak lahir dengan</p>

		 <p>Gambar 4.2</p>	<p>nya belajar.</p> <p><i>Medium Shot.</i> Ibu tersebut mempelajari anaknya.</p>	berbagai potensi”
		 <p>Gambar 4.3</p>	<p><i>Close Up.</i> Ibu membantu anaknya untuk menempatkan tangan anaknya yang dilumuri cat ke sebuah kain putih.</p>	




2	Detik 00.04 - 00.07		<p><i>Medium shot.</i> Memperlihatkan hasil karya dari si anak.</p>	<p>Backsound, dan voice over “jika terus belajar dia bisa jadi hebat</p>
			<p><i>Close up.</i> Memperlihatkan ekspresi anak yang bahagia.</p>	
			<p><i>Medium long shot.</i> Anak meneruskan prakaryanya, dan ibunya mengaduk susu S26 Procal Gold.</p>	


		 <p>Gambar 4.7</p>	<p><i>Medium long shot.</i> Anak menoleh kearah ibunya yang sedang membuat susu.</p>	
3	Detik 00.08- 00.16	 <p>Gambar 4.8</p>	<p><i>Close up.</i> Memperlihatkan produk susu kaleng S26 Procal Gold, dan tangan ibu yang sedang mengaduk susu.</p>	<p>Backsound, dan voice over “berikan nutrisi yang tepat dan inspirasi”</p>

			<p><i>Medium shot.</i> Tangan ibu yang menggen- gam susu yang akan diberikan ke anaknya.</p>	
		<p>Gambar 4.9</p> 	<p><i>Close up.</i> Anak meminu- m susu sembari melihat ibunya.</p>	
		<p>Gambar 4.10</p> 	<p><i>Close up.</i> Anak menikmati susu.</p>	
		<p>Gambar 4.11</p> 	<p><i>Medium long shot.</i> Anak melihat ibunya yang sedang</p>	
		<p>Gambar 4.12</p>		

		 <p data-bbox="482 469 651 496">Gambar 4.13</p>	<p data-bbox="692 172 818 277">merapikan hiasan bunga.</p> <p data-bbox="692 320 801 426"><i>Medium long shop.</i></p> <p data-bbox="692 432 818 1422">Anak menunjukkan bahwa menemukan inspirasi dari ibunya yang sedang merapikan hiasan bunga, dan ditambah efek seperti menemukan inspirasi dengan gambar bunga yang terdapat di atas</p>	
--	--	--	---	--

			<p>kepala anak.</p> <p><i>Close up.</i> Anak mencoba melanjutkan prakarjanya dengan di tunjukannya tangan anak yang dilumuri cat.</p>	
		<p>Gambar 4.14</p> 	<p><i>Close up.</i> Memperlihatkan anak sedang menempelkan tangannya yang telah dilumuri cat</p>	
			<p>Gambar 4.15</p>	

4	Detik 00.17- 00.23	 <p>Gambar 4.16</p>	<p><i>Long shot.</i> Anak menjukkan hasil karya yang berupa baju yang telah dilumuri cat dengan cetakan tangan si anak.</p>	<p>Backsound, suara anak "Buat mama", dan <i>voice over</i> "untuk dukung kemampuan belajarnya yang terus berkembang".</p>
		 <p>Gambar 4.17</p>	<p><i>Medium close up.</i> Ibu yang memperlihatkan ekspresi bahagia.</p>	
		 <p>Gambar 4.18</p>	<p><i>Medium close up.</i> 4 tahun kemudian, anak tersebut</p>	

			<p>membawa sebuah kain dan berjalan menghapiri seseorang wanita.</p> <p><i>Long shot.</i> Anak, 1 wanita dewasa dan 1 Pria dewasa di School Of Fashion Desain.</p> <p><i>Long shot.</i> Memperlihatkan anak seolah-olah anak sedang mengamati sebuah baju.</p>	
		 <p>Gambar 4.19</p>		
		 <p>Gambar 4.20</p>		

5	Detik 00.24- 00.25	 <p>Gambar 4.21</p>  <p>Gambar 4.22</p>	<p><i>Medium close up.</i> Anak yang sedang memperhatikan seorang wanita memegang sebuah kain .</p> <p><i>Long shot.</i> Anak yang memenangkan sebuah penghargaan Young Designer Of the Year, dan dirayakan oleh banyak orang dan .</p>	<p>Backsound, dan <i>voice over</i> “Dari belajar jadi hebat”</p>
---	--------------------------	---	---	---

6	Detik 00.26- 00.30	 <p>Gambar 4.23</p>  <p>Gambar 4.24</p>  <p>Gambar 4.25</p>	<p><i>Medium shot.</i> Memperlihatkan ekspresi ibu dan ayah yang bahagia.</p> <p>Ekspresi bahagia dan anak menoleh ke arah kedua orang tuanya, dan dikelilingi oleh orang-orang disekitar.</p> <p><i>Close up.</i> Memperlihatkan produk dan susu kaleng S26 procal Gold.</p>	<p>Backsound, dan voice over “Baru ! S26 Procal Gold”</p>
---	--------------------------	--	---	---

2. Objek penelitian

Objek penelitian ini adalah komunikasi teks media iklan S26 Procal Gold versi Jadi Belajar Jadi Hebat, yang meliputi suara (audio) dan gambar (visual) dan dijelaskan sebagai berikut :

a) Suara

Suara ialah hasil penggabungan antara gesekan atau getaran yang dapat didengar oleh indra pendengar manusia. Dan suara dapat meramban melalui benda yang bersifat padat juga, jika gelombang tersebut dapat di pantulkan melalui media. Suara yang ada didalam iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat, yaitu *Voice Over*, Backsound musik, dan Dialog.

b) Gambar




Gambar ialah suatu penggabungan dari garis, bidang, warna sehingga menjadi sebuah penggambaran ekspresi perasaan pembuatannya. Dalam iklan S26 procal Gold ini terdapat berbagai macam gambar seperti, ekspresi wajah, benda, gerak tubuh.





