BAB IV KAJIAN STRATEGI VISUAL DALAM IKLAN OREO VERSI "PENUH KEAJAIBAN"

IV.1 Analisis Visual

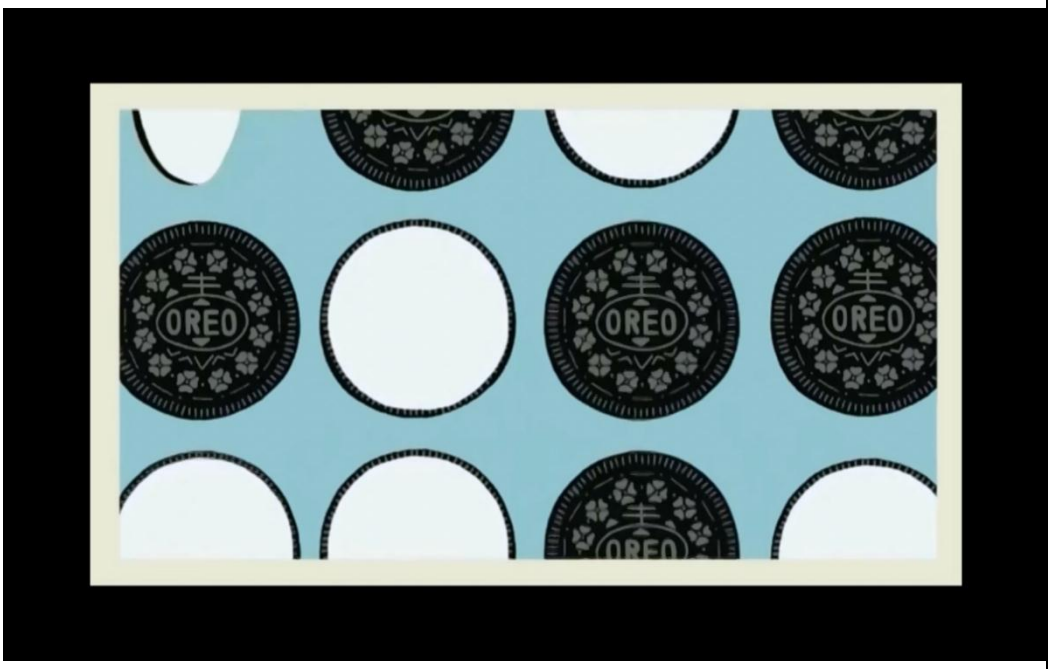
Dalam penelitian terkait video iklan oreo versi "penuh keajaiban" tahun 2015, digunakan animasi 2 dimensi (2D) dengan gaya visual vektor komputer. Selain itu garis kurva yang dibuat sederhana serta warna yang terdapat bersifat solid atau tanpa gradasi. Video yang berdurasi 57 detik ini memakai gaya Bahasa bermakna denotatif yaitu makna sebenarnya untuk mengetahui bagaimana strategi yang disajikan melalui visual dalam video iklan oreo versi "penuh keajaiban" ini. Dalam penelitian terkait video iklan oreo versi "penuh keajaiban"ini dikaji bagaimana visual diperlihatkan untuk menyampaikan pesan yang tampak selaras. Elemen visual sebagai kesatuan dalam terciptanya sebuah pesan dan makna.

Video iklan oreo versi "penuh keajaiban" yang ditayangkan pada tahun 2015 tepatnya pada bulan agustus di hampir semua stasiun televisi dibuka oleh visual beberapa biskuit oreo yang berputar – putar, lalu ada tangan yang mengambil satu biskuit oreo dan memberikan biskuit tersebut kepada tangan vampir. Kemudian sosok vampir tersebut memakan biskuit oreo, setelah itu karakter vampir itu keluar dari peti dan terbang dengan mengepak – ngepakan tangannya yang berfungsi sebagai sayap. Tiba – tiba sosok vampir ini hendak menghisap darah wanita yang ada didekapannya, tetapi perbuatan vampir tersebut tidak dilakukannya, selanjutnya sosok vampir tersebut minum susu bersama karakter wanita dan menari bersama. Setelah itu diperlihatkan proses penyajian biskuit oreo yaitu ada biskuit berwarna hitam lalu ditambah krim susu dan ditutup dengan biskuit lagi. Kemudian tangan vampir mengambil biskuit oreo dam melemparkannya pada ikan hiu. Karakter ikan hiu itu berputar – putar sampai pada akhirnya melompat keluar air. Dipermukaan air ada sosok 3 karakter anjing laut yang mengapung diatas patahan es yang membeku, 2 ikan hiu itu berputar – putar mengitari anjing tersebut sehingga ke 3 anjing laut merasa ketakutan. Lalu sosok karakter ikan hiu menggigit bagian biskuit oreo yakni bagian biskuit berwarna hitam, karakter anjing laut yang mulanya ketakutan dengan kedatangan sosok ikan hiu, ternyata ikan hiu tersebut bermaksud

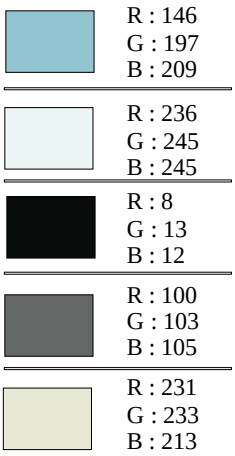
membagi sebagian biskuit yang telah digigit sebelumnya kepada anjing laut. Lalu berubahlah raut muka anjing laut itu dari ketakutan menjadi gembira setelah melihat maksud karakter ikan hiu tersebut. Setelah itu biskuit oreo ini dibagikan dari tangan ke tangan oleh berbagai karakter seperti anjing laut, gurita, kepiting, bajak laut dan sebagainya. Pada akhir cerita terdapat visual biskuit oreo dan teks "penuh keajaiban".

Dalam penelitian terkait video iklan oreo versi "penuh keajaiban" tahun 2015 elemen visual yang ditampilkan dianalisi adalah rangkaian visual dalam video. Rangkaian visual yang dimaksud meliputi : karakter, Bahasa tubuh, warna, serta konsep visual yang digunakan. Adapun potongan gambar (screen shoot) dari video ini adalah sebagai berikut :

Tabel IV.1 Keterangan *Screen Shoot* pada video iklan
oreo versi "penuh keajaiban"
Sumber (Dokumen Pribadi tahun 2016)

Cuplikan video animasi 00.02s


Gambar IV.1 Biskuit oreo
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur Tehnik
Warna :  Warna yang digunakan dalam potongan gambar ini merupakan warna digital berjumlah 5 warna. Terdapat warna terang dan gelap yang membuat satu kesatuan dalam sebuah potongan gambar. Warna tersebut adalah biru tosca, biru muda, hitam abu tua dan kuning tosca. Lalu sudut pandang yang dambil dari potongan gambar ini adalah medium angle atau dari sudut yang tidak terlalu jauh dan dekat.
Keterangan gambar
Dalam gambar tersebut terdapat visual biskuit oreo beberapa buah ditempatkan secara berbaris dan berjajar sehingga memenuhi bidang layar. Terlihat beberapa biskuit tersebut hanya berupa biskuit bagian bawah dan krim susu saja. Dalam adegan ini biskuit berputar berotasi ke kiri secara tidak beraturan.
Konsep Visual
Dari gambar tersebut memperlihatkan kepada penonton bahwa ini merupakan iklan biskuit oreo. Dibuktikan dari visual biskuit oreo sebagai animasi pembuka dalam iklan ini.

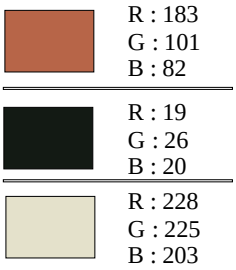
Cuplikan video animasi 00.05s



Gambar IV.2 Kemunculan karakter vampir
Sumber :
https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur Tehnik

Warna :



Potongan gambar ini terdapat 3 warna yaitu hitam, putih dan merah. Terlihat bayangan hitam yang membentuk seorang karakter vampir yang sedang melahap biskuit oreo, lalu warna merah membentuk bidang yang berfungsi sebagai latar belakang serta terdapat kurva garis putih yang memvisualkan petir.

Keterangan Gambar

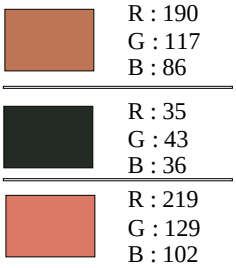
Digambarkan sosok karakter vampir dari siluetnya saja. Dari gesturnya terlihat vampir sedang melahap biskuit oreo ditandai dengan tangan kanannya memegang oreo lalu mulut yang menganga bersiap memakan biskuit oreo. Terdapat juga visual petir mengelilingi vampir tersebut.

Konsep Visual
Pada adegan ini karakter dibuat menyeramkan dengan aksen pada bayangannya saja, untuk menambah kesan menyeramkan, ditambah visual petir – petir yang mengelilingi karakter vampir tersebut dimana sesuai dengan sifat petir yang menggelegar dengan diiringi suara gemuruh.
Cuplikan video animasi 00.08s



Gambar IV.3 Kuburan vampir
Sumber :
https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur Tehnik
Warna :

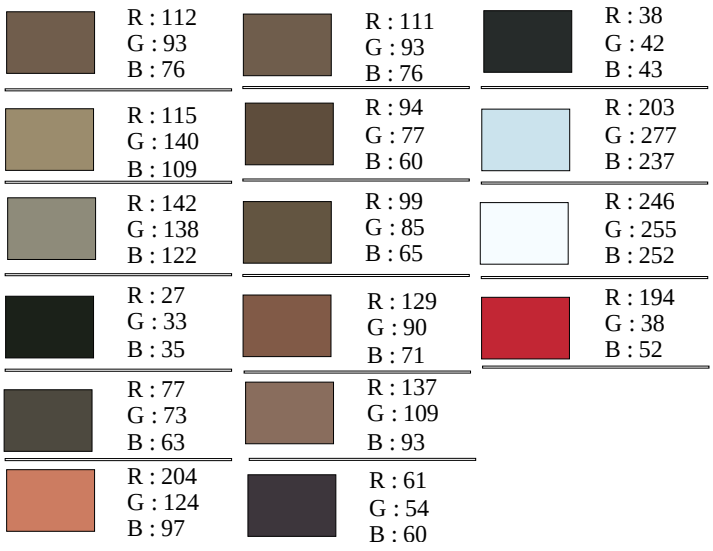


Pada potongan gambar ini juga masih terdapat 3 warna yaitu merah gelap, merah dan hitam. Visual yang ada pada gambar ini adalah gerbang kuburan tempat

