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

Peranan unsur visual dalam iklan *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*" sangat penting. Iklan disajikan dengan alur cerita yang menarik dengan mengutamakan unsur visual dibandingkan dengan unsur tulisan atau unsur *copywrite*. Dengan alur cerita yang sederhana dan menarik, warna yang sesuai, dan tata letak atau *layout* yang baik diharapkan dapat dipahami oleh konsumennya sehingga dapat memberikan sugesti agar target pasar menggunakan, membeli, mengkonsumsi *Richeese Nabati*.

Iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*" merupakan sebuah iklan yang menggunakan daya tarik emosional yang menggembirakan. Daya tarik ini diharapkan dapat menyentuh hati dan menciptakan tanggapan berdasarkan perasaan yang timbul pada target sasarannya. Pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada target pasar ditampilkan melalui sebuah daya tarik fantasi, yaitu sebuah pendekatan dengan menggunakan efek-efek khusus untuk menciptakan tempat, peristiwa, atau karakter bayangan. Dalam iklan ini efek-efek khusus yang digunakan adalah animasi 3D.

Berdasarkan Rossiter & Pecy dalam Limantoro yang telah dijelaskan sebelumnya, maka unsur visual yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari unsur *seen words* (unsur terlihat), unsur *picture* (unsur gambar), unsur *color* (unsur warna), dan unsur *movement* (unsur gerakan/kamera). Berikut adalah pembahasan mengenai konsep kreatif unsur visual dari setiap *scene* pada iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*" dengan durasi 15 detik.

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



Gambar 4.1. *Scene* pertama iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"
Sumber : Diakses pada 20 November 2009.
http://nabatisnack.co.id/product/tvc/richeese_nabati.html.

Pada *scene* ini menampilkan tokoh utama seorang gadis sedang mengamati kegiatan di dalam ruangan sambil menikmati *Richeese Nabati*. Kesan yang tersirat adalah keingintahuan seorang konsumen *Richeese Nabati* mengenai proses pembuatan produk tersebut. Dalam *scene* ini terdapat konsep visual :

- Unsur *movement* (unsur gerakan/kamera) : Pengambilan gambar menggunakan *Close-up* (CU). Dalam penggambilan gambar ini memfokuskan kepada wajah tokoh utama dari balik kaca. Pengambilan gambar seperti ini memberikan kesan kedekatan yang dapat membangkitkan rasa ingin tahu dalam benak konsumen atau target pasar.
- Unsur *picture* (unsur gambar) : Model iklan utama seorang gadis kecil mengintip dari balik jendela. Gadis tersebut mengamati kegiatan di dalam ruangan yaitu pabrik *Richeese Nabati* sambil menikmati produk *Richeese Nabati*. Gadis kecil mengamati kegiatan di dalam pabrik sambil menikmati produk *Richeese Nabati* dengan pengambilan gambar *close-up*, ini mengartikan keingintahuan seorang

konsumen *Richeese Nabati* mengenai proses pembuatan produk tersebut. Rasa ingin tahu tersebut dipertegas dengan gerak dan ekspresi wajah gadis. Pada sudut kanan atas terdapat logo perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Hal tersebut mempertegas keberadaan perusahaan dalam benak target pasar dan juga sebagai langkah untuk memperkenalkan perusahaan.

- Unsur *color* (unsur warna) : Warna yang mendominasi adalah *orange* atau jingga, coklat, dan abu-abu. Warna-warna tersebut mengesankan kehangatan, kepercayaan, kenyamanan dalam menyaksikan iklan ini. Penggunaan warna yang lembut memberikan kesan kehangatan, tenang dan ceria.

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



Gambar 4.2. *Scene* kedua iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"
Sumber : Diakses pada 20 November 2009.
http://nabatisnack.co.id/product/tvc/richeese_nabati.html.