B. Penyajian Data

Dalam penyajian data ini, peneliti akan memaparkan data, menjelaskan dan menjawab apa yang menjadi fokus dari penelitian. Penelitian ini menggunakan model semiotik jenis Charles Sander Peirce. Peneliti akan menjelaskan data audio dan visual tiap *scene* yang ada dalam iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat, Kemudian peneliti mencari makna pesan edukasi yang ada dalam pilihan *scene* tersebut untuk menemukan makna pesan edukasi yang terkandung dalam iklan S26 Procal Gold versi dari Belajar Jadi Hebat.

Tabel 4.3
Anlisis *scene* 1

Sign	Objek	Interpretan
	Gambar 4.1 : Seorang ibu yang menemani anaknya perempuannya belajar membuat sebuah karya.	Gambar 4.1 : menunjukkan kepedulian seorang ibu kepada anaknya dengan cara menemani dan mengawasi anaknya yang sedang membuat sebuah karya seni.
	Gambar 4.2 : Seorang Ibu mempelajari	Gambar 4.2 : Menunjukkan peran seorang

	<p>dan memberikan arahannya kepada si anak.</p>	<p>seorang ibu yang memiliki jiwa mendidik ke anaknya dengan cara mengajarkan, memberikan ilmu dan mengarahkan anaknya.</p>
	<p>Gambar 4.3 : Ibu membantu anaknya untuk menempelkan tangan anaknya yang dilumuri cat ke sebuah kain putih.</p>	<p>Gambar 4.3 : menandakan usaha seorang ibu dalam mendidik anaknya.</p>
	<p>Gambar 4.4 : Memperlihatkan hasil karya dari si anak.</p>	<p>Gambar 4.4 : Menjelaskan keberhasilan proses pengajaran untuk anak.</p>
	<p>Gambar 4.5 : Memperlihatkan ekspresi anak yang bahagia.</p>	<p>Gambar 4.5 : Menandakan si anak sedang sedang berbahagia.</p>

	<p>Gambar 4.6 : Anak meneruskan prakaryanya, dan ibu nya membuat susu S26 Procal Gold.</p>	<p>Gambar 4.6 : Menandakan anak yang memiliki rasa ingin tahu terhadap hal yang baru ia pelajari.</p>
	<p>Gambar 4.7 : Anak menoleh ke arah ibunya yang sedang membuat susu di meja dapur.</p>	<p>Gambar 4.7 : Menandakan sia anak ingin mencari perhatian dan memberi tahu kepada ibunya apa yang sedang dia lakukan.</p>
	<p>Gambar 4.8 : Memperlihatkan n produk susu kaleng S26 Procal Gold, dan ibu yang sedang mengaduk susu.</p>	<p>Gambar 4.8 : Menandakan ibu yang membuat susu formula, produk S26 procal Gold.</p>
	<p>Gambar 4.9 : Ibu yang akan memberikan</p>	<p>Gambar 4.9 : Menandakan seorang ibu yang peduli</p>

	<p>susu kepada anaknya</p> <p>Gambar 4.11 : Anak sedang meminum susu.</p>	<p>akan asupan yang tepat untuk masa perkembangan anaknya.</p> <p>Gambar 4.11 : Menunjukkan anak tersebut mengkonsumsi susu.</p>
	<p>Gambar 4.13 : menunjukkan bahwa menemukan inspirasi dari ibunya yang sedang merapikan hiasan bunga.</p>	<p>Gambar 4.13 : Menandakan si anak yang memiliki daya berfikir yang baik dan imajintif dari apa yang baru dia lihat.</p>
	<p>Gambar 4.14 : Anak sedang melumuri tangannya dengan cat , dan melanjutkan membuat karyanya.</p>	<p>Gambar 4.14: memperlihatkan usaha dari si anak dalam nerealisasikan ide dan imajinasinya.</p>

	<p>Gambar 4.16 : Anak menunjukkan hasil karyanya.</p>	<p>Gambar 4.16 : Menandakan si anak memiliki kemampuan dalam merealisasikan imajinasinya. Dan dapat dikatakan bahwa anak tersebut adalah anak yang kreatif.</p>
	<p>Gambar 4.17 Memperlihatkan ekspresi ibu.</p>	<p>Gambar 4.17 Menandakan kepuasan si ibu dengan apa yang sedang dia lihat.</p>

Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahwa sebagai orang tua khususnya seorang ibu , sudah menjadi kewajiban untuk menjaga mendidik, membimbing dan mengarahkan anaknya di saat masa perkembangan si buah hati. Tidak hanya itu, setiap orang tua juga harus memberikan asupan yang sehat , nutrisi yang cukup dan kelengkapan gizi untuk sang anak. Karena jika kebutuhan asupan dan pengawasan orang tua yang sudah di berikan sudah sesuai , anak akan tumbuh menjadi anak yang memiliki daya pemikiran yang baik, sistem

kesehatan yang baik, dan memiliki kreativitas yang tinggi.


Tabel 4.4
Anlisis scene 2



Sign	Objek	Interpretan
	Gambar 4.18 : Memperlihatkan 4 tahun kemudian, si anak tampak membawa sebuah kain.	Gambar 4.18 : Menandakan si anak tumbuh menjadi anak yang sehat.
	Gambar 4.19 : Memperlihatkan anak berada di School of Fashion Desain.	Gambar 4.19 Menunjukkan anak tersebut telah bersekolah di sekolah Fashion of Desain
	Gambar 4.21 : Anak yang sedang memperhatikan seorang wanita yang sedang menjelaskan sesuatu dengan membawa sebuah kain.	Gambar 4.21 : Menandakan anak tersebut sedang memperhatikan ekspresi anak yang terlihat bahagia

		karena seorang wanita yang sedang menjelaskan kepadanya cara mendesain baju.
--	--	--

Dari tabel diatas memperlihatkan 4 tahun kemudian, si anak tumbuh menjadi anak yang sehat dan pintar. Dan si anak juga telah bersekolah di School of Desain Fashion. Disekolah tersebut si anak belajar untuk membuat sebuah baju yang ditunjukkannya sebuah kain yang dipegang oleh si anak, dan seorang wanita yang menjelaskan dengan membawa sebuah kain kepada si anak. Dengan adanya ini, menandakan bahwa selama ini si anak telah di didik dan diperhatikan dengan orang tuanya dengan baik dan benar.

