DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ii
LEMBAR PERNYATAAN iii
ABSTRACT iv
ABSTRAK v
PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR BAGAN xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 6
1.3 Rumusan Masalah 7
1.4 Tujuan Penelitian 7
1.5 Manfaat Penelitian 8
1.6 Pembatasan Masalah dan Asumsi 9
1.6.1 Batasan Masalah 9
1.6.2 Asumsi Penelitian 9
1.7 Sistematika Penulisan 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12
2.1 Iklan Televisi 12
2.1.1 TeknikVisual Iklan Televisi 14
2.1.2 Daya Tarik dan Pendekatan Iklan Televisi 16
2.1.3 Naskah Iklan Televisi 19
2.2 Teknik Pengambilan Gambar 20

2.2.1 *Angle* dan Pergerakan Kamera 21
2.2.2 Ukuran Pengambilan 23
2.3 Peran Anak-anak 27
2.3.1 Psikologi Anak-anak 27
2.3.2 Anak-anak Dalam Undang-undang Penyiaran 34
2.4 Penelitian Sebelumnya 37
2.5 Teori Bahasa Rupa 41
2.6 Alur Penelitian 45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 46
3.1 Metode dan Alur Pembahasan 46
3.2 Sumber Data dan Cara Penentuan Informasi 50
3.2.1 Sumber Data 50
3.2.2 Cara Penentuan Informasi 51
3.3 Perancangan dan Analisis Data 53
3.3.1 Storyboard Iklan Tri Indie+ 54
3.3.2 Storyboard Iklan Walls Selection 63
3.3.3 Storyboard Iklan Margarin Forvita 68
3.4 Waktu dan Lokasi Penelitian 71

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 72
4.1 Iklan Televisi Dengan Figur Anak 72
4.1.1 Pesan Iklan Televisi yang Diperankan Oleh Anak-anak 73
4.1.2 Bahasa Rupa Iklan Televisi yang Diperankan Oleh Anak-anak 86
4.1.3 Pesan Iklan dan Aturan Periklanan 103
4.2 Pembahasan Penelitian 106
4.2.1 Membaca Bahasa Rupa Iklan Tri Indie+ 106
4.2.2 Membaca Bahasa Rupa Iklan Wall’s Selection 135
4.2.3 Membaca Bahasa Rupa Iklan Margarin Forvita 149

BAB V KESIMPULAN..... 158
5.1 Kesimpulan 158
5.2 Saran 161

DAFTAR PUSTAKA 163

LAMPIRAN..... 167

GLOSARIUM..... 193