Pada *scene* ini menampilkan Richeese Land secara menyeluruh lengkap dengan pabrik *Richeese Nabati*. Gadis itu dipersilakan masuk oleh seorang koki. Dalam *scene* kedua ini terdapat konsep visual :

- Unsur *movement* (unsur gerakan/kamera) : Sudut pengambilan gambar berada pada kejauhan sehingga dapat memperlihatkan keadaan *Recheese Land* secara keseluruhan. Pengambilan gambar seperti ini disebut *long shot* (LS). Dengan pengambilan gambar *long shot* diharapkan dapat memberikan gambaran *Richeese Land* kepada konsumen. Seluruh unsur pada *Richeese Land* mengandung unsur keju. Hal tersebut membawa pesan bahwa sebagian besar produk Richeese mengandung keju. *Long shot* dipilih untuk membangkitkan minat para pemirsa atau target pasar untuk lebih jauh memperhatikan iklan ini.
- Unsur *picture* (unsur gambar) : Dalam *scene* ini didominasi dengan animasi 3D. Model nyata yaitu sang gadis ditempatkan pada lokasi yang dirancang menggunakan animasi 3D. Pada sudut kanan atas terdapat logo perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Hal tersebut mempertegas keberadaan perusahaan dam benak target pasar dan juga sebagai langkah untuk memperkenalkan perusahaan. Logo *Richeese* yang diletakan di atas kata "Land" dengan ukuran yang besar. Keduanya diletakan di belakang. Kata "Land" dipilih dengan jenis huruf yang tidak tegas dan tidak bersudut, jenis huruf ini disesuaikan dengan target pasarnya.
- Unsur *color* (unsur warna) : Warna utama yang mengisi scene ini adalah warna alam dan warna jingga yang tidak mencolok. Warna alam dan warna pastel memberikan makna energi, keseimbangan, kelembutan yang diwakili oleh warna jingga. Membangkitkan ketenangan, selaras, cerah diwakili oleh warna hijau, coklat, dan kuning. Penggunaan warna yang lembut memberikan kesan tenang dan ceria. *Scene* ini merupakan bagian dari menarik perhatian para konsumen.

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



Gambar 4.3. *Scene* ketiga iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"
Sumber : Diakses pada 20 November 2009.
http://nabatisnack.co.id/product/tvc/richeese_nabati.html.

Pada *scene* ketiga gadis berada di dalam pabrik *Richeese* bersama koki. Pabrik tempat memproduksi *Richeese Nabati* memiliki suasana yang hangat dan ramah, kesan ini divisualisasikan melalui ekspresi menyenangkan dari wajah para pekerja dan sang koki. Dalam *scene* ketiga ini terdapat konsep visual :

- Unsur *movement* (unsur gerakan/kamera) : Pada *scene* ini memperlihatkan keadaan di dalam pabrik dengan menggunakan *Long Shot* (LS). Pengambilan gambar *long shot* dalam *scene* ini memacu rasa ingin tahu para konsumen untuk lebih jauh mengenal produk *Richeese Nabati*.
- Unsur *picture* (unsur gambar) : Lantai pabrik yang bersih sehingga dapat memantulkan bayangan benda memberikan kesan kebersihan. Produk *Richeese Nabati* diproduksi dengan higienis. Kesan higienis diwakili oleh warna putih pada pakaian para pekerja dan koki. Dengan

ekspresi takjub, gadis mengamati keadaan sekitar dan dengan ekspresi wajah yang ceria, sang koki memersilakan gadis untuk lebih jauh melihat proses pembuatan *Richeese Nabati*. Ekspresi wajah koki dan para pekerja yang berada pada latar belakang yang ceria menggambarkan bahwa perusahaan yang memproduksi *Richeese Nabati* memiliki suasana yang hangat dan ramah. Pada sudut kanan atas terdapat logo perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Hal tersebut mempertegas keberadaan perusahaan dan benak target pasar dan juga sebagai langkah untuk memperkenalkan perusahaan. *Scene* ketiga ini memerikan kesan kehangatan dan keramahan dalam perusahaan yang dibangun oleh ekspresi wajah sang koki dan para pekerja. Produk *Richeese Nabati* dibuat dengan suasana yang ceria tanpa paksaan ini menyiratkan bahwa dengan mengkonsumsi produk ini dapat membawa kebahagiaan dan kenyamanan.

- Unsur *color* (unsur warna) : Warna yang mendominasi adalah putih dan coklat yang mengesankan kebersihan, bercahaya, kenyamanan, dan kepercayaan. Penggunaan warna yang lembut memberikan kesan kehangatan, tenang dan ceria Penggunaan warna yang lembut memberikan kesan tenang dan ceria.

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



Gambar 4.4. *Scene* keempat iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"
Sumber : Diakses pada 20 November 2009.
http://nabatisnack.co.id/product/tvc/richeese_nabati.html.

