

Headline	Iklan Tahun Baharu Cina TNB sentuh tentang tradisi masyarakat		
MediaTitle	Sinar Harian		
Date	09 Feb 2018	Language	Malay
Circulation	160,000	Readership	509,000
Section	Nasional	Page No	8
ArticleSize	417 cm ²	Journalist	N/A
PR Value	RM 21,339		



Iklan Tahun Baharu Cina TNB sentuh tentang tradisi masyarakat Malaysia

KUALA LUMPUR - Prinsip berpegang pada tradisi meraikan hari raya bersama jiran tetangga antara mesej diangkat Tenaga Nasional Berhad (TNB) sebagai jalan cerita iklan raya sempena Tahun Baharu Cina 2018.

Ketua Pegawai Korporat TNB, Datuk Wira Roslan Ab Rahman berkata, iklan yang berjudul *Coming Together* ini diharap dapat mendorong penonton untuk mempertahankan warisan masing-masing dan pada masa sama, bersatu tanpa mengira bangsa dan agama.

"Kita mahukan keceriaan, sebab perayaan adalah bab keceriaan, kemenangan dan perkongsian, elektrik ini menceriakan, tak menarik kalau ketegahkan mood sedih," katanya kepada media selepas majlis pelancaran iklan tersebut di sini, semalam.

Menurutnya, TNB menganggap setiap perayaan adalah peluang untuk masyarakat Malaysia mengeratkan silaturahim, di samping mengingatkan untuk mengutamakan persahabatan dan perpaduan.

"Iklan ini turut mengingatkan kita walaupun teknologi penting dalam ke-



ROSLAN

hidupan seharian, ia tidak boleh menggantikan hubungan sesama manusia," katanya.

Beliau berkata, atas cadangan yang diterima ramai melalui media sosial, TNB juga akan memikirkan tentang iklan untuk Deepavali.

Antara iklan TNB sempena Deepavali yang mendapat sambutan adalah *Love and Light* yang disiarkan beberapa tahun dahulu.

Iklan *Coming Together* disiarkan dalam versi tiga minit dan 60 saat yang boleh ditonton menerusi [youtube.com/tenagaofficial](https://www.youtube.com/tenagaofficial).

Video pendek tersebut mengisahkan tiga beradik berpegang pada tradisi meraikan Tahun Baharu Cina



Roslan (tengah) menggaul Yee Sang bersama sebahagian barisan pelakon iklan di Pelancaran Iklan Televisyen Tahun Baru Cina 2018, semalam.

bersama jiran tetangga.

Ketika tibanya sambutan Tahun Baharu Cina 2018, mereka mengimbau detik-detik gembira ketika menyambutnya bersama jiran rapat sejak diamalkan 25 tahun lalu.

Tahun ini, suasana berbeza apabila ramai yang menumpukan kepada gajet.

Tanpa pengetahuan ramai, mereka merancang untuk mengembalikan semula keceriaan tersebut.

Suasana muram bertukar ceria apabila pada malam tahun baharu, ibu bapa

mereka dikejutkan dengan persembahan tarian singa sebagaimana sambutan terdahulu juga dibuat bersama jiran.

Dalam pada itu, mengulas lanjut mengenai iklan tersebut, Pengarah syarikat produksi Reservoir World Sdn Bhd, Quek Shio Chuan berkata, dia sungguh bertuah di atas komitmen hebat yang ditunjukkan seluruh kru produksi, termasuk pelakon kanak-kanak.

Menurut Shio Chuan, produksi mengambil masa kira-kira sebulan setengah

untuk menayakan video itu.

"Saya cukup bertuah kerana dibantu oleh pelakon dan kru yang profesional, bukan mudah bekerja dengan kumpulan kanak-kanak.

"Pengggambaran hanya memakan masa tiga hari," katanya.

Berkongsi tentang idea dan jalan cerita pula, Shio Chuan berkata, ia adalah kerjasama pelbagai pihak dan bukan seratus peratus daripada dirinya.

"Ini adalah video arahan ketiga saya bersama TNB.

"Agak mencabar juga

sebab sudah pasti kejayaan daripada video *Dugaan Raya Aida* (Hari Raya Aidilfitri 2017), dan *Cooking Hustle* sempena Tahun Baharu Cina 2017 menjadi kayu ukur, penonton mesti jangkakan yang lebih menarik," katanya.

Pengarah berusia 32 itu menambah, tanggung jawab mengarahkan iklan ini tidak asing bagi dirinya kerana Reservoir World Sdn Bhd yang ditubuhkan pada 2004 banyak menghasilkan video-video iklan untuk syarikat-syarikat terkemuka di Malaysia.