DAFTAR ISI

Lembar Judul

Lembar Pengesahan

Abstrak

Kata Pengantar i

Daftar Isi ii

Daftar Gambar iv

Daftar Tabel v

Daftar Lampiran vi

Glosari viii

BAB I PENDAHULUAN…….. 1

1.1. Latar Belakang Masalah……..……. 1

1.2. Identifikasi Masalah……..……..... 4

1.3. Perumusan Masalah……...……... 4

1.4. Pembatasan Masalah……. 4

1.5. Tujuan Penelitian……..... 5

1.6. Manfaat Penelitian……... 6

1.7. Metode Penelitian……. 6

1.8. Sistematika Penulisan…….…….. 6

BAB II IKLAN TELEVISI PRODUK MAKANAN RINGAN……..……..…… 8

2.1. Definisi Iklan……...……..... 8

2.2. Iklan pada Media Televisi…….……..... 9

2.3. Iklan Produk Makanan Ringan……..……. 12

2.4. Strategi Kreatif Iklan…….. 13

2.5. Visualisasi Iklan Televisi……..…….…. 14

2.5.1. Unsur Sinematik……..... 16

2.5.2. Warna..... 17

BAB III IKLAN TELEVISI PRODUK MAKANAN *RICHEESE NABATI*…… 19

3.1. PT. Kaldu Sari Nabati Indonesia…… 19

3.2. Pemaparan Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land versi Factory*"…….. 23

3.2.1. Strategi Komunikasi……..….. 23

3.2.2. *Positioning*……. 24

3.2.3. Target Pasar…….…….. 24

3.2.4. Deskripsi Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….…. 24

BAB IV TINJAUAN VISUAL PADA IKLAN TELEVISI *RICHEESE NABATI* VERSI "RICHEESE LAND FACTORY"……..… 28

4.1. *Scene* Pertama Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….. 29

4.2. *Scene* Kedua Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….….. 30

4.3. *Scene* Ketiga Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"……... 32

4.4. *Scene* Keempat Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"……..… 34

4.5. *Scene* Kelima Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"……...… 35

4.6. *Scene* Keenam Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"……...…… 37

4.7. *Scene*Ketujuh Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"……..… 39

4.8. *Scene* Kedelapan Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"……..…… 41

4.9. *Scene* Kesembilan Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…… 43
4.10. *Scene* Kesepuluh Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…… 45
4.11.
BAB V SIMPULAN……..……. 47
5.1. Simpulan..... 47
5.2. Saran..... 48

DAFTAR PUSTAKA……...… 49
LAMPIRAN……..... 51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. *Richeese Nabati*……. 19

Gambar 3.2. *Richeese Nabati* Pisang Keju…… 19

Gambar 3.3. *Richeese Nabati* 10 g……. 20

Gambar 3.4. *Richeese Nabati* 20 g……. 20

Gambar 3.5. *Richeese Nabati* 75 g……. 20

Gambar 4.1. *Scene* pertama iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….. 29

Gambar 4.2. *Scene* kedua iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…… 30

Gambar 4.3. *Scene* ketiga iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…… 32

Gambar 4.4. *Scene* keempat iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….. 34

Gambar 4.5. *Scene* kelima iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….. 35

Gambar 4.6. *Scene* keenam iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….. 37

Gambar 4.7. *Scene* ketujuh iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….. 39

Gambar 4.8. *Scene* kedelapan iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….. 41

Gambar 4.9. *Scene* kesembilan iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….. 43

Gambar 4.10. *Scene* sepuluh iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…….. 45

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Informasi Nilai Gizi *Richeese Nabati*……. 20
Tabel 3.2. Produk-produk lain yang diproduksi oleh PT. Kaldu Sari Nabati Indonesia……. 21
Tabel 3.3. Pemaparan visualisasi iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"…… 25

DAFTAR LAMPIRAN

- Lembar bimbingan mata kuliah tugas akhir/skripsi program studi desain komunikasi visual.
- Surat permohonan izin melakukan wawancara dengan Pandu Antonius, selaku Assistant Brand Manager PT. Kaldu Sari Nabati Indonesia.
- Hasil melakukan wawancara dengan Pandu Antonius, selaku Assistant Brand Manager PT. Kaldu Sari Nabati Indonesia.

GLOSARI

Audio	:	pendengaran; penerimaan bunyi.
Durasi	:	waktu sesuatu yang sedang berlangsung; rentang waktu; lamanya suatu bunyi yang diucapkan.
Ide	:	Gagasan; cita-cita.
Iklan	:	berita pesanan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan; pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang atau jasa yang dijual, dipasang di media massa atau di tempat-tempat umum.
Komunikasi	:	kontak, hubungan, penyampaian dan penerimaan pesan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang memungkinkan pesan itu bisa diterima atau dipahami; perhubungan.
Konsumen	:	pemakai barang-barang hasil produksi.
Kreatif	:	memiliki daya cipta, memiliki kemampuan untuk menciptakan, dan bersifat daya cipta.
Merek	:	cap yang mengatakan nama; kualitas.
Minat	:	keinginan; kesukaan.
Pasar	:	Tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang yang diperjualbelikan; tempat orang berjual beli; pekan; kekuatan penawaran dan permintaan; tempa penjual yang ingin menukarkan barang dan jasa dengan uang.
Pesan	:	amanat yang disampaikan lewat orang lain, perintah atau nasihat yang tidak langsung (melalui perantara).
Produk	:	barang yang merupakan hasil dari proses pengusahaan (pabrik dan sebagainya); barang yang dibuat dan ditambah nilainya dalam proses produksi; benda yang bersifat kebendaan barang; hasil kerja.
Produsen	:	penghasil barang-barang produksi.
Scene	:	menggamparkan suatu peristiwa secara berkesinambungan;

Seri	:	tempat adegan berlangung. rangkaian yang sambung-menyambung; rangkaian yang berturu
Strategi	:	turut.
Visual	:	rencana yang cermat untuk mencapai sasaran khusus. gambar; sesuatu yang dapat terlihat.