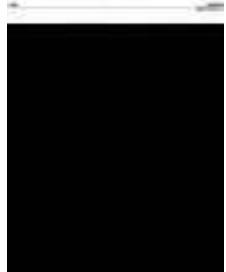


Headline	SUNTIK SEMANGAT KEKELUARGAAN		
MediaTitle	Harian Metro	Language	Malay
Date	10 Feb 2018	Readership	537,693
Circulation	179,231	Page No	18
Section	Rap	Journalist	Najiy Jefri
ArticleSize	813 cm <sup>2</sup>		
PR Value	RM 95,715		



# 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 meraikan tahun baru dengan gembira namun ketausuban menggunakan telefon pintar menjadikan perayaan itu tidak semerah dahulu lagi.

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

Ketua Pegawai Korporat TNB Datuk Wira Roslan Ab Rahman berkata, disebabkan itu tema Coming Together digunakan bagi menggalakkan 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 menggarahkan iklan yang menjalani penggambaran selama tiga hari itu.

“Mesej utama iklan ini adalah memaparkan kecanggihan teknologi membantaskan interaksi sesama manusia.

“Iklan ini mengingatkan kita bawah walaupun teknologi penting dalam kehidupan sehari-hari, ia tidak boleh menggantikan hubungan sesama manusia.

“Saya harap iklan ini dapat menyentuh dan mengingatkan seluruh rakyat Malaysia mengenai kemerlapan sambutan perayaan di mana kita semua meraikannya

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 memambah baik jalan ceritya agar bersesuaian dengan kehidupan sehari-hari 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 sayu jatuh cinta apabila gaya bersahajanya menarik perhatian ramai,” katanya.

Iklan Coming Together itu boleh ditonton di akaun YouTube.com/tenagaoofficial dan bakal disiaran 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**