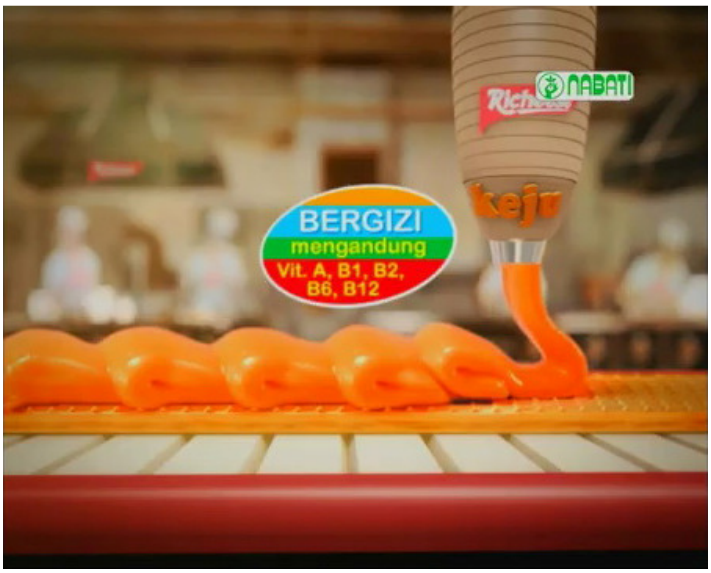
Scene keempat dalam iklan ini berisi informasi bagaimana wafer *Richeese Nabati* dilapisi oleh krim keju yang lezat. Dalam *scene* ini konsep visual :

- Unsur *movement* (unsur gerakan/kamera) : *Scene* keempat ini pengambilan gambar menggunakan *medium shot* (MS). Dalam sebuah *medium shot*, kamera memperlihatkan gadis yang memerhatikan koki dengan latar belakang para pekerja. Koki tersebut sedang memperlihatkan bagaimana cara sebuah alat yang dapat mengeluarkan krim keju melapisi wafer yang renyah. Pengambilan gambar seperti ini menampilkan ekspresi wajah keduanya dan dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk menikmati produk ini.
- Unsur *picture* (unsur gambar) : Dalam *scene* ini, model nyata hanya seorang gadis. Para pekerja, koki, dan ruangan merupakan sebuah animasi 3D. Ilustrasi yang ditampilkan dalam *scene* empat adalah memberikan informasi kepada konsumen bagaimana krim keju

melapisi wafer. Pada sudut kanan atas terdapat logo perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Hal tersebut mempertegas keberadaan perusahaan dam benak target pasar dan juga sebagai langkah untuk memperkenalkan perusahaan. *Scene* keempat ini merupakan sebuah penyampaian informasi kepada konsumen mengenai cara melapisi wafer dengan krim keju.

- Unsur *color* (unsur warna) : Warna *orange* atau jingga dan putih mendominasi. Warna tersebut memberikan kesan hangat, bersih, bercahaya. Penggunaan warna yang lembut memberikan kesan tenang dan ceria.

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



Gambar 4.5. *Scene* kelima iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"
Sumber : Diakses pada 20 November 2009.
http://nabatisnack.co.id/product/tvc/richeese_nabati.html.

Pada *scene* kelima ini menampilkan sebuah alat bertuliskan "keju" yang mengeluarkan krim keju. Krim keju melapisi wafer. Sudut pandang kamera memfokuskan kepada alat tersebut dengan latar belakang para pekerja yang

melakukan tugasnya masing-masing. Ditambah dengan keterangan kandungan gizi dalam krim keju. Dalam *scene* kelima ini konsep visual :

