

Masalah penggunaan anak dalam iklan (Suatu studi mengenai sikap orangtua terhadap penggunaan model anak-anak dalam siaran iklan di televisi)

Sri Kurniati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20284298&lokasi=lokal>

Abstrak

Anak-anak, dalam banyak hal seringkali menjadi pihak yang dilalaikan. Padahal mereka adalah generasi harapan bangsa. Anak-anak adalah kuncup-kuncup yang akan berkembang dalam kehidupan kita, janji gemilang bagi masa depan dan penghibur Masa depan suatu bangsa terletak di tangan mereka. Allah SW . dalam firman-Nya menyatakan bahwa harta dan anak adalah perhiasan dunia. Oleh karena itu, tidak heran jika kita seringkali lupa untuk membimbingnya. Dalam dunia pertelevisian misalnya, anak terpaksa dan . dipaksa untuk mengkonsumsi berbagai tayangan acara yang tidak sesuai bagi perkembangan mereka. Disamping itu, melalui dunia periklanan yang penuh persaingan, anak-anak sejak dini mulai dirambah sebagai ajang bisnis. Ibarat kertas putih, anak-anak adalah suatu sosok yang dapat diisi. Keluguan mereka ditambah rasa keingintahuan yang besar, membuat anak mudah sekali tergoda. Kenyataan ini yang penulis ungkapkan untuk mengetahui sejauh mana peran orangtua dalam membentuk kepribadian anak-anaknya, terutama mengetahui bagaimana sikap mereka terhadap digunakannya anak-anak sebagai model dalam suatu iklan. Hal ini berkaitan bahwa lingkungan keluarga, dalam hal ini orangtua, mempunyai peran yang menentukan dalam pembentukan pribadi anak. Penelitian pada penggunaan model anak dalam iklan adalah karena tanpa menggunakan model anak-anak saja, suatu iklan sudah dapat mempengaruhi anak, bagaimana dengan iklan yang menggunakan model anak-anak. Penggunaan model anak di sini, adalah penggunaan model anak-anak yang dirasa tidak pada tempatnya, karena bertujuan untuk memancing emosi anak agar menjadikan terkadang produk yang ditawarkan integral dengan kehidupan mereka sendiri hari. Iklan yang dijadikan contoh dalam penelitian ini adalah iklan susu coklat Indomilk, Dancow, dan Daisya Classy.