

## 1. PENDAHULUAN

Dalam lanskap media kontemporer yang semakin dinamis, bentuk penyampaian pesan promosi mengalami transformasi yang signifikan. Iklan kini tidak lagi tampil sebagai selingan, melainkan menyatu dalam alur cerita konten hiburan, seperti yang terlihat dalam format *built-in* video di televisi. Sebagai produk audiovisual yang terintegrasi dalam program, pesan iklan dapat disampaikan secara efektif ke alam bawah sadar penonton. Strategi ini memungkinkan pesan sponsor disampaikan secara lebih halus dan natural, seolah menjadi bagian dari cerita utama yang disajikan kepada penonton (Nisa et al., 2022).

Salah satu dari penerapan strategi ini terdapat pada program pencarian bakat Indonesia Idol, di mana Mie Sedaap menampilkan varian produk baru hasil kolaborasi dengan Chef Devina dalam sebuah segmen *built-in video* yang diperankan oleh peserta audisi. Popularitas Indonesia Idol sebagai program televisi yang memiliki jangkauan luas memberikan nilai tambah bagi penyampaian pesan merek. Pesan produk disisipkan dalam adegan yang menunjukkan interaksi peserta dengan mie goreng Mie Sedaap varian baru, lengkap dengan visualisasi penyajian yang menggugah. Teknik ini menunjukkan bagaimana narasi dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan merek secara tidak langsung namun tetap efektif (Febriyanti, 2021).

Mengacu pada uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana naratif visual yang terbentuk dalam *built-in video* Mie Sedaap Goreng ala Chef Devina yang ditayangkan dalam Program Indonesia Idol. Fokus analisis diarahkan pada bagaimana struktur naratif dibangun melalui elemen-elemen visual seperti warna, gestur peserta, serta tipografi yang digunakan untuk menyampaikan pesan produk secara jelas. Penelitian ini terbatas pada aspek naratif dari segi tampilan visual. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memahami konstruksi naratif berbasis visual dalam format tayangan hiburan televisi.

## **1.1. RUMUSAN MASALAH**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana naratif visual dibangun dalam *built-in video* Mie Sedaap Goreng ala Chef Devina pada Program Indonesia Idol?

Penelitian ini dibatasi pada analisis elemen visual dalam *built-in video* Mie Sedaap ala Chef Devina yang ditayangkan pada Program Indonesia Idol. Fokus analisis diarahkan pada struktur narasi yang dibangun melalui penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, desain grafis, gestur/ekspresi dan penggunaan budaya lokal.

## **1.2. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis naratif visual dalam *built-in video* Mie Sedaap ala Chef Devina pada Program Indonesia Idol, dengan mengidentifikasi bagaimana elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, desain grafis, dan gestur/ekspresi peserta serta penggunaan budaya lokal.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 IKLAN KOMERSIAL**

Iklan komersial yang ditayangkan selama program televisi memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen, pendapatan stasiun televisi, dan dinamika dunia periklanan. Di tengah arus globalisasi dan kemajuan teknologi, iklan menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan tersebar luas melalui berbagai platform media (Fongesta & Aulia, 2023). Kompetisi antar media semakin ketat, mendorong para pelaku industri untuk terus berinovasi dalam menyajikan konten yang menarik demi meningkatkan rating dan keuntungan (Rahmadini, 2019).

Dalam dunia televisi, iklan tidak hanya menjadi sumber utama pendanaan, tetapi juga alat untuk mempengaruhi keputusan konsumen dan membentuk citra merek (Fongesta & Aulia, 2023). Dengan kekuatan audio visual, iklan di televisi mampu menciptakan kesan mendalam melalui daya tarik visual dan emosional (Ramadhan et al., 2021). Walau demikian, tidak semua dampak iklan bersifat positif, ada beberapa iklan yang bisa dianggap mengganggu atau menyesatkan, bila mengandung klaim berlebihan