- Unsur *movement* (unsur gerakan/kamera) : pengambilan gambar menggunakan *close-up* (CU). Pengambilan gambar secara *close-up* menekankan bahwa krim keju yang melapisi wafer tersebut dalam jumlah yang banyak. Krim keju keluar dari alat tersebut dan membentuk susunan yang bertumpuk. Dengan visual tersebut memberikan sugesti kepada konsumen bahwa krim keju tersebut lembut dan kental sehingga membangkitkan selera makan para konsumen. Selain itu agar unsur visual pada *scene* ini dapat dimengerti oleh pada konsumen.
- Unsur *picture* (unsur gambar) : Kemampuan yang menggerakan keinginan konsumen untuk menikmati *Richeese Nabati*. *Scene* ini memperlihatkan bagaimana krim keju yang gurih melapisi wafer yang renyah sehingga membangkitkan selera target pasar untuk menikmati *Richeese Nabati*. Pada sudut kanan atas terdapat logo perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Hal tersebut mempertegas keberadaan perusahaan dam benak target pasar dan juga sebagai langkah untuk memperkenalkan perusahaan.
- Unsur *color* (unsur warna) : Warna *orange* atau jingga mendominasi. Warna tersebut memberikan kesan hangat. Penggunaan warna yang lembut memberikan kesan tenang dan ceria.
- Unsur *seen words* (unsur kalimat yang tampak) : Pada *scene* kelima ini berhubungan dengan rasa percaya akan penggunaan produk yang dibangun dengan visual kata-kata yang merupakan sebuah keterangan kandungan gizi dalam krim keju.

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



Gambar 4.6. *Scene* keenam iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"
Sumber : Diakses pada 20 November 2009.
http://nabatisnack.co.id/product/tvc/richeese_nabati.html.

Scene keenam merupakan *scene* yang menampilkan keajaiban yang dapat ditimbulkan oleh *Richeese Nabati*. Koki mempersilakan gadis untuk mencicipi produk *Richeese Nabati*. Dengan ekspresi wajah yang gembira gadis meraih wafer *Richeese Nabati*. Saat tangan gadis hampir sampai untuk meraih wafer tiba-tiba mucul kilatan cahaya yang menyilaukan dan secara ajaib wafer telah terbungkus oleh kemasan *Richeese Nabati*. Dalam *scene* keenam ini konsep visual yang disuguhkan adalah :

- Unsur *movement* (unsur gerakan/kamera) : Sama halnya dengan pengambilan gambar pada *scene* kelima, *scene* keenam pun meggunakan sorot kamera *close-up*. Pengambilan gambar seperti ini memberikan kesan fokus kepada satu titik dengan latar belakang yang disamarkan. Selain itu agar unsur visual pada *scene* ini dapat dimengerti oleh pada penonton.

- Unsur *picture* (unsur gambar) : Pada *scene* ini memberikan kesan penasaran akan rasa produk, karena secara visual menampilkan ekspresi penasaran pada wajah gadis. Pada sudut kanan atas terdapat logo perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Hal tersebut mempertegas keberadaan perusahaan dan benak target pasar dan juga sebagai langkah untuk memperkenalkan perusahaan. Scene keenam ini berhubungan dengan rasa ingin tahu yang mendalam mengenai rasa dari produk dan memberikan sugesti kepada para penonton untuk ikut merasakan produk. Secara visual ditampilkan melalui ekspresi wajah sang gadis yang mencoba untuk mencicipi produk.
- Unsur *color* (unsur warna) : Warna *orange* atau jingga dan putih mendominasi. Warna tersebut memberikan kesan hangat dan bersih. Penggunaan warna yang lembut memberikan kesan tenang dan ceria.

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



Gambar 4.7. *Scene* ketujuh iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"
Sumber : Diakses pada 20 November 2009.
http://nabatisnack.co.id/product/tvc/richeese_nabati.html.

Scene ketujuh menampilkan gadis menikmati produk *Richeese Nabati* dengan ekspresi wajah puas akan rasa yang disuguhkan oleh produk *Richeese Nabati*. Ketika gadis tengah mencicipi gurih dan renyahnya produk, tanpa disadari anggota keluarganya datang dari belakang. Pada *scene* ini menunjukan bahwa dengan mengkonsumsi *Richeese Nabati* maka konsumen akan mendapatkan kepuasaan dan kenikmatan rasa keju yang gurih. Dari peran yang dimainkannya unsur visual pada *scene* ketujuh ini menggunakan konsep visual sebagai berikut :

- Unsur *movement* (unsur gerakan/kamera) : Sama halnya dengan pengambilan gambar pada *scene* keenam, *scene* ketujuh pun meggunakan sorot kamera *close-up*. Pengambilan gambar seperti ini memberikan kesan fokus kepada satu titik dengan latar belakang yang disamarkan. Selain itu agar unsur visual pada *scene* ini dapat dimengerti oleh pada penonton.