Tabel 4.5
Anlisis scene 3

Sign	Objek	Interpretan
	Gambar 4.22 : anak tersebut mengikuti perlombaan, dan anak tersebut juga berhasil memenangkannya.	Gambar 4.22 : Menandakan anak tersebut memiliki kemampuan lebih didalam bidang Fashion Desain.

	<p>Gambar 4.23 : Ekspresi ibu dan ayah yang terlihat bahagia.</p>	<p>Gambar 4.23 : Menggambarkan kebahagiaan dan kepuasan kedua orang tua atas apa yang telah dicapai oleh sang buah hati.</p>
	<p>Gambar 4.24 : Ekspresi bahagia dan anak menoleh ke arah samping.</p>	<p>Gambar 4.24 : Menggambarkan kepuasan dan kebahagiaan si anak atas yang apa dia raih. Dan dengan menoleh si anak kesamping juga menandakan dia menoleh kerah kedua orang tuanya yang ikut berbahagia atas keberhasilannya dalam meraih penghargaan Young Designer of the Year.</p> <p>Gambar 4.25 :</p>

	<p>Gambar 4.25 : Produk S26 Pocal gold dengan kemasan terbaru</p>	<p>Menandakan bahwa PT Wyeth memperkenalkan produk S26 procal Gold dengan penampilan terbaru .</p>
---	---	--

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa si anak telah mengikuti perlombaan Fashion Desain. Dan saat itu juga si anak juga mampu meraih keberhasilan dengan predikat Young Designer of the Years. Hal tersebut tak lepas dari peran orang tua nya yang telah mengajarkan, mendampingi dan memberikan asupan nutrisi yang cukup untuk anaknya dimasa pertumbuhan.

Dengan begitu peran orang tua sangatlah diperlukan dimasa perkembangan anak, karna sehat dan kreatif nya anak dimasa dewasa juga tak lepas dari peranan kedua orang tuanya. Dan di akhir iklan mnunjukkan produk dari S26 Procal Gold, dan dimana juga menjadi asupan si anak dalam masa perkembangannya.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Temuan Penelitian

Pada tahap ini penulis mencoba mengalisis data yang telah diperoleh dari bab sebelumnya. Peneliti menganalisis tanda-tanda pada *Scene* iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat menggunakan analisis semiotik model Charles Sander Pierce. Dan peneliti juga memaparkan temuan makna pesan apa yang disampaikan dalam

iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat.

Iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar jadi Hebat merupakan sebuah iklan yang memiliki pemaknaan lain dalam penyampaian pesannya. Tidak hanya makna pesan untuk membeli produknya, tetapi didalam pembuatan iklannya juga terdapat unsur-unsur bermakna dalam memberikan edukasi, yang dijelaskan sebagai berikut :

1) **Interksi ibu dan anak sebagai pengembang potensi anak**

Pada *Scene* 1 gambar 4.1 sampai 4.7, yang divisualisasikan seorang ibu sedang menemani dan mengajari anak saat membuat karya. Dan sebuah audio dari *voice over* “jika terus belajar dia bisa jadi hebat” .

Temuan dari analisis Gambar dan audio tersebut menunjukkan sebuah lambang untuk pemaknaan sebuah pesan, bahwasannya setiap anak yang dilahirkan tentu memiliki bakat dan potensinya masing-masing. disinilah peran orang tua khususnya seorang ibu, sangat dibutuhkan guna untuk membantu mengembangkan bakat dan potensi yang dimiliki oleh anak. Dan sebagai seorang ibu harus mampu melihat apa yang menjadi kelebihan yang dimiliki oleh anaknya, baik yang terlihat ataupun bakat yang terpendam.

Seorang ibu pasti mengharapkan untuk bisa memiliki hubungan yang kuat dengan

anaknya.²⁴ Hubungan ibu dan anak merupakan sumber emosional untuk anak. Hubungan tersebut menjadi keuntungan dari anak untuk dapat mengeksplorasi kehidupan anak. Mayoritas anak akan lebih dekat dengan ibu dibandingkan dengan ayahnya, hal tersebut karena sejak baru lahir hingga perkembangan anak jiwa seorang ibu ingin selalu disamping anaknya dan menemani si anak

Pada realitas kehidupan sebagai seorang ibu tentunya berharap dapat memiliki anak yang cerdas, pandai, dan dapat memiliki prestasi. Dalam hal ini seorang ibu memiliki peranan penting terhadap perkembangan anaknya sejak anak dilahirkan. Dan Tugas dari seorang ibu dalam masa perkembangan anaknya salah satunya adalah mencari tahu apa potensi yang dimiliki anak, dan kemudian mampu mengoptimalkan potensi yang dimiliki anak.

Potensi anak itu sendiri memiliki arti, suatu kemampuan yang dimiliki oleh seorang anak, dan selanjutnya dapat dikembangkan dan diwujudkan untuk menjadi manfaatnya yang nyata dalam kehidupan anak itu sendiri. Dengan kata lain, potensi adalah kemampuan yang

²⁴ <https://www.finansialku.com/hubungan-ibu-dan-anak/>, Diakses pada 10 Juli 2020 pukul 05.30