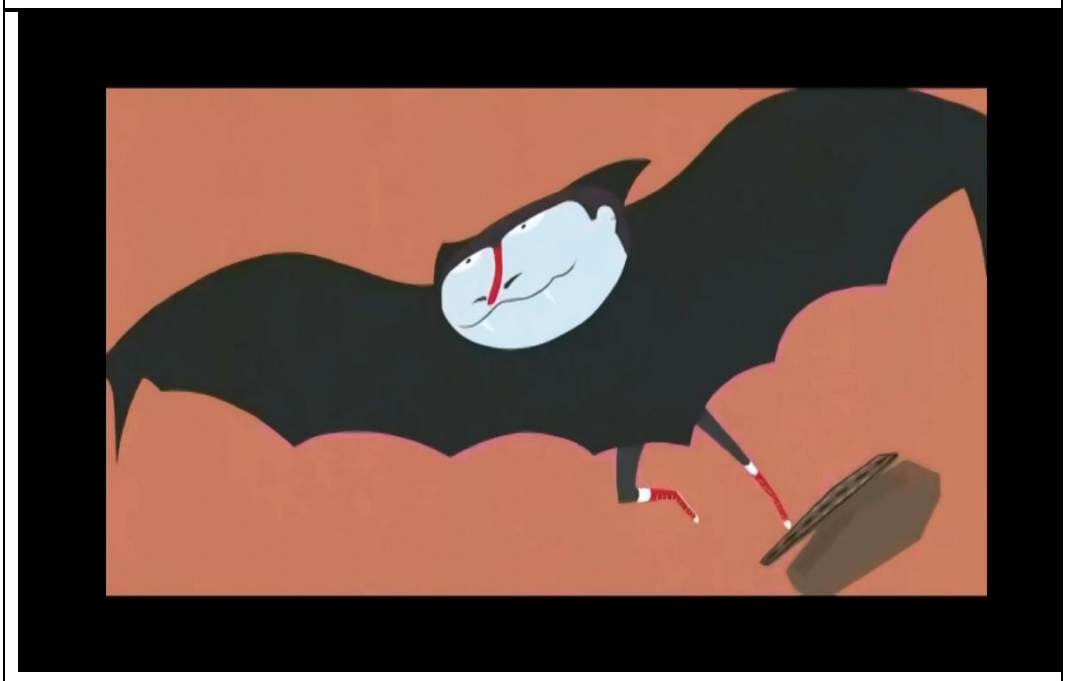
berdiamnya vampir yang dimana terlihat pagar pintu tralis, lalu visual salib, mata yang menatap tajam serta visual petir.
Keterangan Gambar
Dari potongan gambar ini, penggambaran kuburan ditandai dengan gerbang dan pintu trails, suasana mencekam dari petir – petir yang menyambar dan salib serta visual darah terlihat pada gambar.
Konsep Visual
Adegan ini memperlihatkan seramnya sebuah tempat yang mendukung dari karakter vampir itu sendiri. Penonton yang menyaksikan dapat berkesimpulan bahwa karakter vampir ini mempunyai sifat tidak baik. Diperkuat dengan suasana gemuruh petir dan tetesan darah berwarna merah.
Cuplikan video animasi 00.11s



Gambar IV.4 Karakter vampir
Sumber :
https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna :  Pada gambar ini cukup banyak warna yang digunakan meskipun sekilas tampak sama yaitu pada visual peti mati, ada berbagai warna coklat terlihat, perbedaan warna tersebut mengindikasikan kedalaman atau dimensi. Latar belakang warna nya masih berwarna merah, lalu terlihat peti yang berwarna coklat dan coklat kemerahan dan sosok karakter vampir yang berwarna biru pucat pada tubuhnya, hidungnya berwarna merah serta berwarna hitam pada jubah dan rambutnya.
Keterangan gambar
Dalam visual gambar ini, terlihat sosok karakter vampir dan dibelakang sosok tersebut terdapat juga visual peti mati yang terbuka. Seperti terbangun dari tidurnya di dalam peti mati, dengan raut wajah yang datar vampir menunjukan dirinya.
Konsep Visual
Penggambaran kemunculan sosok karakter vampir yang bangun dari peti matinya menegaskan bahwa inilah visual dari vampir itu sendiri. Dalam gambar ini terlihat ekspresi wajah vampir yang datar, mulutnya ditekuk ke atas menandakan sosok yang dingin atau tidak bersahaja. Dalam gambar ini penonton akhirnya mengetahui sosok karakter vampir ini seperti apa tetapi tidak mengetahui maksud dari karakter vampir ini akan melakukan apa.

Cuplikan video animasi 00.12s



Gambar IV.1.5 Vampir terbang mencari mangsa
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik

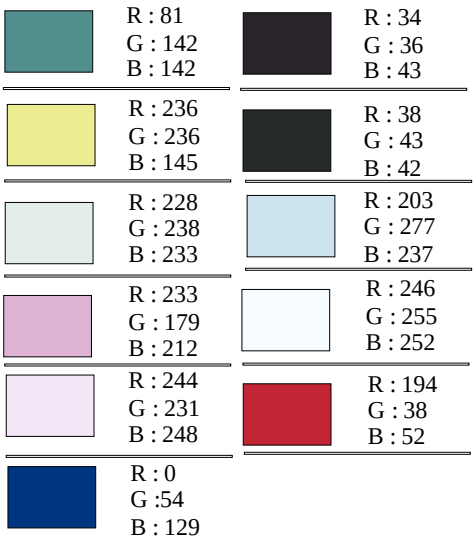
Warna :

R : 112 G : 93 B : 76	R : 94 G : 77 B : 60	R : 246 G : 255 B : 252
R : 142 G : 138 B : 122	R : 99 G : 85 B : 65	R : 194 G : 38 B : 52
R : 27 G : 33 B : 35	R : 129 G : 90 B : 71	
R : 77 G : 73 B : 63	R : 137 G : 109 B : 93	
R : 204 G : 124 B : 97	R : 38 G : 42 B : 43	
R : 111 G : 93 B : 76	R : 203 G : 277 B : 237	

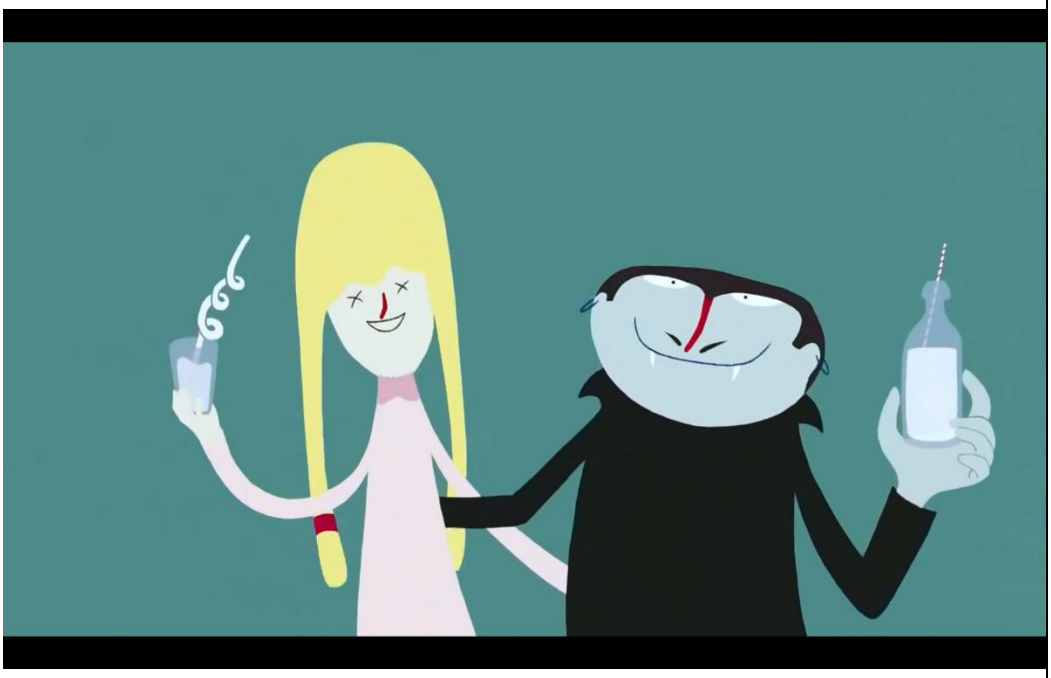
Dalam visual gambar ini warna yang digunakan tidak jauh berbeda dengan gambar sebelumnya. Hanya berbeda pada visual peti mati yang terlihat kecil

mengindikasikan posisinya yang berada jauh dari karakter vampir. Tetapi warna pada karakter vampir sama seperti gambar sebelumnya.
Keterangan gambar
Visual dalam gambar ini memperlihatkan karakter vampir membuka lebar kedua tangannya menyerupai sayap yang tertutup oleh jubah. Sosok vampir ini terbang menjauh dari peti mati tempat tidurnya.
Konsep Visual
Sosok karakter vampir yang terbang memperlihatkan bahwa vampir tersebut terbang untuk mencari korban nya, dimana kebiasaan vampir pada umumnya yang mencari korban untuk dihisap darahnya. Dalam pengertian ini tingkah laku tersebut bermakna negatif karena menimbulkan kerugian pada korban nya sampai pada hilangnya nyawa.
Cuplikan video animasi 00.013s


Gambar IV.6 Vampir akan memangsa korbannya
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna :  Pada gambar ini terjadi perubahan cukup signifikan yaitu pada latar belakangnya yang sekarang berwarna hijau gelap. Lalu terdapat karakter wanita yang memiliki rambut berwarna kuning, merah muda pada visual pakaiannya
Keterangan gambar
Pada potongan gambar terlihat karakter vampir yang siap memangsa korbannya, korban disini merupakan karakter wanita, kondisi wanita tersebut yang terlihat tidak sadar terlihat dari matanya yang di visualkan dengan tanda “X”. dengan mulut yang menganga, vampir siap menghisap darah korbannya.
Konsep Visual
Dengan gestur yang seperti terlihat pada gambar ini, para penonton yakin bahwa kelanjutan dari cerita ini adalah karakter vampir akan memangsa korbannya. Pandangan penonton diyakinkan dengan sifat vampir pada pada umumnya yaitu antagonis atau jahat.

Cuplikan video animasi 00.014s



Gambar IV.7 Karakter akrab dengan minum susu bersama
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik

Warna :

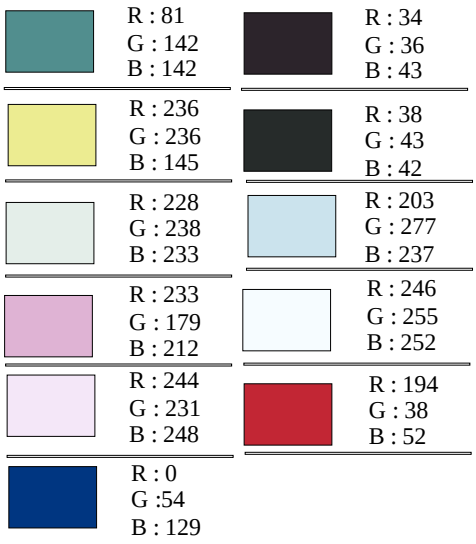
R : 81 G : 142 B : 142	R : 34 G : 36 B : 43
R : 236 G : 236 B : 145	R : 38 G : 43 B : 42
R : 228 G : 238 B : 233	R : 203 G : 277 B : 237
R : 233 G : 179 B : 212	R : 246 G : 255 B : 252
R : 244 G : 231 B : 248	R : 194 G : 38 B : 52
R : 0 G :54 B : 129	R : 135 G : 172 B : 198

Warna yang digunakan pada gambar ini pun sama seperi gambar sebelumnya, yang berdeda kali ini adalah pada warna putih dan biru muda yang memvisualkan gelas berisi susu pada masing – masing karakter.

Keterangan gambar
Karakter vampir yang pada awal nya bermaksud memangsa korbannya, tiba – tiba menghentikan perbbuatannya itu lalu, vampir dan wanita memegang segelas susu pada masing – masing tangan dengan ekspresi senang dan gembira. Hal ini didukung dengan gestur tangan keduanya yang saling merangkul satu sama lain.
Konsep Visual
Terlihat perubahan drastis pada gambar ini dengan gambar sebelumnya, dimana ekspektasi penonton dibuat berbeda dengan aslinya. Ternyata karakter vampir dan karakter wanita akhirnya bergembira bersama dengan memegang segelas susu danminum bersama.
Cuplikan video animasi 00.20s



Gambar IV.8 Karakter vampir dan wanita menari bersama
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna :  Pada potongan gambar berikut ini masih sama seperti potongan gambar sebelumnya karena masih pada adegan cerita yang sama. Sedikit perbedaan tampak pada warna biru tua yang pada gambar ini tidak ada yang mana menjadi warna yang mewakili visual gelas.
Keterangan gambar
Penggambaran kegembiraan antara karakter vampir dan karakter wanita diperlihatkan dengan gerakan menari riang. Dalam gerakan tersebut terlihat vampir memegang kedua tangan wanita dengan senyum lebar. Kedua karakter tersebut menari berputar – putar.
Konsep Visual
Dengan gestur yang diperlihatkan kedua karakter ini, menyatakan bahwa kegembiraaan tergambar jelas. Kedua karakter ini menjadi senang setelah meminum susu, susu dalam adegan ini adalah representasi dari krim biskuit oreo berwarna putih.

