

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis semiotika terhadap delapan episode serial animasi *Petualangan Minzi*, dapat disimpulkan bahwa animasi tersebut berfungsi secara efektif sebagai media komunikasi visual dalam merepresentasikan Program Makan Bergizi Gratis (MBG) yang dikelola oleh Badan Gizi Nasional. Serial ini tidak hanya menyampaikan informasi program secara eksplisit, tetapi juga membangun makna melalui sistem tanda visual dan naratif yang terstruktur, sehingga pesan program dapat diterima secara persuasif, edukatif, dan komunikatif oleh masyarakat.

Melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce, ditemukan bahwa setiap elemen visual dalam animasi mulai dari karakter, warna, ekspresi, latar, hingga alur cerita mengandung relasi triadik antara representamen, objek, dan interpretan. Karakter Minzi, misalnya, berfungsi sebagai representamen yang merujuk pada objek berupa institusi Badan Gizi Nasional dan nilai-nilai program MBG, serta menghasilkan interpretan berupa persepsi publik tentang pemerintah yang ramah, peduli, dan dekat dengan masyarakat. Secara klasifikasi tanda, Minzi bekerja sekaligus sebagai ikon (karakter pendamping yang menyerupai figur edukator), indeks (ekspresi ceria sebagai penanda suasana positif), dan simbol (seragam biru yang merepresentasikan identitas BGN).

Konsistensi visual Minzi, terutama pada penggunaan warna biru yang selaras dengan identitas logo BGN, memperkuat aspek simbolik yang berfungsi membangun *brand awareness* dan citra kelembagaan. Selain itu, penggambaran karakter yang ceria, optimis, dan penuh semangat menjadi indeks dari nilai-nilai program MBG, yaitu kepedulian, harapan, serta komitmen pemerintah dalam pemerataan gizi nasional. Narasi yang disusun secara ringan dan komunikatif, disertai unsur hiburan dan komedi pada beberapa episode, menjadikan pesan program lebih mudah dipahami oleh berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak dan keluarga muda.

Dalam komunikasi publik, pemanfaatan animasi sebagai medium digital di platform Instagram menunjukkan bahwa strategi komunikasi visual memiliki efektivitas tinggi dalam menyampaikan kebijakan publik. Pendekatan ini mampu mengatasi keterbatasan komunikasi formal yang cenderung satu arah, serta menghadirkan komunikasi yang lebih partisipatif, emosional, dan dekat dengan audiens. Serial *Petualangan Minzi* berhasil mengemas isu gizi yang bersifat teknis menjadi cerita yang humanis dan relatable, sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya gizi seimbang dan tujuan program MBG.

Dengan demikian, secara semiotika dapat ditegaskan bahwa serial *Petualangan Minzi* berhasil merepresentasikan Program Makan Bergizi Gratis melalui konstruksi tanda ikon, indeks, dan simbol yang konsisten, terintegrasi, dan bermakna. Serial ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan citra positif Badan Gizi Nasional serta sarana edukasi publik yang efektif dalam mendukung keberhasilan komunikasi program pemerintah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran dapat diajukan baik untuk pengembangan kajian akademik maupun implementasi praktis program komunikasi publik Badan Gizi Nasional. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas pendekatan metodologis dengan mengombinasikan analisis semiotika dengan metode kuantitatif, seperti survei persepsi audiens, wawancara mendalam, maupun pengukuran efektivitas pesan, sehingga dampak komunikasi visual terhadap tingkat pemahaman, sikap, dan perubahan perilaku masyarakat dapat diukur secara lebih komprehensif. Penelitian juga dapat dikembangkan melalui penggunaan perspektif teori lain, seperti analisis resepsi, framing media, atau analisis wacana kritis, guna memperoleh sudut pandang yang lebih beragam mengenai konstruksi makna dan penerimaan publik terhadap konten komunikasi pemerintah. Selain itu, studi komparatif antarplatform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube penting dilakukan untuk mengetahui karakteristik distribusi pesan serta efektivitas jangkauan komunikasi digital di masing-masing platform.

Sementara itu, dari sisi praktis, pengembangan serial animasi *Petualangan Minzi* sebagai media komunikasi Program Makan Bergizi Gratis (MBG) perlu terus dioptimalkan dengan mempertahankan konsistensi identitas visual karakter Minzi sebagai simbol Badan Gizi Nasional guna memperkuat pengenalan dan citra kelembagaan di mata publik. Variasi konten juga perlu ditingkatkan melalui penyajian tema yang lebih kontekstual, seperti cerita dampak nyata program di berbagai daerah, testimoni penerima manfaat, maupun pengenalan kearifan lokal, sehingga pesan program terasa lebih dekat dengan pengalaman masyarakat. Pemanfaatan fitur-fitur interaktif media sosial, peningkatan frekuensi unggahan, serta kolaborasi dengan kreator digital dapat menjadi strategi untuk memperluas jangkauan audiens, khususnya generasi muda sebagai pengguna aktif media sosial. Di samping itu, evaluasi berkala terhadap respons dan umpan balik audiens penting dilakukan agar pesan yang disampaikan tetap relevan, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat digital. Dengan langkah-langkah tersebut, serial *Petualangan Minzi* diharapkan dapat semakin efektif tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pembentukan citra positif pemerintah dalam mendukung keberhasilan Program Makan Bergizi Gratis secara berkelanjutan.