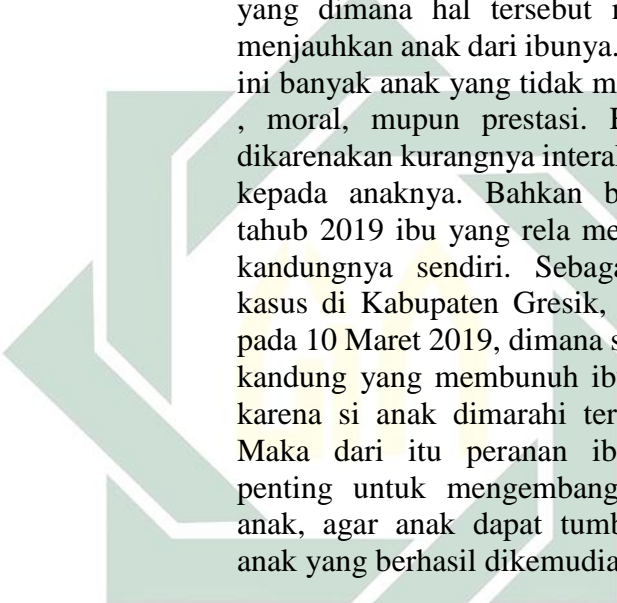
mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan.²⁵

Cara efektif yang digunakan ibu-ibu di kalangan masyarakat dalam mengenali potensi anak yaitu seorang ibu akan lebih seringnya mengajak interaksi anaknya. Dengan seringnya berinteraksi dengan anak ibu dapat lebih mudah memahami cara apa yang paling efektif dalam metode mengoptimalkan potensi maupun bakat yang dimiliki oleh anak. Dan keberhasilan seorang ibu dalam mengetahui dan mengoptimalkan potensi anak, akan sangat berguna untuk keberhasilan dalam kehidupan anak. Interaksi itu sendiri memiliki arti hubungan timbal balik antara satu orang dengan orang lainnya. Sedangkan dalam istilah sosiologi dikenal istilah interaksi sosial yaitu hubungan timbal balik atau aksi dan reaksi antara orang-orang.²⁶

Budaya pada masyarakat pada saat ini memercayai bahwa saat ini interaksi dan komunikasi secara verbal maupun nonverbal ibu kepada anaknya akan mempengaruhi prestasi dan kesuksesan kehidupan anak. Interaksi ibu dan anak harus berlangsung secara aktif, minimal dua hingga tiga jam perharinya, karena

²⁵ Ensiklopedi Indonesia, *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*, (Jakarta: Paksi Pamungkas, 1997), 358.

²⁶ Soetomo, *Dasar – dasar interaksi Belajar Mengajar* (Surabaya: Usaha Nasional, 1993), 9.



interaksi secara langsung tersebut dapat menunjang keberhasilan anak itu sendiri. Tetapi pada saat ini banyak seorang ibu mengganti cara interaksinya secara langsung dan aktif dengan memberikan barang-barang mewah seperti smartphone, yang dimana hal tersebut malah dapat menjauhkan anak dari ibunya. pada zaman ini banyak anak yang tidak memiliki etika , moral, mupun prestasi. Hal tersebut dikarenakan kurangnya interaksi orang tua kepada anaknya. Bahkan banyak pada tahun 2019 ibu yang rela membunuh ibu kandungnya sendiri. Sebagai contoh , kasus di Kabupaten Gresik, Jawa Timur pada 10 Maret 2019, dimana seorang anak kandung yang membunuh ibunya sendiri karena si anak dimarahi terus menerus. Maka dari itu peranan ibu sangatlah penting untuk mengembangkan potensi anak, agar anak dapat tumbuh menjadi anak yang berhasil dikemudian hari.

2) Ibu sumber inspirasi anak

Pada *Scene 1* gambar 4.13 sampai 4.16, yang memperlihatkan anak sedang berfikir dan berimajinasi dari melihat ibunya sedang merapikan sebuah hiasan bunga , yang kemudian anak tersebut melumuri tangannya dengan cat dan mencoba merealisasikan apa yang anak tersebut imajinasikan. Kemudian anak tersebut memperlihatkan hasil karya nya kepada ibunya.

Gambar tersebut mengartikan bahwasannya, setiap anak akan mengamati tingah laku orang tuanya khususnya seorang ibu , untuk ditiru dan dijadikan inspirasi yang bagus dan menarik. Inspirasi itu sendiri merupakan suatu proses yang mendorong manusia atau merangsang pikiran manusia untuk melakukan suatu tindakan, terutama untuk melakukan tindakan yang berhubungan dengan sesuatu yang kreatif.²⁷ Hal ini menunjukkan seorang ibu sangatlah penting untuk anak dalam konteks memberikan ide-ide yang baik bagi perkembangan kreativitas anak.

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) , kata ibu secara etimologi diartikan wanita yang telah melahirkan seseorang, Sebutan untuk wanita yang sudah bersuami dan panggilan yang takzim kepada wanita baik yang sudah bersuami maupun yang belum.²⁸ Seorang ibu merupakan sosok yang tidak dapat dipisahkan perannya dalam kehidupan sehari-hari dan juga tidak dapat tergantikan, mulai dari lahir hingga anak-anaknya tumbuh dewasa ibu akan selalu menjadi sumber inspirasi bagi kehidupan anak-anaknya. Dalam kehidupan anak, Ibu

²⁷ <https://www.zonareferensi.com/pengertian-inspirasi/>, Diakses pada 10 Juli 2020 pukul 05.35

²⁸ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm.416

merupakan sosok seorang perempuan yang memiliki peran sebagai pengajar, pendidik, dan sumber informasi, maupun menjadi sumber inspirasi untuk anak. Ibu dapat menjadi sumber inspirasi anak dalam hal mengerti arti dari kesabaran, tanggung jawab, dan ketaatan ibadah.

Secara budaya dikalangan masyarakat ibu merupakan sosok yang menginspirasi untuk anak-anaknya. Tetapi, untuk budaya modern yang ada pada saat ini kebanyakan ibu-ibu sulit menempatkan dirinya menjadi sumber inspirasi bagi anak-anaknya. Hal tersebut dikarenakan anak terlalu banyak dibiarkan menonton tv, katon, ataupun membaca komik, sehingga anak-anak menjadikan tokoh-tokoh utama dalam tontonannya sebagai sumber inspirasi bagi anak.

3) Ibu sebagai pemberi dukungan kegiatan pendidikan anak

Pada *Scene 2* gambar 4.18 sampai 4.21, memperlihatkan anak yang sudah beranjak dewasa sedang berada di *school of fashion design*, dan sedang memperhatikan penjelasan dari seorang wanita. Dan *voice over* “untuk dukung kemampuan belajarnya yang terus berkembang”.