Cuplikan video animasi 00.26s



Gambar IV.9 Krim susu biskuit oreo
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik

Warna :

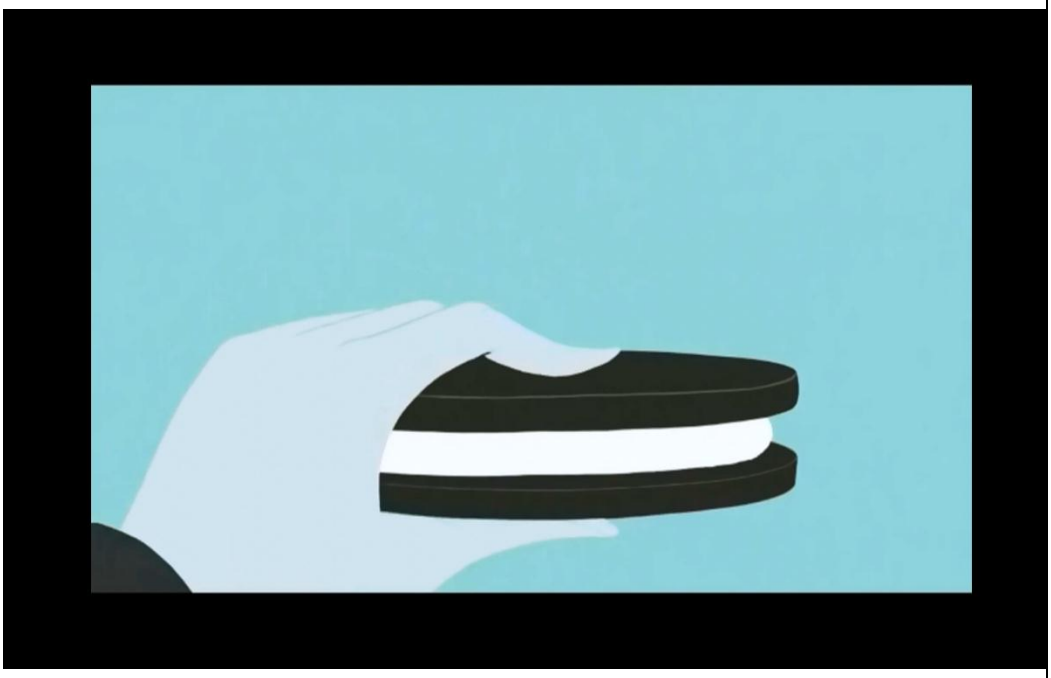
	R : 133 G : 208 B : 211
	R : 22 G : 28 B : 17
	R : 244 G : 250 B : 255
	R : 223 G : 238 B : 246

Pada potongan gambar ini ada 4 warna yang digunakan yaitu warna biru tosca sebagai latar belakang, pada latar depan atau *foreground* terdapat warna hitam, putih dan biru muda.

Keterangan gambar

Dalam gambar ini terdapat visual biskuit oreo yang hanya terdiri dari biskuit hitam dan krim putih saja. Digambarkan dalam visual ini, krim putih di sajikan di atas biskuit hitam oreo.

Konsep visual
Pada adegan gambar ini imajinasi penonton dibawa kepada biskuit yang lezat dan enak bila dikonsumsi. Dengan visual tersebut memperlihatkan makanan ringan oreo yang menggoda para penontonnya.
Cuplikan video animasi 00.33s



Gambar IV.10 Tangan vampir memegang oreo
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna :

R : 141
G : 211
B : 222

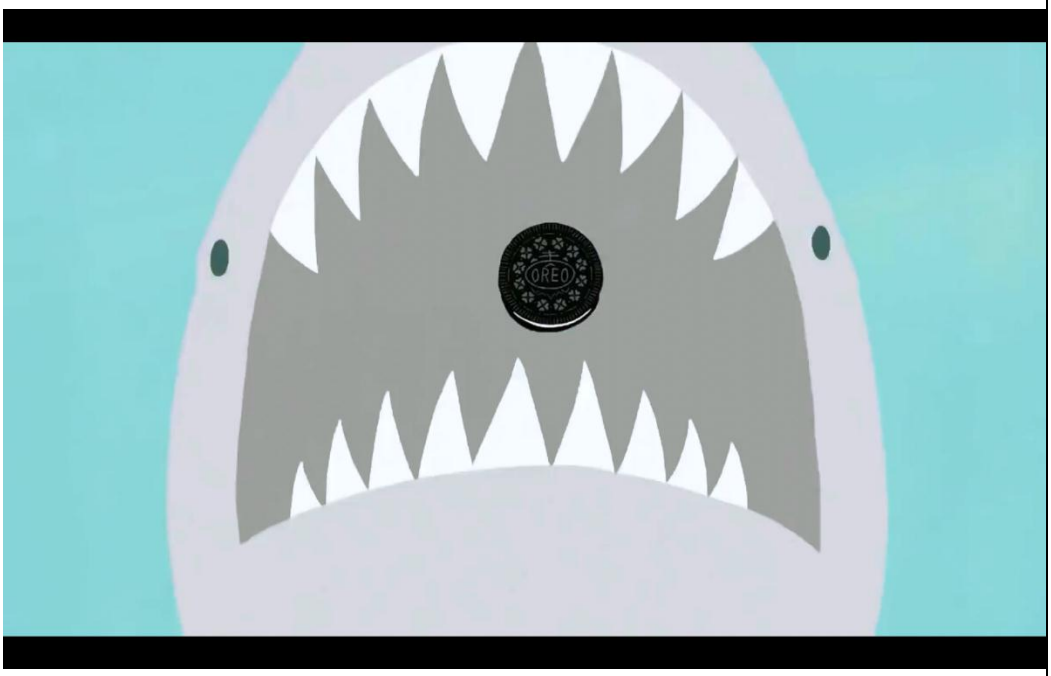
R : 206
G : 277
B : 238

R : 46
G : 51
B : 52

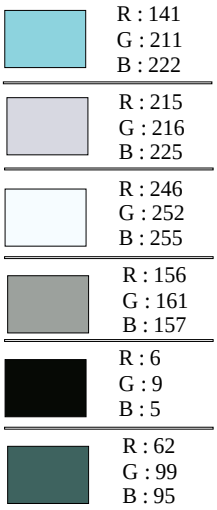
R : 247
G : 254
B : 255

Terdapat 4 warna yaitu biru tosca masih sebagai warna latar belakang lalu warna hitam, putih dan biru muda yang mewakili warna pada *foreground.*

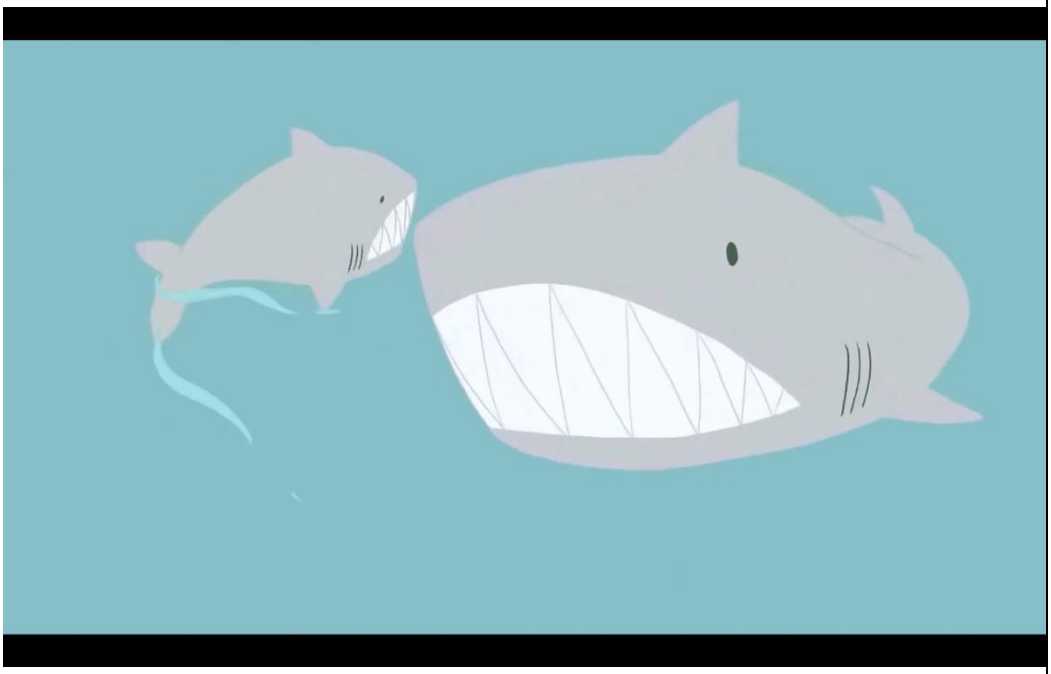
Keterangan gambar
Terlihat tangan yang sedang menggenggam biskuit oreo. Tangan tersebut merupakan tangan dari karakter vampir pada gambar sebelumnya.ditandai dengan jari jarinya yang lancip dan jubah yang dipakainya.
Konsep visual
Pada adegan ini penggambaran identitas produk dikuatkan dengan visual dari produk itu yakni biskuit oreo. Bentuknya yang bulat serta berwarna hitam dan putih pada bagian tengah.
Cuplikan video animasi 34.s



Gambar IV.11 Kedatangan karakter ikan hiu
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna :  Warna dominan pada gambar ini adalah abu – abu. Pada latar belakang yang menggunakan warna biru tosca. Kombinasi warna abu memvisualkan karakter ikan hiu, lalu terdapat visual biskuit oreo yang didominasi dengan warna hitam.
Keterangan gambar
Pada gambar ini terdapat tokoh karakter ikan hiu yang membuka lebar mulutnya hingga terlihat gigi tajam yang akan memakan biskuit oreo.
Konsep visual
Kemunculan sosok tokoh karakter ikan hiu yang sedang berusaha memakan biskuit oreo. Digambarkan karakter tersebut memiliki gigi yang besar dan tajam, dari gestur ini terlihat karakter ikan hiu memiliki sifat yang tidak bersahabat.

Cuplikan video animasi 00.35s



Gambar IV.12 Karakter ikan hiu berenang
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik

Warna :

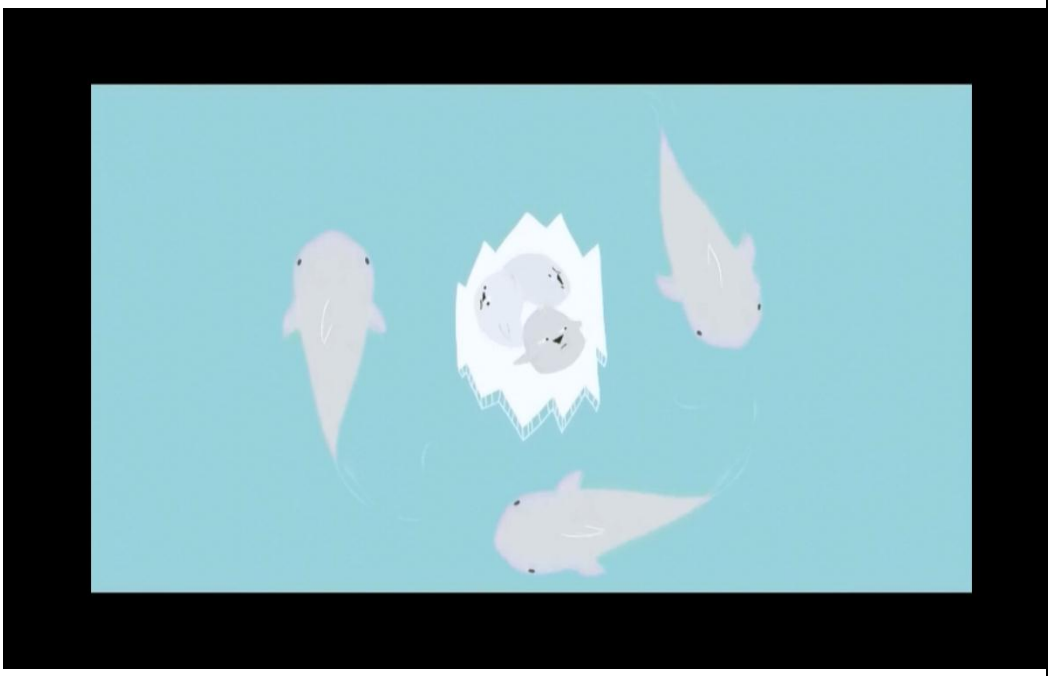
	R : 135 G : 191 B : 201
	R : 198 G : 205 B : 208
	R : 246 G : 252 B : 255
	R : 163 G : 233 B : 234
	R : 62 G : 99 B : 95

Dalam gambar ini terlihat 5 warna yaitu biru gelap pada warna latar belakang, abu – abu, putih, biru tosca dan hijau gelap pada bagian *foreground*.