- Unsur *picture* (unsur gambar) : Pada sudut kanan atas terdapat logo perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Hal tersebut mempertegas keberadaan perusahaan dan benak target pasar dan juga sebagai langkah untuk memperkenalkan perusahaan. Kesan yang ingin disampaikan melalui *scene* ketujuh ini adalah perasaan puas ketika telah mengkonsumsi produk ini. Kesan ini divisualisasikan dengan ekspresi wajah sang gadis yang menikmati produk tersebut dengan wajah yang riang gembira. Ekspresi tersebut menggambarkan bahwa *Richeese Nabati* begitu lezat, gurih, dan renyah sehingga mengugah selera para penonton dan membujuk mereka untuk membeli, mengkonsumsi *Richeese Nabati*.
- Unsur *color* (unsur warna) : Warna yang mendominasi *scene* ini adalah warna *orange* atau jingga. Jingga merupakan warna dari produk *Richeese Nabati* yang memberikan kesan kehangatan. Penggunaan warna yang lembut memberikan kesan tenang dan ceria.

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



Gambar 4.8. *Scene* kedelapan iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"
Sumber : Diakses pada 20 November 2009.
http://nabatisnack.co.id/product/tvc/richeese_nabati.html.

Pada *scene* kedelapan ini menampilkan sebuah keluarga bahagia. Keluarga dari gadis tersebut datang menemani gadis. Latar tempat yang ditampilkan adalah *Richeese Land* dilengkapi dengan sebuah pelangi yang indah. Dari peran yang dimainkannya unsur visual pada scene kedelapan ini menggunakan konsep visual sebagai berikut :

- Unsur *movement* (unsur gerakan/kamera) : Sudut pengambilan gambar berada pada kejauhan sehingga dapat memperlihatkan keadaan *Recheese Land* secara keseluruhan. Pengambilan gambar seperti ini disebut *long shot* (LS). *Long shot* dipilih untuk membangkitkan minat para pemirsa atau target pasar untuk tetap memperhatikan iklan ini hingga akhir.
- Unsur *picture* (unsur gambar) : Dalam *scene* kedelapan ini hadir tokoh tambahan yaitu keluarga sang gadis yang datang menemani. Ini memberi kesan bahwa dengan mengkonsumsi produk *Richeese Nabati*

dapat mempererat tali persaudaraan. Pada *scene* kedelapan ini menampilkan kegembiraan berlipat yang dirasakan oleh gadis ketika menikmati *Richeese Nabati* yang begitu lezat, datang anggota keluarga yang lain untuk ikut merasakan lezatnya produk tersebut. Visualisasi seperti ini memberikan kesan bahwa dengan mengkonsumsi produk *Richeese Nabati* maka akan membawa kebahagiaan bagi yang mengkonsumsinya. Pada sudut kanan atas terdapat logo perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Hal tersebut mempertegas keberadaan perusahaan dam benak target pasar dan juga sebagai langkah untuk memperkenalkan perusahaan.

- Unsur *color* (unsur warna) : Warna yang mendominasi *scene* ini adalah warna hijau. Warna tersebut memberikan kesan keselarasan, ketenangan. Penggunaan warna yang lembut memberikan kesan tenang dan ceria.

4.9. *Scene* Kesembilan Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"



Gambar 4.9. *Scene* kesembilan iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"
Sumber : Diakses pada 20 November 2009.
http://nabatisnack.co.id/product/tvc/richeese_nabati.html.

Pada *scene* kesembilan ini menggambarkan gadis dan keluarganya menikmati kelezatan produk *Richeese Nabati* dengan keceriaan. *Scene* kesembilan ini menunjukan kepada target pasar bahwa produk *Richeese Nabati* dapat dikonsumsi oleh seluruh anggota keluarga terutama dapat dikonsumsi oleh anak-anak. Dari peran yang dimainkannya unsur visual pada scene kesembilan ini menggunakan konsep visual sebagai berikut :