Gambar tersebut menandakan bahwasanya, anak dalam masa berkembang sangat membutuhkan dukungan dari orang tua dan keluarganya.

Dan orang tua dapat memberikan dukungan kepada anak dengan cara memberikan fasilitas yang terbaik untuk anaknya, seperti apa yang diperlihatnya dalam iklan S26 Procal Gold ini anak tersebut disekolahkan disekolah Fashion Desain. Yang dimana fasion desaign telah diminati oleh si anak dari 4 tahun yang lalu.

Dukungan merupakan segala bentuk komunikasi verbal ataupun nonverbal yang didalamnya mengandung rasa kepedulian atau memberi bantuan yang memberikan keutungan emosional yang dapat berpengaruh pada tingkah laku penerimanya.

Pendidikan merupakan pengembangan potensi dari dalam diri seseorang untuk mendapatkan norma-norma tertentu yang lebih baik. Kegiatan pendidikan tersebut dapat didapatkan di lingkup keluarga, sekolah maupun kehidupan bermasyarakat.²⁹ Pendidikan pada anak sangat penting dan harus dilakukan sejak anak dilahirkan. Hal ini telah diungkapkan oleh beberpa hasil penelitian bahwa pemberian pendidikan sejak dini dapat berpengaruh kepada perkembangan pola pikir anak, kesehatan anak, dan kesipan anak dalam memerima hal-hal baru dalam

²⁹ Djumransjah, *Pendidikan Islam Menggali Tradisi Mengukuhkan Eksistensi*, (Malang : UIN-Malang Press, 2007), 85.

hidupnya khususnya ilmu dalam pendidikan.

Sama halnya dalam konteks kehidupan sehari-hari, seorang ibu yang memiliki anak diharuskan dapat memberikan dukungan dan mendidik anaknya dengan baik. Maka dari itu seorang ibu tentu harus memiliki ilmu sebagai bekal untuk memberikan pendidikan yang baik untuk anak, selain itu proses memberikan dukungan dan cara ibu mendidik anak secara tidak langsung juga dapat mempengaruhi kelangsungan pendidikan anak. Dan contoh dukungan ibu kepada anaknya, dapat dilakukan dengan cara mendampingi anak saat proses belajarnya, memberikan fasilitas pendidikan yang memadai sesuai minat dan bakat anak, dan juga menjadikan anak memahami gaya belajar anak.

Di Indonesia pendidikan juga masih menjadi sebuah permasalahan, banyak anak-anak yang belum mendapatkan pendidikan yang baik seperti sebagaimana semestinya, bahkan banyak anak yang belum merasakan mendapatkan pendidikan dari sekolah sama sekali. Kebanyakan anak yang tidak mendapatkan pendidikan yang baik adalah anak yang memiliki orang tua berlatar belakang ekonomi yang kurang mampu, masyarakat pelosok dan faktor minimnya pendidikan dari seorang ibu. Hal ini dikarenakan kurangnya pemerataan pendidikan di

Indonesia, dan juga tebang pilih antara yang mampu dan kurang mampu. Kebanyakan yang mampu akan bersekolahan yang lebih baik dan berstandart internasional, sedangkan yang kurang mampu bersekolah ke sekolahan yang biasa saja, asal bisa membaca dan menulis.

2. Prespektif Teori

Menurut Alston, teori acuan atau teori referensial ini merupakan salah satu jenis teori makna yang mengenali atau mengidentifikasi makna suatu ungkapan dengan apa yang diacunya atau dengan hubungan acuan itu.³⁰ Teori Referensial mengasumsikan setiap kata pasti memiliki makna. Teori ini mengungkapkan bahwasanya manusia akan menafsirkan setiap kata dengan pengalaman yang dimiliki. Teori ini berupa suatu peristiwa, sebuah proses ataupun sebuah fakta yang nyata. Skema konsep dari teori ini melalui kesadaran pengamatan yang bersifat individu yang menghasilkan persepsi perseorangan.

Untuk mengkonfirmasi hasil analisis dengan teori ini, dapat dilihat dari sudut pandang audio pada iklan yang mengacu pada visual. Dalam iklan S26 Procal Gold terdapat *voice over* yang terdapat kalimat "Berikan nutrisi yang tepat dan inspirasi". Kalimat tersebut menjadi sumber acuan iklan S26 procal Gold versi Dari Belajar jadi hebat, agar

³⁰ Alston ,W.P., *Philosophy of Language*, (New Jersey: Englewood Cliffs, 1964), 161.

iklan tersebut memiliki cerita yang menarik. Dan, dengan adanya kalimat dalam *voice over* tersebut, dapat menguatkan makna pesan apa yang disampaikan kepada *audience*.

Makna iklan dari kalimat tersebut, sesungguhnya S26 Procal Gold ingin mempersuasi konsumen atau calon konsumen yang melihat tayangan iklan tersebut, agar memberikan nutrisi kepada anak mereka dengan memberikan produk susu S26 procal Gold.

Hal tersebut diperkuat dengan adanya adegan di *scene* 1 gambar 4.6 sampai 4.11, dimana ibu sedang membuat segelas susu kepada anaknya yang sedang belajar. Namun menurut penulis, makna lain yang tersirat merujuk kepada pesan edukasi, yaitu pesan edukasi. Edukasi tersebut berupa, setiap ibu mempunyai kewajiban memberikan dukungan kepada anak disaat masa perkembangan, dan juga orang tua diharuskan menjadi contoh yang baik kepada anaknya.

Secara terminologi Abu Al "Aina Al Mardhiyah mendefinisikan bahwa ibu merupakan status mulia yang pasti akan disandang oleh setiap wanita normal. Ibu merupakan tumpuan harapan penerus generasi, diatas pundaknya terletak suram dan cemerlangnya generasi yang akan lahir.³¹ Padangan masyarakat kepada seorang ibu, ibu ada sosok yang berkewajiban bisa mendidik anak anaknya, dan dapat selalu mendampingi dan mendukung saat proses belajarnya. Karena banyak ahli atau pakar menyimpulkan bahwa

³¹ Abu Al "Aina Al Mardhiyah, *Apakah Anda Ummi Sholihah?*, (Solo : Pustaka Amanah, 1996), 20.

kebanyakan orang yang berhasil dalam hidupnya , dahulunya merupakan anak yang mendapat pendidikan yang baik dan dukungan orang tuanya khususnya ibu pada masa belajarnya.