Keterangan gambar

Terlihat sosok 2 karakter ikan hiu yang berenang berputar – putar, pada bagian ekor salah satu ikan hiu terdapat kurva melengkung berwarna biru muda menandakan kedua karakter tersebut sedang berada di dalam air.

Konsep visual
Pada gambar ini dipertegas karakter ikan hiu yang tidak bersahabat yakni penonjolan gigi yang terlihat lebih besar dari umumnya.
Cuplikan video animasi 00.40s



Gambar IV.13 Kawanan ikan hiu mengepung anjing laut
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna :

R : 163
G : 233
B : 234

R : 198
G : 205
B : 208

R : 135
G : 191
B : 201

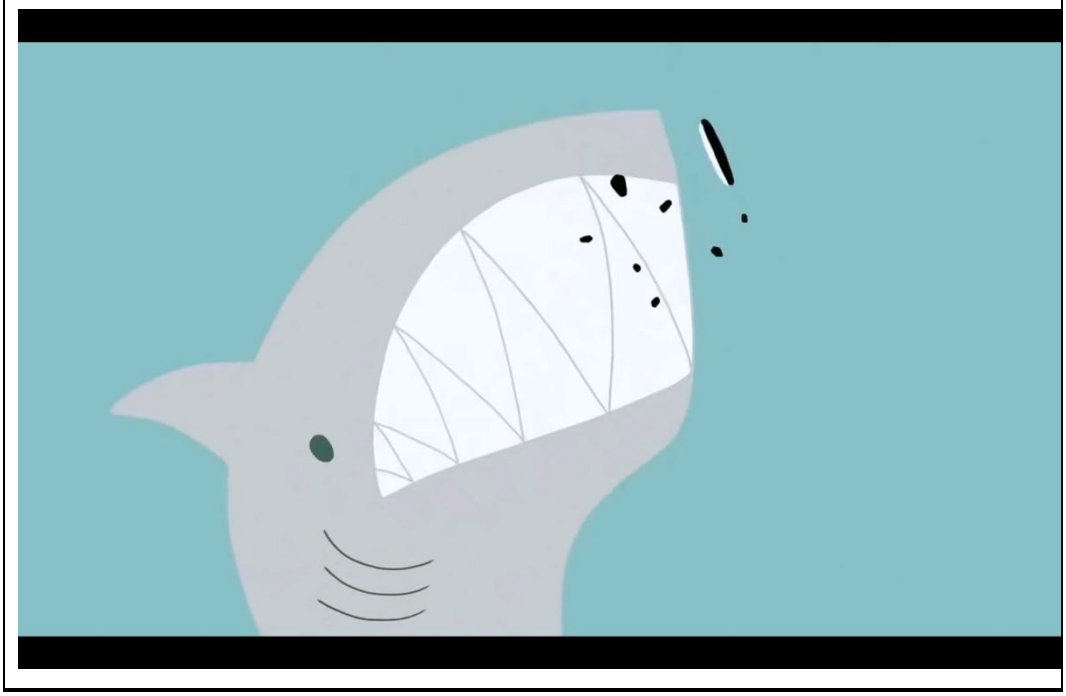
R : 246
G : 252
B : 255

R : 163
G : 233
B : 234

R : 62
G : 99
B : 95

Ada 6 warna ditampilkan dalam gambar ini yang digunakan yakni biru tosca yang berfungsi sebagai warna latar belakang, warna putih dan terlihat beberapa warna lainnya sebagai warna dalam *foreground.*
Keterangan gambar
Beberapa ekor karakter ikan hiu terlihat sedang berputar mengelilingi sebuah potongan es yang membeku, di atas potongan es tersebut ternyata ada 3 karakter anjing laut yang berdiri saling membelakangi melihat kawanan ikan hiu yang berenang berputar mengepung ke 3 anjing laut tersebut. Dari visual dapat dipahami bahwa lokasi berada di permukaan air.
Konsep visual
Dari gambar sebelumnya ketika karakter ikan hiu berenang di dalam air, lalu ikan hiu ini pun melompat keluar ke permukaan air dan bertemu dengan 3 ekor anjing laut yang berada di atas potongan es. Terlihat kawanan anjing laut itu waspada dengan kedatangan ikan hiu, disini juga terlihat ada nya ikatan yang tidak baik antara kedua jenis karakter tersebut. Penonton yang menyaksikan pun mengira bahwa anjing laut itu akan dimangsa oleh ikan hiu.
Cuplikan video animasi 00.43s

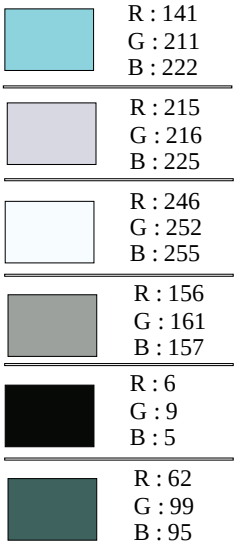
Gambar IV.14 Biskuit oreo yang telah digigit Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE (Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna : R : 255 G : 191 B : 167 R : 4 G : 8 B : 7 R : 114 G : 115 B : 114 Perbedaan besar terlihat pada potongan gambar ini dengan gambar sebelumnya, dimana warna merah tosca menjadi latar belakang dan warna hitam serta abu gelap menjadi warna *foreground*.
Keterangan gambar
Pada gambar berikut ini biskuit oreo terlihat tergigit pada 3 bagian. Menjadikan biskuit tersebut tidak lagi utuh berbentuk bulat.
Konsep visual
Membayangkan akan dimangsa oleh kawanan ikan hiu yang berjumlah 3 ekor, terlihat pada gigitan biskuit oreo membuat para penonton mengira hal serupa akan terjadi pada karakter anjing laut berkaitan dengan adegan sebelumnya dimana anjing laut tersebut terkepung di atas potongan es dengan 3 ekor ikan hiu.
Cuplikan video animasi 00.46s 

Gambar IV.15 Ikan hiu menggigit biskuit oreo
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik

Warna :



Digunakan beberapa warna pada gambar ini yaitu biru tosca sebagai warna latar belakang, lalu visual berupa ikan hiu yang berwana abu – abu dau putih serta biskuit oreo yang berwana hitam dan putih.

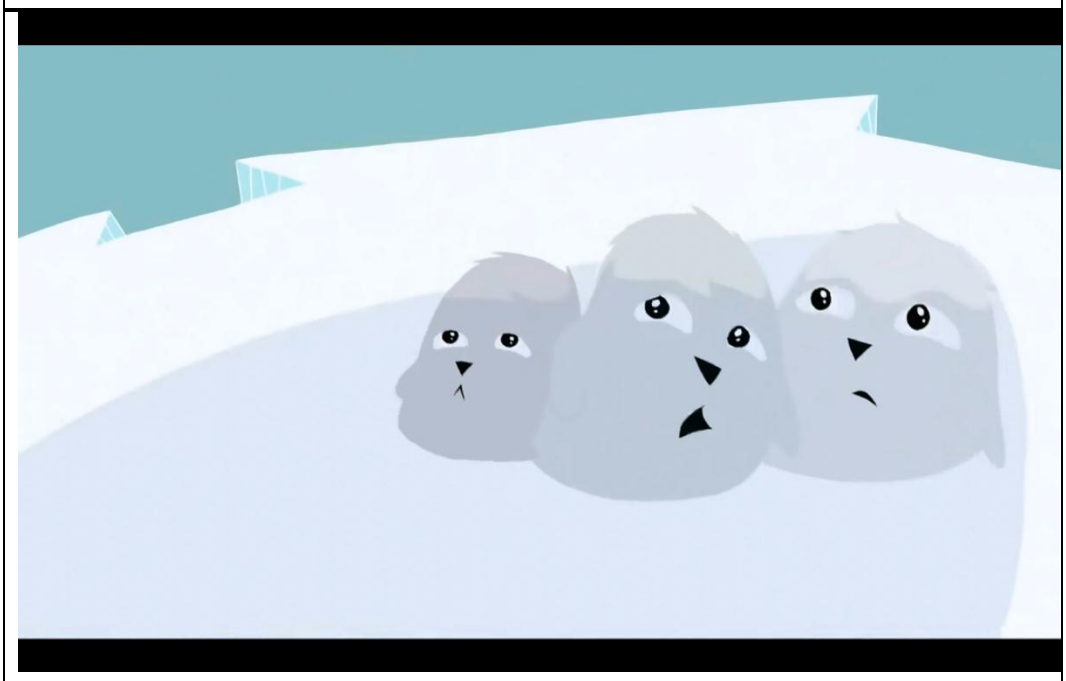
Keterangan gambar

Gambar ini terdapat sosok karakter ikan hiu sedang menggigit biskuit oreo hanya pada bagian biskuit hitamnya saja menggunakan giginya yang tajam hingga terlihat remah – remah biskuit tersebut.

Konsep visual

Penonton dibuat penasaran dengan visual pada adegan ini dimana karakter ikan hiu menggigit biskuit oreo. Bagaimana ikan hiu akan melakukan perbuatan selanjutnya, dan mengapa hanya bagian biskuit hitam yang digigit sehingga menysikan krim putih dan biskuit hitam pada bagian lainnya.

Cuplikan video animasi 00.47s



Gambar IV.16 Anjing laut yang ketakutan
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

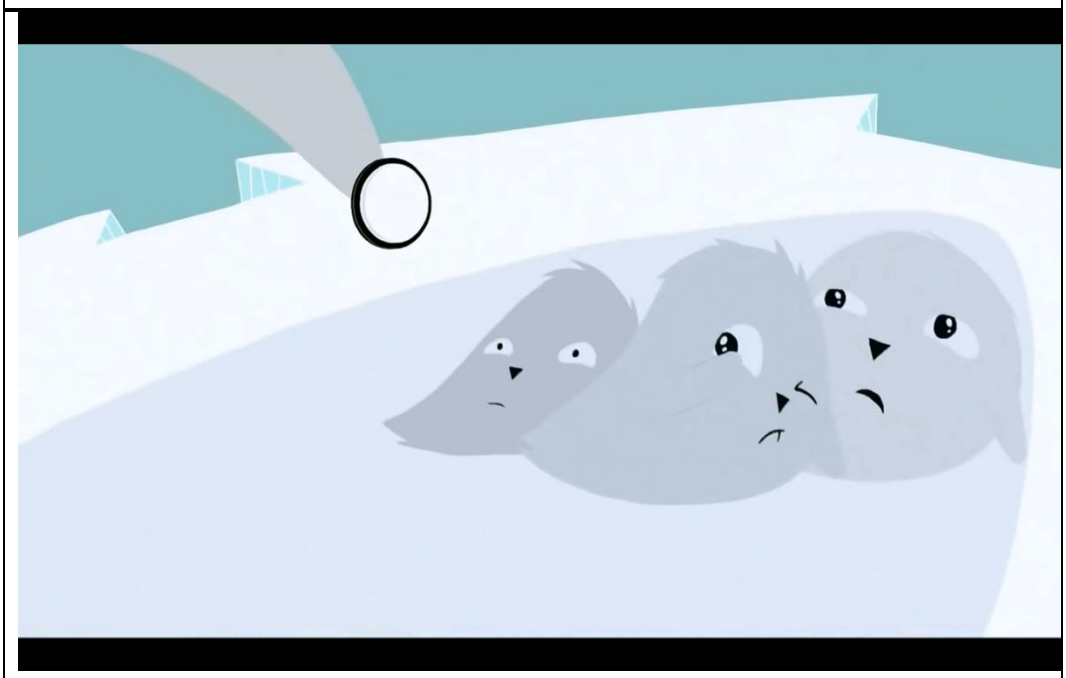
Unsur tehnik

Warna :

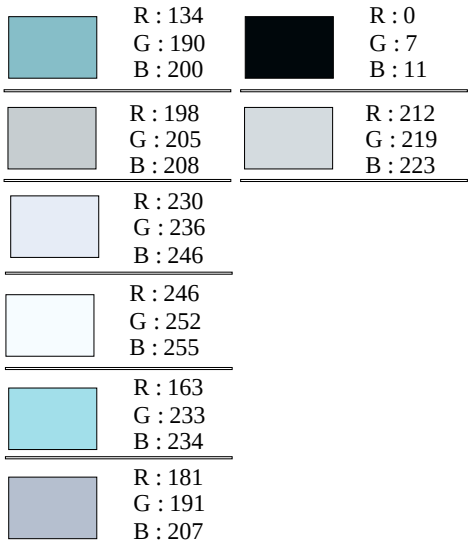
R : 134 G : 190 B : 200	R : 0 G : 7 B : 11
R : 198 G : 205 B : 208	R : 212 G : 219 B : 223
R : 230 G : 236 B : 246	
R : 246 G : 252 B : 255	
R : 163 G : 233 B : 234	
R : 181 G : 191 B : 207	

Digambarkan visual potongan es yang berwarna putih lalu, karakter anjing laut dengan warna abu – abu dan latar belakang berwarna biru. Terlihat juga bayangan ikan hiu mrnyelimuti ke 3 anjing laut tersebut.

