

ABSTRAK

Skripsi yang akan di teliti ini berjudul Analisa visual iklan nyam-nyam ice cream serta pengaruhnya terhadap persepsi anak-anak. Penelitian ini di latarbelakangi oleh permasalahan yang timbul karena visualisasi pada iklan anak-anak yang harus menarik agar tercipta *brand image* atau perspsi pada anak-anak. Melihat seberapa kuat brand image dari produk nyam-nyam sehingga dapat melekat di persepsi anak-anak. Baik dari segi audio visual yang di munculkan oleh nyam-nyam sampai anak-anak tertarik membeli makanan ringan nyam-nyam dan karena melihat cara strategi pemasaran iklan nyam-nyam yang dapat menarik perhatian anak-anak. Tujuan penelitian ini yaitu Untuk mengetahui visualisasi iklan nyam-nyam dapat menarik anak-anak atau tidak dan untuk mengetahui visualisasi iklan dan seberapa melekatnya *brand* makanan nyam-nyam pada persepsi anak-anak. Teknik pengumpulan data antara lain dengan cara observasi, observasi dalam hal ini adalah penulis akan melakukan tinjauan secara langsung kepada anak-anak tentang iklan nyam-nyam tersebut. Kedua dengan cara wawancara, dan yang ketiga adalah *studi litterratur*. Cara pengumpulan data dengan teknik *sampling*. Jenis *sampling* yang akan dilakukan adalah *purposive sampling* yaitu pemilihan sekelompok subjek berdasarkan ciri-ciri atau sifat tertentu yang mempunyai ciri atau sifat populasi yang sudah diketahui sebelum nya.

Kata Kunci: Analisis Visual, Iklan, Nyam-Nyam, Anak-anak