Dilanjutkan pada scene 2 gambar 4.19 sampai 4.21 terdapat audio dengan kalimat “Untuk dukung kemampuan belajarnya yang terus berkembang”. Hal ini menunjukkan bahwa anak sedang berjalan di sekolah desain fashion dan anak tersebut terlihat menghampiri seorang wanita.

Makna yang terkandung menurut penulis adalah, setiap anak akan tumbuh menjadi dewasa dan akan mengalami perkembangan. Dan dimasa itulah peran ibu untuk memberikan pendidikan yang sesuai dengan minat dan bakat anak.

Pada saat ini banyak dinegara-negara maju yang menggunakan sistem pendidikan yang modern, contohnya memberikan memberikan pembelajaran sejak dini tidak terfokus pada penekanan pembinaan karakter yang berfokus pada pelajaran saja.³² Prestasi seseorang tidak hanya dilihat pelajaran akademik saja, tetapi dapat juga dilihat juga prestasi non akademik yang menyangkut bakat dan minat seseorang. Karena era digital seperti ini manusia dituntut untuk lebih kreatif dalam bekerja dan melakukan sesuatu. Begitu pula dengan seorang ibu, yang secara tidak langsung dituntut untuk mendidik anaknya sesuatu apa yang bakat anak miliki, tidak serta merta apa yang ibu kehendaki.

³² <https://edukasi.kompas.com/read/2019/02/20/07102141/ini-rahasia-pendidikan-finlandia-menjadi-yang-terbaik-di-dunia-1?page=all> , Diakses pada 10 Juli 2020 pukul 09.00.

Kemudian pada scene 3 gambar 4.22 sampai 4.24 yang juga terdapat audio dengan kalimat “Dari Belajar Jadi Hebat ! , Baru S26 Procal Gold”. Pada scene tersebut menunjukkan akan yang tumbuh dewasa telah memenangkan penghargaan sebagai desainer termuda pada tahun itu.

Makna yang ingin disampaikan pada scene 3 adalah jika anak dimasa perkumbuhannya didukung dan dibimbing oleh ibunya dengan baik , kedepannya akan menjadi anak memiliki prestasi yang baik . Dan pembelajaran dari orang tua itulah anak bisa menjadi lebih hebat untuk kedepannya.

Pada saat ini profesi fashion design atau desain busana tidak hanya meremba dikalangan orang dewasa , dikalangan anak-anak juga banyak yang menekuninya contohnya adalah Sydney Keiser yang menjadi salah satu desainer busana termuda saat ini. Di usianya yang masih muda Sydney sudah berkerja sama dengan salah satu label busana ternama di negara australia, sydney menjadi salah satu desain busana untuk anak-anak.³³

Profesi fashion desain dikalangan masyarakat modern saat ini sangat banyak digemari karena profesi ini sangat memiliki prospek yang sangat bagus dan dapat mendapatkan banyak keuntungan uang. Bahkan banyak di seluruh penjuru dunia memiliki sekolah fashion design dan perlombaan, karena banyaknya minat dibidang fashion design. Profesi ini dapat maju dengan cepat dikarenakan, pertumbuhan fashion yang semakin

³³ <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20141218142205-277-19083/sydney-keiser-desainer-termuda-di-dunia>, Diakses pada 9 Januari 2020 pukul 14.50

hari semakin banyak peminatnya dan dibarengi dengan kemajuan style busana yang menarik.

Dari beberapa potongan makna pesan tersebut, penulis dapat menyimpulkan pesan yang tersirat dalam iklan tersebut selain pesan yang mempersuasi untuk sebuah produk adalah jika menjadi ibu, jadilah seorang ibu yang bertanggung jawab akan masa pertumbuhan anaknya, dengan cara memberikan asupan yang sehat, memberikan ide-ide yang menginspirasi bagi anak, dan memberikan dukungan kepada anak. Agar anak dapat tumbuh dan berkembang menjadi anak yang memiliki prestasi sesuai apa yang menjadi minat dan potensi anak. Jika anak dapat memiliki prestasi, orang tua juga akan bangga kepada anaknya dan menjadi kebanggaan tersendiri untuk ibu yang telah berhasil mendidik anaknya. Dan faktor kehebatan anak dimasa mendatang juga faktor dari keberhasilan cara seorang ibu yang mendidik.

Dan diakhir menampilkan produk dari S26 Procal Gold dalam kemasan baru. Visual tersebut menunjukkan selain peran ibu yang selalu memberikan arahan tau dukungan kepada anak, PT Wyeth juga berperan dalam memberikan kebutuhan gizi dan nutrisi anak, serta mempelopori orang tua khususnya ibu untuk mendidik anaknya dengan sebaik mungkin.

3. Prespektif Islam

Berdasarkan fakta dan hasil temuan yang dapat peneliti temukan mengenai pemenuhan kewajiban ibu sebagai pemberi air susu untuk anak.