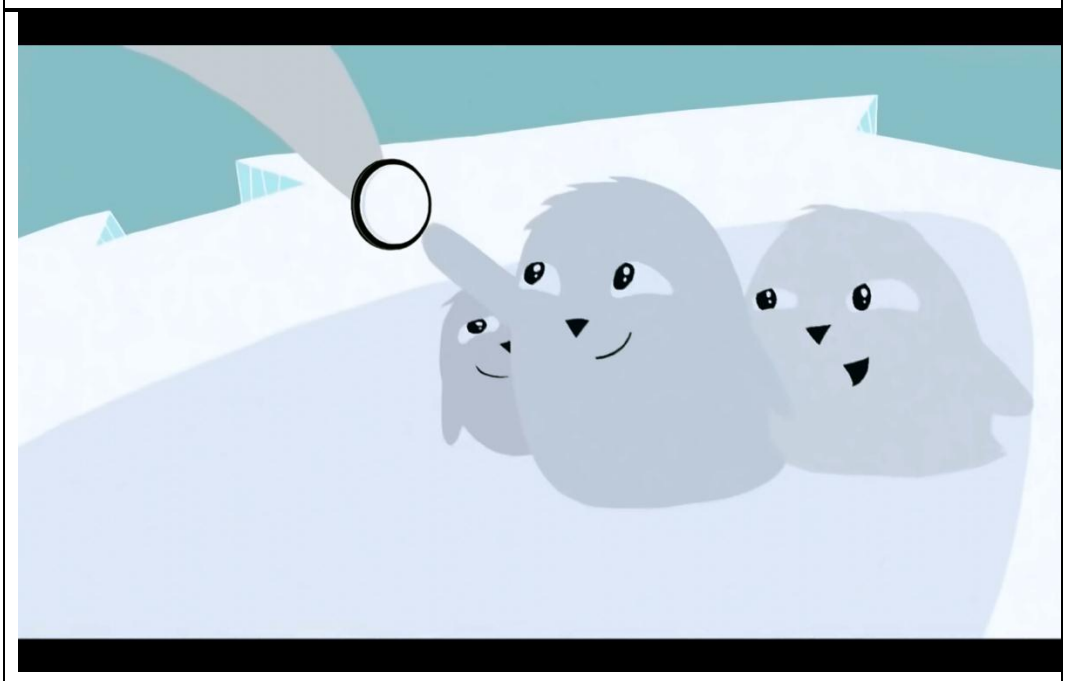
Keterangan gambar
Terlihat 3 karakter anjing laut yang berada di atas potongan es tersebut merasa ketakutan dan berdiri berdempetan, mungkin yang dilihat para anjing laut tersebut adalah sosok ikan hiu tersebut.
Konsep visual
Para anjing laut merasa ketakutan terlihat dari ekspresi mulut yang ditekuk ke bawah dan mata yang sayu. Ke 3 anjing laut tersebut menerka – nerka apa yang akan dilakukan ikan hiu selanjutnya pada anjing laut. Raut wajah ketakutan mengindikasikan bahwa tindakan yang akan dilakukan bersifat negatif atau tidak baik bagi anjing laut.
Cuplikan video animasi 00.48s



Gambar IV.17 Kawanan anjing laut mulai tahu maksud ikan hiu memberi biskuit oreo
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur Tehnik
Warna :  Pada potongan gambar ini cukup banyak warna yang digunakan, dengan masih mengguanakan warna biru tosca sebagai warna latar belakang. Pada adegan ini warna tersebut menceritakan peran air yang didukung oleh visual warna putih pada potongan es. Karakter anjing laut yang didominasi dengan warna abu – abu, lalu visual biskuit oreo yang berwarna putih dan hitam serta tangan ikan hiu yang memegang biskuit oreo.
Keterangan gambar
Pada gambar ini terlihat ikan hiu yang sebelumnya telah menggigit biskuit oreo memberikan biskuit tersebut kepada para anjing laut tersebut ditandai dengan tangan yang mendekat dengan memegang biskuit oreo pada anjing laut itu. Terlihat para anjing laut merasa semakin ketakutan dengan wajah yang dijauhkan pada salah satu anjing laut mengira sesuatu yang buruk akan menimpa kawanan anjing laut tersebut.
Konsep visual
Disini mulai terlihat maksud dari karakter ikan hiu tersebut, para penonton yang mengira awalnya ikan hiu akan melakukan sesuatu yang tidak baik pada 3 anjing laut itu akhirnya mengetahui bahwa maksud dari ikan hiu tersebut adalah ingin berbagi biskuit oreo dengan anjing laut.

Cuplikan video animasi 00.49s



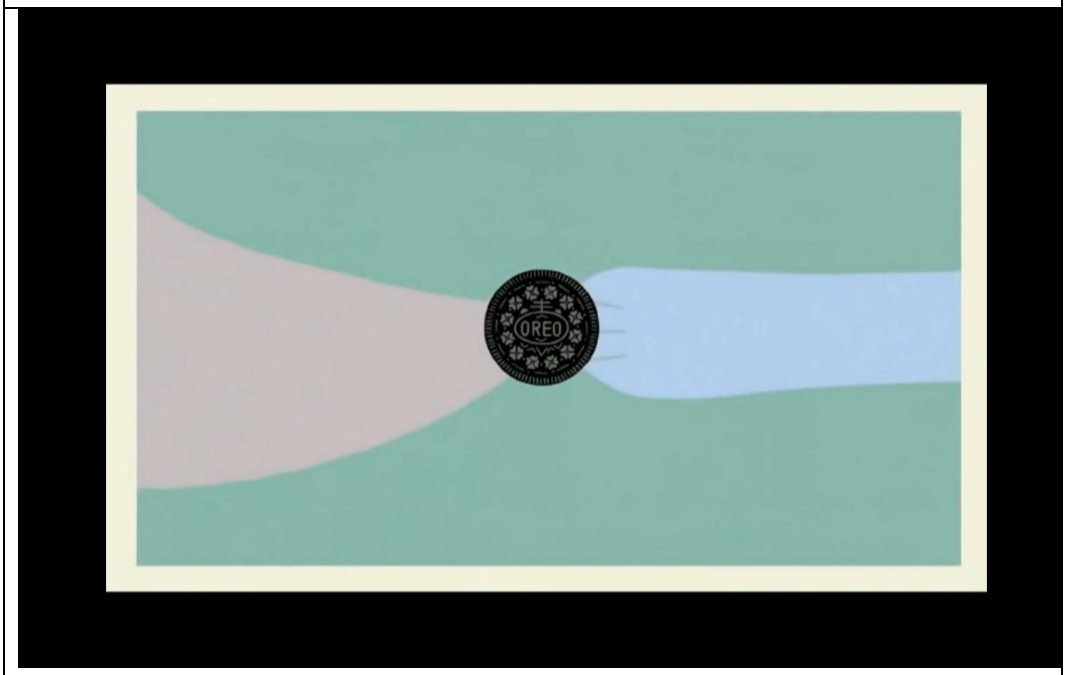
Gambar IV.18 Ekspresi anjing laut berubah dan hendak mengambil biskuit oreo dari ikan hiu
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik

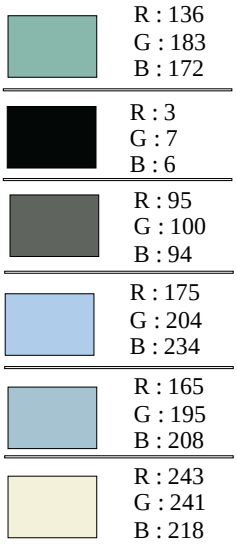
Warna :

R : 134 G : 190 B : 200	R : 0 G : 7 B : 11
R : 198 G : 205 B : 208	R : 212 G : 219 B : 223
R : 230 G : 236 B : 246	
R : 246 G : 252 B : 255	
R : 163 G : 233 B : 234	
R : 181 G : 191 B : 207	

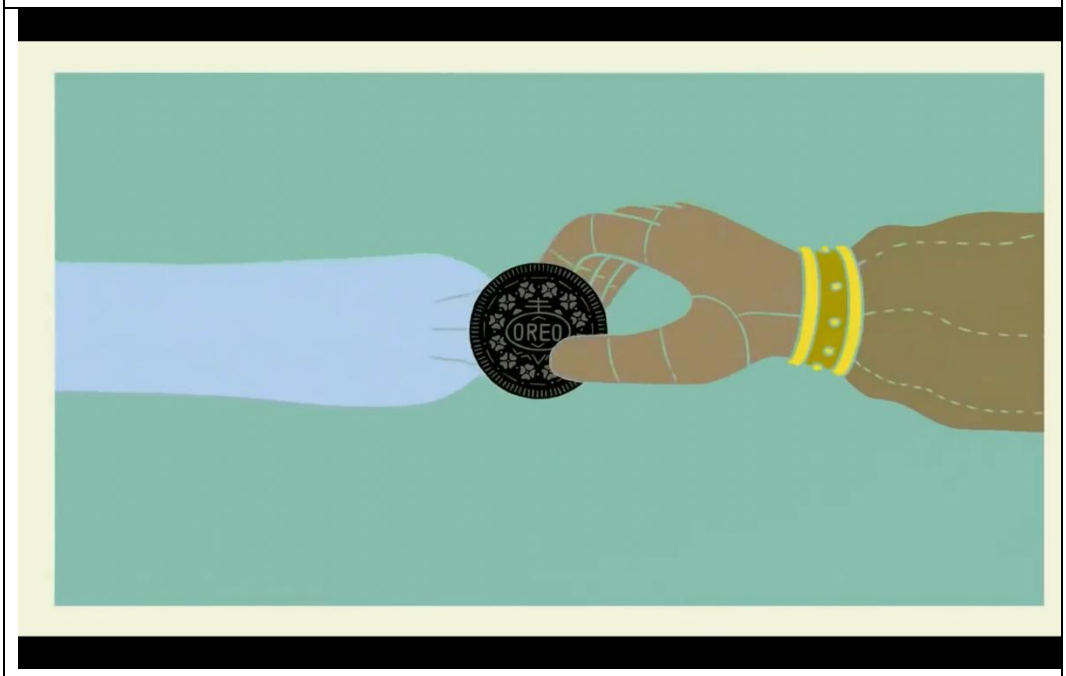
Penggunaan warna pada gambar ini masih sama seperti gambar sebelumnya dimana warna biru tosca sebagai warna latar belakang, warna putih

memvisualkan potongan es, lalu kombinasi warna abu – abu pada karakter anjing laut serta visual bayangan karakter ikan hiu.
Keterangan gambar
Perubahan ekspresi pada karakter anjing laut terlihat dibanding gambar sebelumnya, dengan raut wajah yang senang salah satu anjing laut tersebut mengambil biskuit yang diberikan oleh karakter ikan hiu itu
Konsep visual
Para penonton kini telah mengetahui pesan dalam iklan ini yaitu untuk berbagi pada sesama entah kepada siapapun itu. Dalam adegan ini terlihat perubahan suasana dari tegang menjadi gembira antar 2 jenis karakter tersebut. Karakter ikan hiu berhasil mencairkan suasana dengan maksud memberi biskuit oreo kepada anjing laut yang dalam iklan animasi ini terlihat kecil dan lemah.
Cuplikan video animasi 00.49s


