ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang pesan visualisasi sebuah iklan Untuk dijadikan objek penelitian iklan mewakili iklan-iklan elektronik lainya, karna dalam iklan tersebut terdapat visualisasi yang digunakan sebagai pesan iklan yang disampaikan. Metode yang digunakan ialah meninjau unsur ide kekerasan yang terkandung dalam iklan baterai ABC Versi Rumah Hancur.

Hasil dari penelitian tersebut dimaksudkan guna mengetahui adanya perbedaan persepsi yang timbul terhadap makna dari visual iklan. Diharapkan publik dapat melihat lebih cermat serta tercipta suatu keteraturan wacana yang pada tujuan akhirnya dapat diketahui hakikat komunikasi dari iklan tersebut menurut wacana komunikasinya.

Dalam iklan terdapat berbagai cara pandang dan kesan yang berbeda ketika melihat iklan tersebut, dilihat dari sinopsis, properti, angle memiliki tujuan dan maksud yang berbeda.