Agama Islam menjelaskan perihal tersebut dalam Al-Qur'an surah Al Baqarah ayat 233 :

• وَالْوَالِدَاتُ يُرْضِعْنَ أَوْلَادَهُنَّ حَوْلَيْنِ كَامِلَيْنِ لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يُتِمَّ
الرِّضَاعَةَ وَعَلَى الْمَوْلُودِ لَهُ رِزْقُهُنَّ وَكِسْوَتُهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ لَا
تُكَلِّفُ نَفْسٌ إِلَّا وُسْعَهَا لَا تُضَارَّ وَالِدَةٌ وَالدُّهُ بِوَالِدِهَا وَلَا مَوْلُودٌ لَهُ بِوَالِدِهِ
وَعَلَى الْوَارِثِ مِثْلُ ذَلِكَ فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنِ تَرَاضٍ مِنْهُمَا
وَتَشَاوُرٍ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تُنْقِرُوا أَوْلَادَكُمْ
فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُم بِالْمَعْرُوفِ وَاتَّقُوا اللَّهَ
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ - ٢٣٣

Artinya : “Dan ibu-ibu hendaklah menyusui anak-anaknya selama dua tahun penuh, bagi yang ingin menyusui secara sempurna. Dan kewajiban ayah menanggung nafkah dan pakaian mereka dengan cara yang patut. Seseorang tidak dibebani lebih dari kesanggupannya. Janganlah seorang ibu menderita karena anaknya dan jangan pula seorang ayah (menderita) karena anaknya. Ahli waris pun (berkewajiban) seperti itu pula. Apabila keduanya ingin menyapih dengan persetujuan dan permusyawaratan antara keduanya, maka tidak ada dosa atas keduanya. Dan jika kamu ingin menyusukan anakmu kepada orang lain, maka tidak ada dosa bagimu memberikan pembayaran dengan cara yang patut. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan”³⁴

³⁴ QS. Al-Baqarah [2] 233

Bedasarkan ayat tersebut, peneliti menemukan bahwasannya setiap ibu memiliki kewajiban memberikan air susu ibu hingga anak berusia dua tahun. Sedangkan seorang ayah memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan istrinya baik kebutuhan jasmani dan rohani, dengan kata lain seorang ayah berkewajiban meberikan nafkah kepada keluarganya dibawah tanggung jawabnya dan merawat keluarganya.

Menurut pandangan penulis PT Wyeth selaku pemilik iklan S26 procal Gold, tidak menyalahi aturan dari agama islam dikarenakan PT Wyeth sendiri tidak mewajibkan dan tidak ada unsur pemaksaan dalam membeli produknya. Menurut penulis PT Wyeth hanya ingin membantu ibu-ibu yang memiliki bayi yang tidak mau diberikan asi secara langsung, dengan mengganti dengan susu formula S26 Procal Gold. Dalam ajaran islam pun diperkanan ibu tidak memberikan air susu kepada anaknya tetapi hal tersebut harus mendapatkan keridhaan dari suami atau ayah dari bayi , dan jika menggati air susu ibu berkewajiban memberikan upah yang pantas kepada orang lain sebagi pengganti air susunya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Iklan S26 Procal Gold versi Dari Belajar Jadi Hebat dari PT.Wyeth Nutrition ini menceritakan tentang seorang ibu yang sedang membimbing dan mengawasi anak perempuannya dimasa pertumbuhan anak. Hingga akhirnya 4 tahun kemudian anak tersebut mendapatkan prestasi Young Designer Of The Year (Desainer muda tahun ini). Setelah menganalisis dengan metode semiotik Charles Sander Peirce, maka peneliti menyimpulkan hasil analisis makna pesan edukasi yang terkandung dalam iklan S26 Procal Gold Dari Belajar Jadi Hebat, sebagai berikut :

1. Visual yang diperlihatkan pada tabel 4.3 *scene 1* mengandung makna edukasi bahwa sebagai orang tua khususnya seorang ibu , memiliki kewajiban untuk menjaga mendidik, membimbing dan mengarahkan anaknya di saat masa perkembangan si buah hati. Selain itu, setiap orang tua juga harus memberikan asupan yang sehat , nutrisi yang cukup dan kelengkapan gizi untuk sang anak. Karena jika kebutuhan hal tersebut terpenuhi maka anak yang memiliki kreativitas yang tinggi dan kesehatan tubuh yang baik.
2. Visual yang diperlihatkan pada tabel 4.4 *scene 2* memperlihatkan anak yang telah tumbuh menjadi anak yang sehat dan pintar. Hal tersebut menandakan anak yang didik dan diperhatikan dengan orang tuanya khususnya ibu akan menjadi anak yang sehat dan pintar.

3. Visual yang diperlihatkan pada 4.5 *scene 3* anak telah meraih penghargaan berupa *Young Designr of the Years*. Hal tersebut tak lepas dari peran ibu yang telah mendampingi dan memberikan asupan nutrisi untuk anaknya dimasa perkembangannya. Maka dari itu orang tua khususnya ibu sangatlah diperlukan dimasa perkembangan anak, karna sehat dan kreatif nya anak dimasa dewasa juga tak lepas dari peranan kedua orang tuanya.

B. Rekomendasi

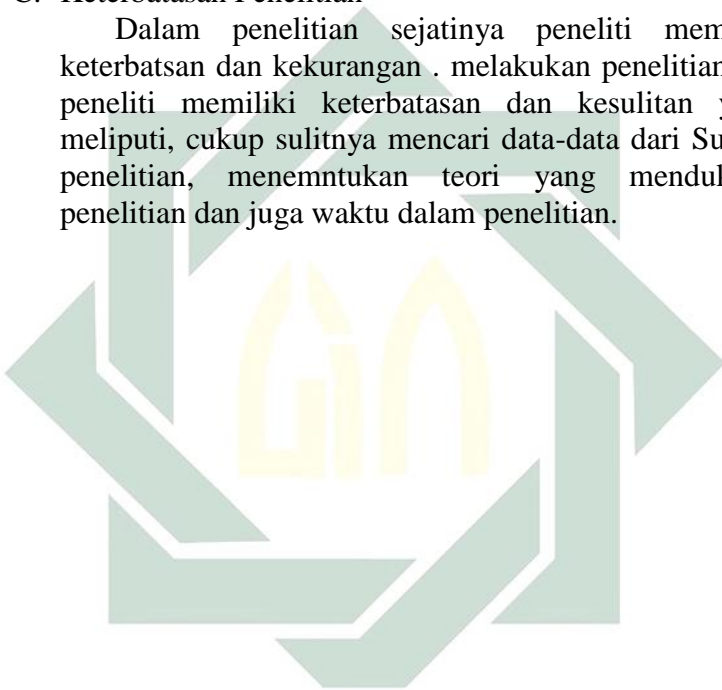
Berdasarkan hasil dari pemelitan Iklan S26 procal Gold memberikan makna pesan untuk mengedukasi seluruh penontonnya , salah satunya penulis. Maka peneliti memiliki merekomendasikan , diantaranya sebagai berikut :