Gambar IV.19 Tangan ikan hiu memberi biskuit oreo kepada anjing laut
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna :  Tampak terlihat perubahan penggunaan warna pada gambar ini yakni pada warna yang berperan sebagai latar belakang yang sekarang berwarna hijau gelap lalu, terdapat visual bingkai berwarna kuning serta visual tangan dari 2 karakter yaitu karakter ikan hiu dan karakter anjing laut berwana abu – abu dan biru. Tedapat juga visual biskuit oreo pada gambar ini.
Keterangan gambar
Dari gestur tangan terlihat saling memberikan biskuit oreo. Tangan tersebut memperlihatkan karakter yang berbeda, di sebelah kiri karakter ikan hiu dan di sebelah kanan adalah karakter anjing laut.
Konsep visual
Pesan yang diperlihatkan dalam iklan animasi ini adalah berbagi. Melalui biskuit oreo sebagai perantaranya yang pada potongan gambar ini terlihat karakter ikan hiu dan anjing laut diwakili oleh masing masing tangan kedua karakter tersebut.

Cuplikan video animasi 00.50s



Gambar IV.1.20 Tangan anjing laut memberi biskuit oreo
kepada dewa coklat
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

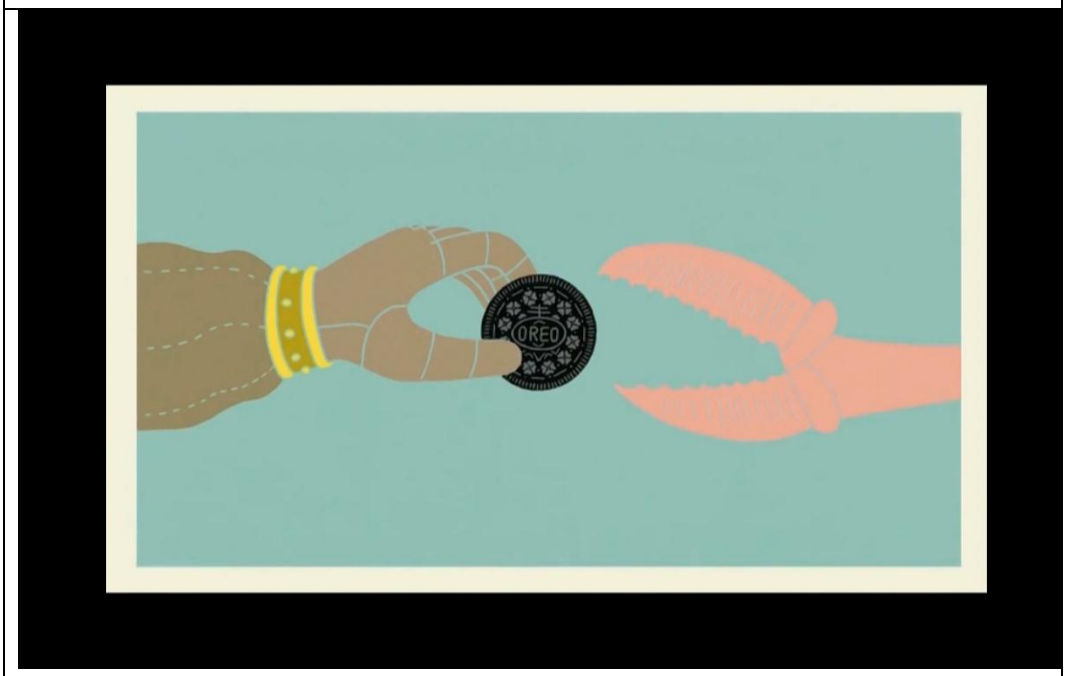
Unsur tehnik

Warna :

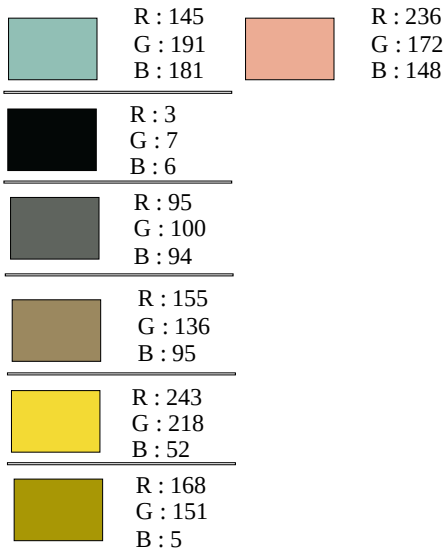
R : 136 G : 183 B : 172	R : 155 G : 136 B : 95
R : 3 G : 7 B : 6	R : 243 G : 218 B : 52
R : 95 G : 100 B : 94	R : 168 G : 151 B : 5
R : 175 G : 204 B : 234	
R : 165 G : 195 B : 208	
R : 243 G : 241 B : 218	

Pada gambar ini warna pada latar belakang tidak berubah dan tetap menggunakan bingkai berwarna kuning. Masih terdapat visual tangan anjing laut berwarna biru, lalu yang berbeda ialah terdapat sosok visual tangan berwarna coklat dan pada pergelangan tangan nya berwarna kuning seperti gelang.

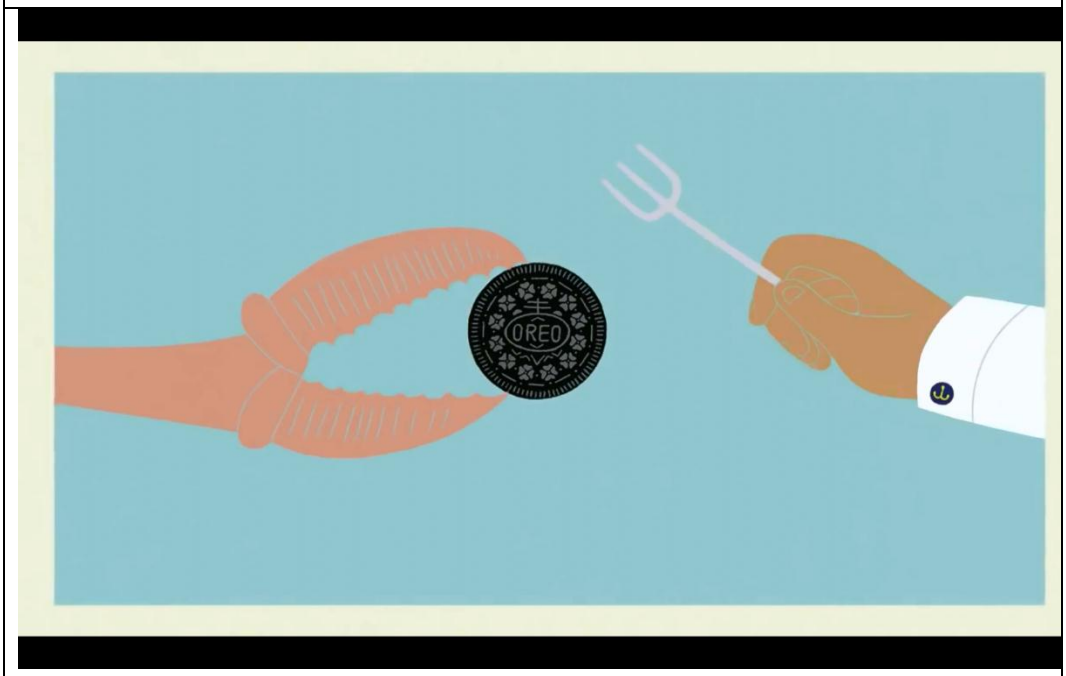
Keterangan gambar
Penggambaran 2 tangan yang mewakili 2 karakter yang berbeda terlihat, pada sebelah kiri terdapat tangan anjing laut dan sebelah kanan tangan seorang dewa yang berwarna coklat saling memberi dan mengadah biskuit oreo.
Konsep visual
Dengan perubahan sosok karakter yang saling berbagi biskuit oreo memperlihatkan bahwa di kehidupan yang terdiri dari berbagai macam ras manusia, hewan serta tumbuhan selayaknya untuk saling berbagi. Karena ketika berbagi akan menimbulkan rasa peduli, terbuka serta suasana yang menyenangkan.
Cuplikan video animasi 00.51s.



Gambar IV.21 Tangan dewa coklat memberi biskuit oreo kepada kepiting
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE (Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna :  Terlihat satu perbedaan warna pada potongan gambar ini dibanding gambar sebelumnya yaitu pada warna merah tosca yang memvisualkan tangan dari karakter kepiting. Selain itu warna yang digunakan tidak berbeda dengan gambar sebelumnya.
Keterangan gambar
Pada gambar ini sosok tangan 2 karakter berbeda saling memberi biskuit oreo, terlihat bentuk dari tangan kepiting atau capit akan menerima biskuit dari tangan sdatunya lagi.
Konsep visual
Selanjutnya dari berbagi ini antara manusia dan hewan dapat dipahami oleh para penonton agar untuk bertindak demi kebaikan antara sesamanya. Jangan ada diskriminasi mengenai perbedaan yang telah berkembang di kehidupan bersosial ini dan saling menghargai perbedaan tersebut.

Cuplikan video animasi 00.51s



Gambar IV.22 Tangan kepiting memberi biskuit oreo kepada koki
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

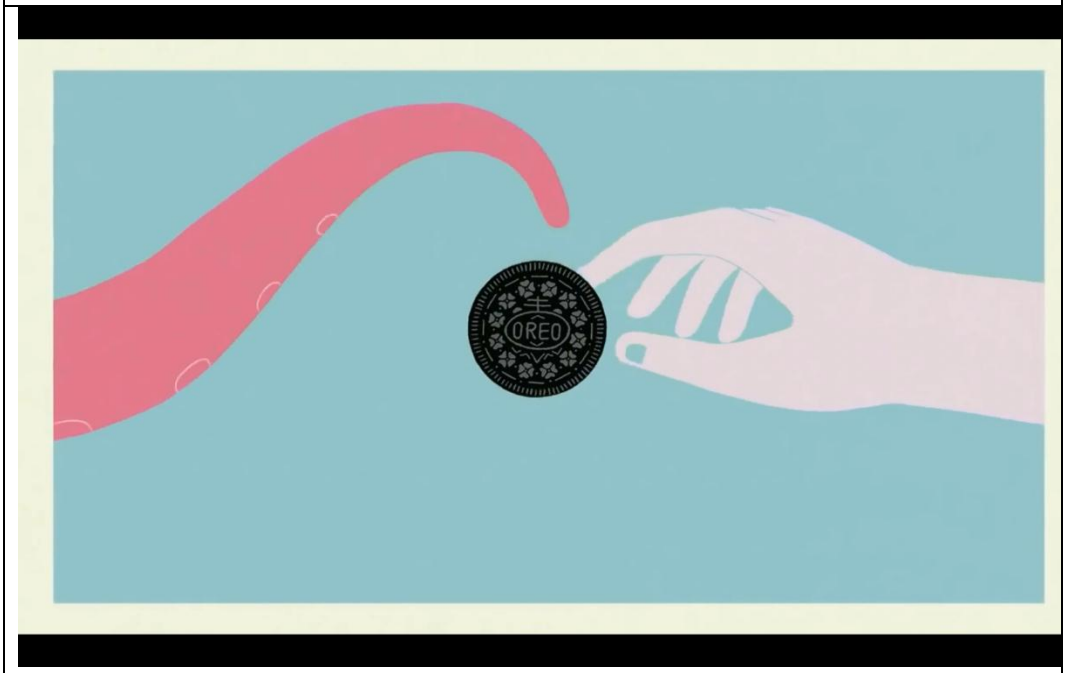
Unsur tehnik

Warna :

