

Headline	SUNTIK SEMANGAT KEKELUARGAAN		
MediaTitle	Harian Metro		
Date	10 Feb 2018	Language	Malay
Circulation	179,231	Readership	537,693
Section	Rap	Page No	18
ArticleSize	813 cm ²	Journalist	Najiy Jefri
PR Value	RM 95,715		

SUNTIK SEMANGAT KEKELUARGAAN

Iklan selama 60 saat sempena Tahun baru Cina 2018 kembalikan nostalgia

Najiy Jefri

najiy.jefri@hmetro.com.my

Malaysia bumi bertuah apabila rakyatnya yang berbilang agama dan bangsa hidup aman damai.

Bagaimanapun, seiring perkembangan teknologi, orang ramai semakin sibuk dan tidak lagi mementingkan nilai kemasyarakatan.

Bagi mengembalikan nostalgia masyarakat Malaysia berbilang kaum bersama-sama menyambut sesuatu perayaan, Tenaga Nasional Berhad (TNB) melancarkan iklan Tahun Baru Cina 2018.

Iklan yang berdurasi 60 saat dan tiga minit itu mengisahkan tiga beradik pernah merayakan tahun baharu dengan gembira namun ketaasaban menggunakan telefon pintar menjadikan perayaan itu tidak semeriah dahulu lagi.

Ini mendorong adik-beradik terbabit mencari jalan untuk memeriahkan kembali sambutan tahun baharu di kawasan kejiranan mereka.

Ketua Pegawai Korporat TNB Datuk Wira Roslan Ab Rahman berkata, disebabkan itu tema Coming Together digunakan bagi mengembalikan nostalgia kepada mereka yang bakal menyambut perayaan itu. "Coming Together mengingatkan kembali kepada rumah dan kampung halaman kita. Bagaimana kita bersama-sama menyambut Tahun Baharu Cina satu masa dahulu.

"Sekarang sudah berbeza, kita banyak terdedah dengan gajet seperti telefon pintar jadi perayaan tidak seperti



ROSLAN (berdiri empat dari kanan) bersama pelakon dan tenaga produksi.

dahulu lagi. Sebab itulah kita mahu menunjukkan bagaimana Tahun Baharu Cina disambut dengan meriah

"Kami berharap iklan ini akan mendorong penonton untuk mempertahankan warisan budaya dan pada masa sama bersatu tanpa mengira bangsa dan agama," katanya.

Sementara itu, Quek Shio Chuan mengakui teruja mengarahkan iklan yang menjalani penggambaran selama tiga hari itu.

"Mesej utama iklan ini adalah memaparkan kecanggihan teknologi membataskan interaksi sesama manusia.

"Iklan ini mengingatkan kita bawah walaupun teknologi penting dalam kehidupan seharian, ia tidak boleh menggantikan hubungan sesama manusia.

"Saya harap iklan ini dapat menyuntik dan mengingatkan seluruh rakyat Malaysia mengenai kemeriahan sambutan perayaan di mana kita semua meraiikannya

bersama-sama," katanya yang pernah menghasilkan iklan pendek raya untuk Petronas.

Tambah Quek, idea menghasilkan iklan itu bukan hanya curahan daripadanya semata-mata tetapi semua pihak bekerjasama termasuk pelanggan, agensi dan syarikat produksi.

"Sepanjang hampir dua bulan menyiapkan iklan ini kami sentiasa berbincang untuk menambah baik jalan ceritanya agar bersesuaian dengan kehidupan seharian kita.

"Saya berasa seronok kerana setiap individu yang terbabit dalam iklan ini bersama-sama memberikan idea kreatif bagi mendapatkan hasil terbaik," katanya sesi penggambaran berlangsung di sekitar Selangor.

Ditanya mengenai pengalaman bekerja dengan barisan pelakon iklan yang terdiri daripada pelbagai peringkat usia, Quek berkata semuanya sangat komited sepanjang penggambaran berlangsung.

"Ada beberapa pelakon saya pernah bekerjasama namun untuk tiga kanak-kanak yang terbabit dalam iklan ini saya berasa sangat beruntung. Ini kerana, mereka berpotensi besar sebagai pelakon yang berbakat dan boleh digilap.

"Namun paling mencuri perhatian saya adalah gadis comel berusia sembilan tahun dalam iklan ini yang boleh dianggap sebagai pelakon utamanya. Ketika sesi uji bakat dijalankan, dia sudah buat saya jatuh cinta apabila gaya bersahajanya menarik perhatian ramai," katanya.

Iklan Coming Together itu boleh ditonton di akaun YouTube.com/tenagaofficial dan bakal disiarkan selama seminggu bermula 14 Februari ini di saluran televisyen terpilih.

Kami berharap iklan ini akan mendorong penonton untuk mempertahankan warisan budaya dan pada masa sama bersatu tanpa mengira bangsa dan agama

ROSLAN