1. Bagi PT. Wyeth, untuk terus membuat produk yang baik bagi anak anak diseluruh penjuru dunia dan juga membuat iklan yang memiliki makna pesan yang postiv untuk konsumen dan calon konsumennya.
2. Untuk masyarakat , agar dapat lebih bijak dan kritis dalam memaknai pesan dari sebuah iklan. Karena setiap iklan semata-mata tidak hanya mempersusif produknya, tetapi juga dapat memiliki makna pesan lainnya.
3. Untuk pembuat iklan, disarankan untuk lebih kreatif dalam pembuatan iklan agar penonton tertarik dengan produk yang sedang diiklannya, dan agar dapat mudah diingat oleh penonton sehingga iklan memiliki citra yang baik.

4. Untuk peneliti berikutnya, menggali data lebih dalam lagi agar dapat memperkuat temuan yang didapat, dan juga diperkuat dengan teori-teori yang mendukung penelitian.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian sejatinya peneliti memiliki keterbatasan dan kekurangan . melakukan penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan dan kesulitan yang meliputi, cukup sulitnya mencari data-data dari Subjek penelitian, menemntukan teori yang mendukung penelitian dan juga waktu dalam penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Alston ,W.P., *Philosophy of Language*, New Jersey: Englewood Cliffs, 1964.
- Aminuddin., *pengantar Apresiasi Karya Sastra*. Bandung : Penerbit Sinar Baru Algensindo, 2015.
- Aminuddin., *Semantik*. Bandung : Sinar Baru, 1998.
- Bungin ,B., *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta : Kencana, 2008.
- Chaer , A., *Linguistik Umum*. Jakarta : Rineka Cipta, 1994.
- Danesi, M., *Pesan, Tanda, dan Makna : Buku Teks Dasar Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra, 2012.
- Djumransjah., *Pendidikan Islam Menggali Tradisi Mengukuhkan Eksistensi*, Malang : UIN-Malang Press, 2007
- Effendy, Uchjana, O., *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2003.
- Ensiklopedi Indonesia., *Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*, Jakarta: Pakhi Pamungkas, 1997.
- Fiske, J., *Cultural and Communication Studies : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta : Jalasutra, 2006.
- Fiske, J., *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers, 2012.

- Hafied, C., *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo, 2004.
- Ida, R., 2014. *Metode Penelitian: studi media dan kajian Budaya*. Jakarta : Prenada media group, 2014
- Jaiz, M., *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta : Graha ilmu, 2014.
- Jefkins, F., *Periklanan*. Jakarta : Erlangga, 1995.
- Kaelan., *Filsafat Bahasa Semiotik dan Hermeneutika*. Yogyakarta : Paradigma, 2009
- Krisyantono., *Teknik Praktis Kiat Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Littlejhon, SW. & Foss KA., *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication. Edisi Kesembilan. Terjemahan oleh Mohammad yusuf Hamdan*. Jakarta : Salemba Humanika, 2009.
- Mulyana, D., *Ilmu Komunikasi: Suatu pengantar*. Jakarta : Rosdakarya, 2005.
- Pambayun EL., *Communication Quotient : Kecerdasan Komunikasi dalam Pendekatan Emosional dan Spiritual*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Purwadarminta, WJS., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka, 2005.

QS. Al-Baqarah [2] 233

- Rakhmat, J., *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT.Remaja Rosdakarya, 2004.
- Rokhmansyah, A., *Studi dan Pengkajian Sastra : Perkenalan Awal terhadap Ilmu Sastra*. Yogyakarta : Graha Ilmu, 2014.
- Santosa, P., *Ancangan Semiotika dan Pengkajian Susastra*. Bandung : Angkasa, 1931.
- Shimp., *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta : Erlangga, 2003
- Siahaan, SM., *Komunikasi Pemahaman dan Penerapannya*. Jakarta : Gunung Mulia, 1991.
- Sobur, A. *Ananlisis Teks Media : Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Ananlisis Semiotik dan Analisis Framig*. Bandung : PT. Rosdakarya, 2006.
- Sobur, A., *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Soetomo, *Dasar – dasar interaksi Belajar Mengajar* Surabaya: Usaha Nasional, 1993.
- Suhardi., *Dasar-Dasar Ilmu Semantik*. Yogyakarta : AR-RUZZ MEDIA, 2015.
- Terence AS., *Periklanan Pomosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu jilid 1*. Jakarta : Erlangga, 2003.
- Vera, N., *Semiotika dalam Riset komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2014.

Widya, W., *Semantik Bahasa Indonesia*. Klaten : PT. Intan Pariwara, 2009.

Widjaja AW., *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000

Zoest AV., *Semiotika : Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa yang kita Lakukan Dengannya*. Jakarta : Yayasan Sumber Agung, 1993.

Zoest, AV., *Serba-Serbi Semiotik*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka utama, 1996.

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20141218142205-277-19083/sydney-keiser-desainer-termuda-di-dunia>, Diakses pada 9 Januari 2020 pukul 14.50

<https://edukasi.kompas.com/read/2019/02/20/07102141/ini-rahasia-pendidikan-finlandia-menjadi-yang-terbaik-di-dunia-1?page=all>, Diakses pada 10 Juli 2020 pukul 09.00.

<https://www.finansialku.com/hubungan-ibu-dan-anak/>, Diakses pada 10 Juli 2020 pukul 05.30

<https://www.wyethnutrition.co.id/> diakses pada tanggal 2 Januari 2020 pukul 20.15

<https://www.zonareferensi.com/pengertian-iklan/> diakses pada 2 februari 2020 pukul 21.30

<https://www.zonareferensi.com/pengertian-inspirasi/>, Diakses pada 10 Juli 2020 pukul 05.35