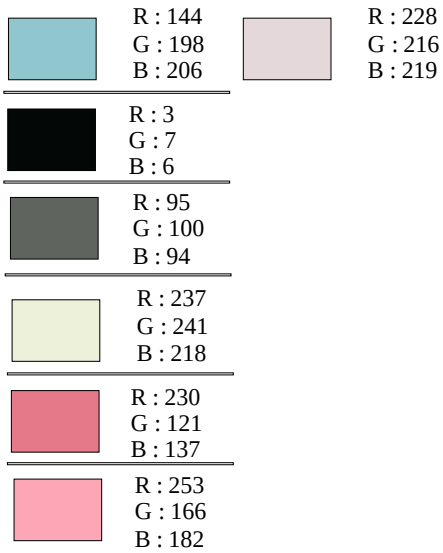
R : 144 G : 198 B : 206	R : 236 G : 172 B : 148
R : 3 G : 7 B : 6	R : 202 G : 208 B : 219
R : 95 G : 100 B : 94	
R : 237 G : 241 B : 218	
R : 243 G : 218 B : 52	
R : 247 G : 254 B : 255	

Warna pada gambar ini sedikit berbeda dengan gambar sebelumnya, pada latar belakang terdapat warna biru tosca lalu visual capit kepiting yang memegang biskuit oreo masih menggunakan warna merah tosca. Perbedaan pada gambar ini

adalah munculnya warna dari visual tangan manusia yang berwarna coklat dan putih sebagai warna yang menunjukan lengan baju.
Keterangan gambar
Pada gambar ini terlihat capit kepiting yang sedang memegang biskuit oreo akan dibagikan kepada sosok manusia, tangan tersebut sedang memegang garpu dan terlihat lengan bajunya. Tangan manusia merepresentasikan seorang koki yang akan menerima biskuit oreo.
Konsep visual
Pada visual ini masih menekankan pada para penonton untuk mari bertindak saling berbagi dan menghormati perbedaan agar menciptakan suasana yang menyenangkan.
Cuplikan video animasi 00.52s



Gambar IV.23 Gurita memberi biskuit oreo kepada manusia
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna :  Pada visual yang disajikan dalam gambar ini terlihat perbedaan mencolok dengan gambar sebelumnya yaitu munculnya warna merah muda yang merepresentasikan tentakel gurita dan warna abu pucat pada tangan manusia. Warna pada latar belakang kini sedikit berbeda dari gambar sebelumnya yakni biru tosca.
Keterangan gambar
Pada gambar ini karakter gurita yang diwakili oleh tentakelnya memberi biskuit oreo kepada tangan manusia.
Konsep visual
Penonton yang telah memahami pesan dalam iklan ini dibuat lebih meyakinkan lagi dengan tampilan pada adegan ini untuk berbagi. Satu tindakan yang berdampak besar bagi sekitarnya dan menciptakan suasana menyenangkan.

Cuplikan video animasi 00.54s



Gambar IV.24 Tangan manusia memegang biskuit oreo
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik

Warna :

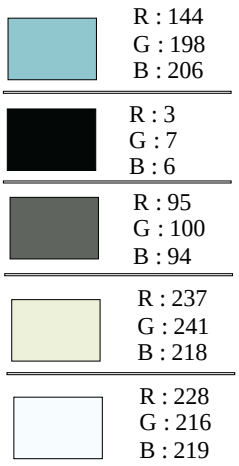
	R : 144 G : 198 B : 206
	R : 3 G : 7 B : 6
	R : 95 G : 100 B : 94
	R : 237 G : 241 B : 218
	R : 228 G : 216 B : 219

Pada gambar ini warna yang digunakan berjumlah 5 warna. Latar belakang masih menggunakan warna biru tosca, lalu terlihat warna hitam dan abu gelap yang merepresentasikan biskuit oreo dan warna abu pucat pada tangan manusia. Serta warna kuning tocsa yang menjadi bingkai pada adegan ini.

Keterangan gambar
Pada gambar ini terlihat biskuit oreo berada di tengah dan lebih besar dari pada gambar – gambar sebelumnya. Lalu di belakang biskuit tersebut terlihat tangan yang sedang memegang biskuit oreo.
Konsep visual
Memasuki akhir dari video iklan komersial ini, penggambaran biskuit oreo ditonjolkan dengan posisi dan ukurannya sebagai identitas dan citra sebuah produk makanan. Setelah memperhatikan dan memahami iklan ini, penonton diharapkan dapat menerapkan pesan dari iklan ini mengenai tindakan berbagi, salah satunya dapat dilakukan berbagi kepada sesama dengan biskuit oreo.
Cuplikan video animasi 00.56s



Gambar IV.25 Biskuit oreo dengan tagline “penuh keajaiban”
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 13/06/2016)

Unsur tehnik
Warna :  Pada gambar terakhir dari iklan ini memperlihatkan warna yang tidak jauh berbeda yaitu warna latar belakang menggunakan warna biru tosca, lalu hitam pada visual biskuit oreo, putih pada visual krim susu dan teks bertuliskan “penuh keajaiban” dan warna kuning sebagai bingkai pada gambar ini.
Keterangan gambar
Pada gambar ini terlihat visual biskuit oreo yang berupa biskuit hitam dan krim susu yang berada ditengahnya lalu, terdapat teks “penuh keajaiban” yang berfungsi sebagai tagline dari produk biskuit ini.
Konsep visual
Akhirnya untuk memperkuat pesan yang disampaikan kepada para penontonnya, diperlihatkan tagline bertuliskan “penuh keajaiban” dimana kata tersebut dapat dengan mudah diingat oleh orang dan menjadikan identitas dari produk makanan ringan ini.

Dari video animasi iklan komersial tersebut, terlihat jelas bahwa perusahaan pengiklan mondelez berusaha menarik minat konsumennya untuk membeli produk biskuit oreo lewat tindakan berbagi. Dengan satu tindakan baik ini akan menciptakan keharmonisan hubungan antara satu dan lainnya. Dalam iklan ini ditemukan berbagai macam karakter yang berbeda menandakan di setiap tempat dan daerah memiliki keanekaragaman pada orang – orang tentu dengan sifat dan kebiasaan yang berbeda pula, lalu dengan norma – norma yang berlaku pada tempat

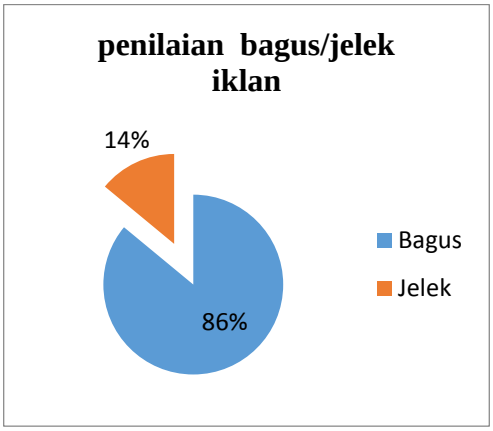
tersebut tetap memiliki satu kesamaan yang sama yaitu memberi dan berbagi. Entah itu pada orang berkulit hitam dan putih, beragama berbeda atau status sosial, tetap, ketika orang bisa berbagi dan memberi kepada sesama akan menimbulkan rasa bahagia lewat senyuman yang terlihat pasa setiap orang yang memberi dan menerima. Dan pada akhirnya terciptanya keakraban sesama orang yang memiliki perbedaan – perbedaan tersebut.

IV.2 Strategi Visual Iklan Oreo Versi "Penuh Keajaiban"

Setelah menganalisa video animasi iklan komersial oreo versi "penuh keajaiban", didapatkan parameter dalam iklan tersebut berupa pesan, makna dan nilai keseluruhan iklan. Untuk mengkaji strategi visual pada iklan ini maka, diuraikan melalui kualitas visual, konsep visual dan prasyarat desain.

IV.2.1 Kualitas Visual

Kualitas merupakan penilaian emosional pada setiap individu, untuk membuktikan kualitas tersebut maka dibutuhkan penilaian yang bersifat berkelompok atau lebih dari satu. Pada iklan oreo versi "penuh keajaiban", untuk membuktikan kualitas visual kepada masyarakat sebagai target audiens pada umumnya dan anak – anak pada khususnya, telah dilakukan kuisioner dengan pertimbangan bagus atau buruknya iklan dan paham atau bingungnya iklan dimata masyarakat. Berikut adalah hasil dari kuisioner yang dilakukan pada salah satu sekolah dasar dan sekolah menengah pertama di kawasan cijerah, kota Bandung :



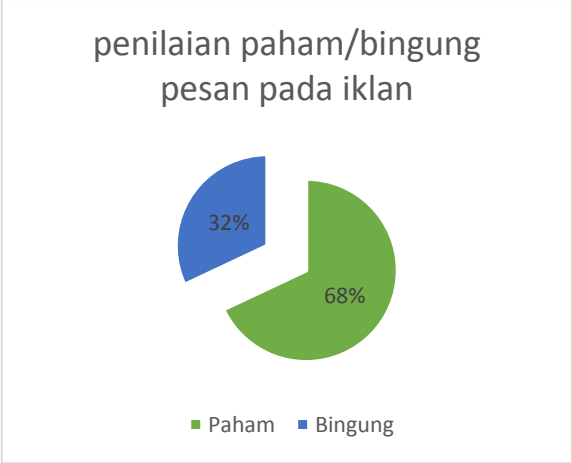
Gambar IV.26 Grafik penilaian bagus/jelek iklan
Sumber : dokumentasi pribadi
(20/06/2016)

Tabel IV.2 Penilaian bagus/jelek iklan

(sumber : Dokumentasi pribadi)

No.	penilaian bagus/jeleknya iklan	f	%
1	Bagus	43	86
2	Jelek	7	14
Total		50	100

Pada diagram dan tabel di atas, memperlihatkan penilaian iklan oreo pada 50 orang mengenai bagus atau jelek iklan tersebut menurut pendapat masing – masing. Terlihat 43 orang menyatakan bahwa iklan tersebut bagus dan disukai sementara 7 orang lainnya berpendapat iklan ini jelek. Ini membuktikan bahwa sebagian besar orang menyukai iklan oreo.



Gambar IV.27 Grafik penilaian paham/bingung pesan pada iklan
Sumber : dokumentasi pribadi
(20/06/2016)

Tabel IV.3 Penilaian paham/bingung pesan pada iklan

(sumber : Dokumtasi pribadi)

No.	penilaian paham/bingung pesan pada iklan	f	%
1	Paham	34	68
2	Bingung	16	32
Total		50	100

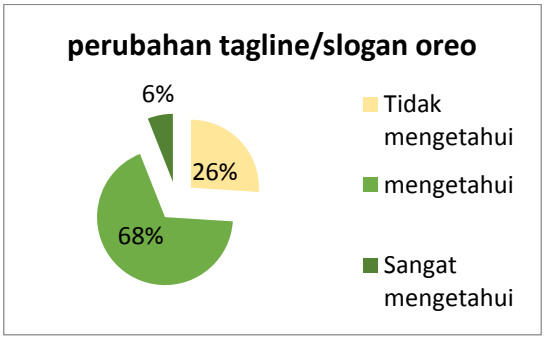
Pada penilaian pesan dalam iklan menyatakan bahwa 68% atau sejumlah 34 orang mengetahui pesan yang terkandung dalam iklan tersebut yaitu berbagi, 16 orang beranggapan bahwa tidak tahu atau bingung terhadap iklan oreo ini. Dari penilaian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar orang dapat memahami pesan pada iklan mengenai berbagi melalui biskuit oreo.