- Unsur *movement* (unsur gerakan/kamera) : *Scene* kesembilan meggunakan sorot *medium shot*. Pengambilan gambar seperti ini menampilkan dua orang atau lebih dengan latar belakang tempat yang dapat terlihat. Ekspresi dari tiap model masih dapat terlihat, sehingga memberikan pesan yang tetap terfokus.
- Unsur *picture* (unsur gambar) : *Scene* kesembilan pada iklan ini berisi model sebuah keluarga. Keceriaan mengisi perasaan mereka ketika menikmati gurihnya produk *Richeese Nabati*. Ditambah sebuah

pelangi yang menghiasi langit *Richeese Land*. Ini memberikan kesan bahwa saat target pasar menikmati *Richeese Nabati* diharapkan dapat membawa kebahagiaan. Pada sudut kanan atas terdapat logo perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Hal tersebut mempertegas keberadaan perusahaan dan benak target pasar dan juga sebagai langkah untuk memperkenalkan perusahaan. Kesan yang ingin disampaikan melalui *scene* kesembilan ini adalah kesan kepercayaan terhadap produk, karena dalam visual digambarkan seluruh anggota keluarga dengan riang gembira menikmati kelezatan produk *Richeese Nabati*. Kepercayaan yang ingin dibangun pada benak target pasarnya bahwa produk *Richeese Nabati* sangat baik dikonsumsi oleh seluruh aggota keluarga karena mengandung gizi yang baik untuk kesehatan terutama pertumbuhan anak-anak.

- Unsur *color* (unsur warna) : Warna yang digunakan dalam *scene* ini didominasi oleh warna alam yang memberikan kesan kesejukan dan warna yang lembut sehingga memberikan kesan tenang dan ceria.

4.10. Scene Kesepuluh Iklan Televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"



Gambar 4.10. *Scene* kesepuluh iklan televisi *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*"
Sumber : Diakses pada 20 November 2009.
http://nabatisnack.co.id/product/tvc/richeese_nabati.html.

Scene kesepuluh merupakan *scene* penutup iklan *Richeese Nabati* versi "*Richeese Land Factory*" dari durasi 15 detik. Pada *scene* ini menampilkan gambar produk secara keseluruhan dilengkapi dengan *tagline* dan sang koki yang memberikan isyarat tangan yang memiliki arti lezat. Dari peran yang dimainkannya unsur visual pada scene kesepuluh ini menggunakan konsep visual sebagai berikut :

- Unsur *movement* (unsur gerakan/kamera) : *Scene* kesepuluh meggunakan sorot kamera *close-up*. Pengambilan gambar seperti ini memberikan kesan fokus kepada satu titik dengan latar belakang yang disamarkan. Selain itu agar unsur visual pada *scene* ini dapat dimengerti oleh para penonton.
- Unsur *picture* (unsur gambar) : Pada *scene* kesepuluh ini menampilkan produk *Richeese Nabati* dan *tagline* "Kaya Keju" serta seorang koki secara bersamaan dengan latar belakang *Richeese Land*.

Pada sudut kanan atas terdapat logo perusahaan PT. Kaldu Sari Nabati. Hal tersebut mempertegas keberadaan perusahaan dam benak target pasar dan juga sebagai langkah untuk memperkenalkan perusahaan. Kesan yang ingin disampaikan melalui *scene* terakhir ini adalah penekanan produk, karena secara visual menampilkan produk dan *tagline* secara bersamaan. Disamping itu menampilkan seorang koki yang memberikan isyarat tangan melingkarkan ibu jari dan telunjuk kemudian ditempelkan ke mulut. Isyarat ini merupakan sebuah tanda bahwa produk *Richeese Nabati* memiliki cita rasa yang lezat.

- Unsur *color* (unsur warna) : Warna yang digunakan dalam *scene* ini merupakan warna yang lembut sehingga memberikan kesan tenang dan ceria.
- Unsur *seen words* (unsur kalimat yang tampak) : *Tagline* "Kaya Keju" ditampilkan dengan warna gradasi *orange* atau jingga menuju merah dengan *outline* warna kuning. *Tagline* ini ditampilkan guna mempertegas produk *Richeese Nabati* yang diiklankan merupakan suatu produk wafer krim keju yang menyerupai rasa keju yang gurih.

Dari pemaparan diatas dapat membuktikan bahwa sebuah iklan televisi yang dapat berkomunikasi secara visual adalah apabila pesan pada iklan tersebut dapat dimengerti dan dipahami oleh target pasarnya. Pemahaman target pasar terhadap iklan televisi dapat dilihat dengan tercapainya tujuan dibuatnya iklan tersebut.

Selain itu juga dari pemaparan diatas dapat dilihat bahwa peranan visualisasi dalam menyampaikan pesan kepada target pasarnya sangatlah penting, karena apabila visualisasi yang ditampilkan tidak sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan oleh iklan tersebut dapat dikatakan tidak berhasil berkomunikasi dengan konsumen atau target pasarnya.