IV.2.2 Konsep Visual

Iklan oreo versi "penuh keajaiban" selanjutnmya akan dibahas mengenai konsep visual iklan secara keseluruhan. Terdapat beberapa unsur yang mendukung konsep visual pada sebuah iklan yaitu fungsi, produksi, operasional, prodak dan etik. Berikut uraian masing – masing unsur tersebut.

IV.2.2.1 Fungsi

Sebuah iklan komersial yang dituju kepada masyarakat, tentu mempunyai fungsi yang ingin dicapai dalam iklan. Fungsi dalam iklan oreo versi "penuh keajaiban" adalah untuk mengajak atau mempersuasif masyarakat untuk membeli produk biskuit oreo. Lebih jauh lagi iklan oreo ingin mengubah presepsi masyarakat mengenai oreo melalui tagline nya yang pada awalnya berupa "diputar, dijilat dan dicelupin" kini "penuh keajaiban". Melalui tagline baru ini, perusahaan mondelez berhasil menanamkan identtas baru oreo pada benak masyarakat. Dibuktikan dengan pertanyaan yang diberikan kepada masyarakat khususnya anak – anak tentang apakah mereka mengetahui tagline atau slogan baru pada oreo dan sebagian besar anak – anak mengetahui slogan baru oreo yang berbunyi "penuh keajaiban".



Gambar IV.28 Grafik peubahan tagline/slogan oreo
Sumber : dokumentasi pribadi
(20/06/2016)

Tabel IV.4 Perubahan tagline/slogan oreo

(sumber : Dokumentasi pribadi)

No.	perubahan tagline/slogan oreo	f	%
1	Tidak mengetahui	13	26
2	mengetahui	34	68
3	Sangat mengetahui	3	6
Total		50	100

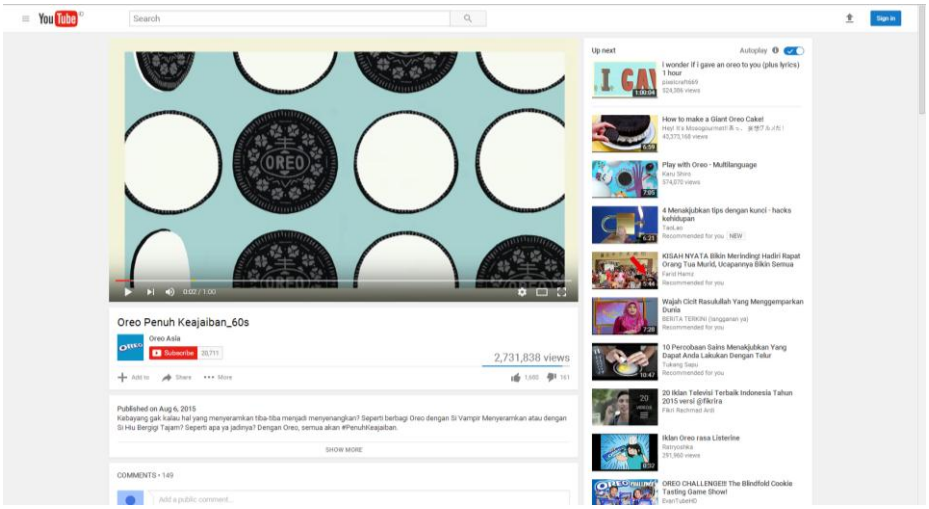
Terlihat dari 50 orang yang diberikan pertanyaan, sejumlah 34 dan 3 orang menyatakan mengetahui dan sangat mengetahui mengenai tagline oreo yang berbunyi “penuh keajaiban”. Ini membuktikan fungsi iklan oreo yang mencoba mempersuasif dan memperbarui presepsi berhasil di masyarakat.

IV.2.2.2 Produksi

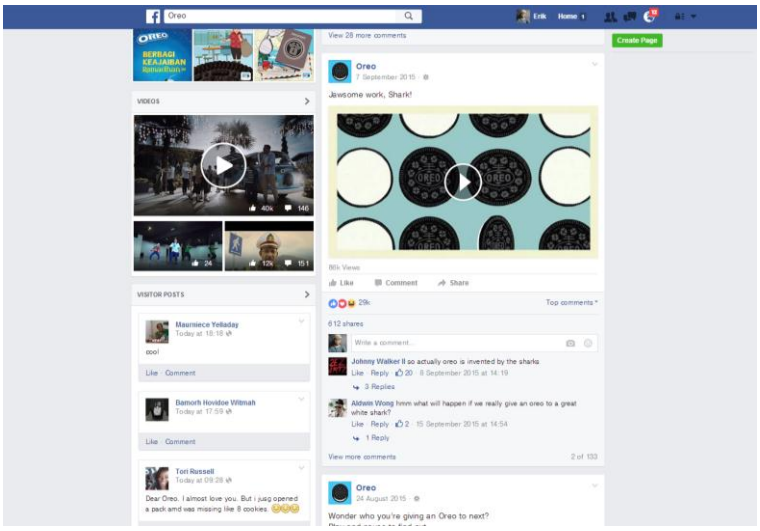
Dalam kajian strategi visual iklan oreo versi “penuh keajaiban”, setelah membahas mengenai unsur fungsi kini beralih membahas tentang produksi. Iklan oreo versi “penuh keajaiban” telah berhasil diproduksi dan telah dilepas ke pasaran. Iklan yang berupa video dan audio ini di Indonesia, iklan pertama kali ditayangkan pada tanggal 8 agustus 2015. Bahkan iklan oreo ini diproduksi dalam 3 bahasa pada audionya yaitu bahasa ,Indonesia, Inggris dan Bahasa Thailand.

IV.2.2.3 Operasional

Pada unsur operasional iklan oreo yang dimaksud adalah bagaimana penempatan iklan diperlihatkan kepada masyarakat. Dengan teknologi informasi yang tengah berkembang pesat saat ini, begitu mudah mendapatkan akses informasi dengan cepat. Beragam konten tersaji dalam mengakses informasi oleh masyarakat, salah satunya oleh perusahaan yang memproduksi biskuit oreo yakni *mondelez international manufacturing.* Iklan oreo versi “penuh keajaiban” dalam operasionalnya selain menggunakan media televisi untuk beriklan, juga menggunakan media situs *Youtube* dan media sosial seperti *facebook* untuk memperlihatkan kepada masyarakat luas tentang oreo melalui iklan ini. Dengan cara ini jangkauan iklan semakin luas dan merata kepada masyarakat.



Gambar IV.29 Iklan oreo pada situs Youtube
Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=D1LM0L0l_kE
(Diakses pada 20/06/2016)



Gambar IV.30 Video iklan oreo pada jejaring sosial Facebook
Sumber : https://web.facebook.com/oreo/
(Diakses pada 20/06/2016)

IV.2.2.4 Prodak

Kemudian salah satu unsur konsep visual dalam kajian strategi visual ini adalah prodak dimana iklan yang bertujuan untuk memperkenalkan prodak ditempatkan. Iklan komersial yang berbentuk video atau gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu ini berjenis digital dan menggunakan media televisi. Iklan oreo ini ditayangkan pada beberapa stasiun

televisi untuk menambah jangkauan penontonnya, karena memiliki standar yang sama.

IV.2.2.5 Etik

Etik berkaitan dengan budaya, dan budaya berkaitan dengan setiap daerah yang memiliki keragamannya masing – masing. Di Indonesia sendiri yang memiliki kebudayaan beraneka ragam, bermacam – macam suku dan berbagai bahasa, untuk memperkenalkan *tagline* atau slogan baru oreo yang kini dimiliki oleh perusahaan asal negara Amerika, tentu agar tidak bertentangan ketika memperkenalkan oreo kepada masyarakat Indonesia, maka dibuatlah iklan oreo berbahasa indonesia versi "penuh keajiaban" pada versi Bahasa inggris *tagline* iklan ini berbunyi "*Wonderfilled".*

IV.2.3 Prasyarat Desain

Perusahaan mondelez *manufacturing* yang berdiri pada tahun 2012 menggantikan Krafts foods merasa perlu untuk mengubah keunikan atau ciri khas produk yang diproduksinya sehubungan dengan pergantian perusahaan tersebut. Lalu 2 tahun kemudian pada 2015 terciptalah *tagline* yang merubah ciri khas pada salah satu produknya yakni biskuit oreo. Di Indonesia sebelum terciptanya slogan "penuh keajaiban", dulu berbunyi "diputar, dijilat, dicelupin" yang menjadi ciri khas produk biskuit oreo. Kini, biskuit oreo merubah pandangan masyarakat dengan di perkenalkannya iklan baru versi "penuh keajaiban". Dengan mengusung konsep cerita tentang berbagi, iklan ini berusaha memperbarui pandangan masyarakat mengenai biskuit oreo. Dalam rangakaian cerita iklan oreo, diperlihatkan berbagai macam karakter yang mempunyai sifat asli dengan kepribadian setiap tokoh dalam dunia nyata seperti vampir yang menakutkan, ikan hiu yang ganas bergigi tajam dan anjing laut yang pendiam dan tenang. Dari pertunjukan karakter tersebut memperlihatkan tingkat kekuatan dan tingkah laku dimana ada yang kuat, ada yang lemah lalu yang baik. Hal itu jika dalam kehidupan nyata merupakan perwujudan perbedaan antara manusia secara individu dan berkelompok. Iklan ini berusaha untuk menyampaikan agar saling berbagi dengan mengesampingkan perbedaan, entah itu perbedaan usia, warna kulit, status sosial dan lainnya. Inilah nilai – nilai

yang ingin diperlihatkan mondelez manufacturing kepada masyarakat melalui iklan oreo versi “penuh keajaiban”.

IV.2.4 Hasil Analisa Strategi Visual Iklan Oreo Versi “Penuh Keajaiban”

Setelah mengkaji startegi visual iklan oreo versi “penuh keajaiban”, didapat hasil analisa yaitu secara kualitas visual iklan ini di pandang baik oleh masyarakat, hal itu dibuktikan dengan respon positif setelah menyaksikan iklan oreo. Dari penyampaian iklan yang dikemas dalam bentuk animasi 2 dimensi lalu, pesan yang diperlihatkan masyarakat dapat dipahami dengan baik menandakan bahwa penelitian iklan oreo menemukan kualitas visual dalam iklan secara keseluruhan dinilai baik dan pesan tersampaikan kepada masyarakat.

Kemudian pada konsep visual yang terdiri dari beberapa unsur yaitu fungsi, produksi, operasional, prodak dan etik iklan didapati hasil yakni pada fungsi masyarakat mengetahui perubahan tagline atau slogan biskuit oreo yang dulu berbunyi “diputar, dijilat, dicelupin” kini setelah ditayangkannya iklan oreo versi “penuh keajaiban” masyarakat diperbarui slogan mengenai biskuit oreo ini. Selanjutnya pada unsur produksi iklan ini telah berhasil diproduksi dan lepas ke pasaran pada tahun 2015 dan di Indonesia mulai tayang pada bulan agustus. Pada operasionalnya iklan oreo versi “penuh keajaiban”, selain ditayangkan di televisi, juga dapat disaksikan di situs terkenal video Youtube dan pada halaman Facebook. Lalu unsur prodak iklan telah ditayangkan pada berbagai stasiun televisi swasta di Indonesia agar dapat menjangkau masyarakat lebih luas lagi.Kemudian pada unsur etik, iklan tidak bertentangan dengan masyarakat Indonesia dengan keragaman budayanya karena adanya iklan versi berbahasa Indonesia yang di rilis ke masyarakat. Dari segi visual pun tidak bertentangan karena iklan telah ditayangkan di televisi yang sebelumnya diuji oleh pihak pertelevisian tersebut.

Unsur terakhir yakni prasyarat desain, perusahaan *mondelez international manufacturing* yang memproduksi biskuit oreo ingin memperbarui pandangan konsumennya melalui iklan versi “penuh keajaiban” ini. Upaya ini pun dapat dikatakan berhasil mengingat penelitian yang dilakukan kepada masyarakat di kota Bandung melalui kuisioner yang menunjukan respon positif dengan perubahan tagline atau slogan biskuit oreo setelah melihat iklan versi “penuh keajaiban”.