

# Analisis Iklan Video Hari Raya Petronas “Pulang ke Ke pangkuan Ibunda”

**Azahar Harun**

*Fakulti Seni Lukis & Seni Reka, Universiti Teknologi MARA, Cawangan Melaka*  
[azahar581@uitm.edu.my](mailto:azahar581@uitm.edu.my)

Received Date: 01 January 2021

Accepted Date: 02 January 2021

Available Online: 10 February 2021

## Abstrak

Kajian ini membincangkan tentang imej kampung yang digambarkan di dalam iklan video hari raya terbitan Petronas berjudul *Pulang Ke Pangkuan Ibunda* (2014) yang disiarkan melalui laman YouTube rasmi di <https://youtube.com/PetronasOfficial>. Iklan video yang berdurasi dua minit lima puluh lapan saat (00:02:58) ini memaparkan kisah sebuah keluarga di kampung membuat persiapan menyambut hari raya. Dengan menggunakan kaedah “*Shot-by-Shot Analysis*” dan “*Semiotic Analysis*”, penulis ingin mengetahui bagaimana iklan video ini membawa makna tentang signifikasi imej kampung dengan warisan dan budaya masyarakat Melayu. Untuk tujuan tersebut, satu perisian *Video Annotation Research Tool* (ANVIL) telah digunakan untuk proses pengkodan. Hasil dari analisa yang dijalankan, penulis mendapati bahawa elemen-elemen visual dan naratif dalam iklan video ini walaupun kelihatan klise, mampu memberi kesan dari segi emosi kepada penonton serta memberi kaitan dengan Petronas dan aspirasi kerajaan.

**Kata kunci:** *Imej Kampung, Iklan Video, Petronas*

## PENGENALAN

Bagi sesetengah masyarakat di Malaysia, istilah kampung mungkin dianggap sangat peribadi. Dari perspektif umum, kampung adalah sebuah kawasan penempatan penduduk luar bandar yang memiliki kemudahan awam sederhana dan ada juga yang daif. Rumah-rumah di kampung tidak tersusun dan senibinanya dipengaruhi ciri-ciri senibina Melayu mengikut negeri masing-masing (A Samad Ahmad, 1990). Misalnya rumah kampung tradisional Melayu Melaka mempunyai struktur bumbung tinggi yang curam dengan ruang beranda serta tangga batu. Gaya hidup masyarakat kampung tidak terlalu gopoh lantas menjadikan peredaran masa di kampung seakan-akan perlahan. Yang menarik lagi ialah adat resam orang kampung (contohnya gotong-royong, pantang larang, ramah mesra) masih terpelihara dan diamalkan sehingga hari ini.

Namun demikian, terdapat juga persepsi stereotaip berkaitan imej kampung. Misalnya “Jaguh Kampung” adalah gelaran kepada individu yang dianggap hebat dan berani di dalam kawasan sendiri tetapi lemah bila berada di persada luar. “Orang Kampung” dilabel sebagai seseorang yang kolot pemikirannya, konservatif dan tidak moden. Di sebalik persepsi stereotaip ini, hakikatnya imej kampung mempunyai nilai sentimental dan daya tarikan yang tidak dapat dinafikan. Kampung adalah nadi dan juga identiti kaum Melayu (Faaland, Parkinson & Saniman, 2005). Menurut Hassan Ahmad (2006) peribahasa “Menang Sorak Kampung Tergadai” memberi penekanan sinergi diantara kampung dengan kaum Melayu. Kampung

dalam peribahasa tersebut dirujuk sebagai sebuah negeri iaitu tanah kelahiran. Peribahasa tersebut juga mengingatkan orang Melayu supaya sentiasa berhati hati agar maruah dan warisan mereka tidak hilang begitu sahaja. Justeru tidak hairanlah mengapa imej kampung sering diabadikan oleh para seniman dalam puisi, novel, lagu, filem, teater, animasi dan lukisan. Misalnya, gambaran seperti pokok kelapa, rumah papan, anak sungai, gunung-ganang sawah padi, binatang ternakan adalah antara elemen-elemen visual dan naratif yang sering dimanifestasikan. Mungkin ada yang berpendapat elemen-elemen tersebut adalah klise atau stereotaip, namun realitinya ia masih dianggap relevan dan menjadi “modal seni” kepada golongan seniman. Sebagai contoh kartunis tersohor Malaysia, Datuk Lat telah menzahirkan rasa bangga terhadap imej kampung yang diceritakan melalui buku beliau *The Kampung Boy* (Shahril Adzrin, 2009). Pengalaman membesar sebagai anak kampung telah memberi kelebihan pada beliau untuk berkarya, mencipta nama dan mendapat pengiktirafan bukan sahaja di Malaysia malah di peringkat global. Lakaran imej kampung dalam kulit buku *The Kampung Boy* sangat stailistik dan naif tetapi jujur dan sentimental. Representasi kehidupan di kampung menghiasi setiap frem dan menyorot kisah-kisah peribadi Datuk Lat bersama keluarganya.



Rajah 1. Kulit buku *The Kampung Boy* Berita Publishing, 2009

## KAJIAN KES IKLAN VIDEO HARI RAYA 2014

Di dalam artikel ini, penulis menganalisa bagaimana imej kampung dalam sebuah iklan video sambutan hari raya Aidilfitri 2014 yang diterbitkan oleh Petronas. Iklan ini berjudul “Pulang Ke pangkuan Ibunda (2014) berdurasi dua minit dan diiringi dengan lagu “Suasana Hari Raya” versi baru (nyanyian oleh Ameelya dan dimainkan dengan instrumen *ukelele*) dan telah disiarkan dalam laman YouTube rasmi (<https://youtube.com/PetronasOfficial>).

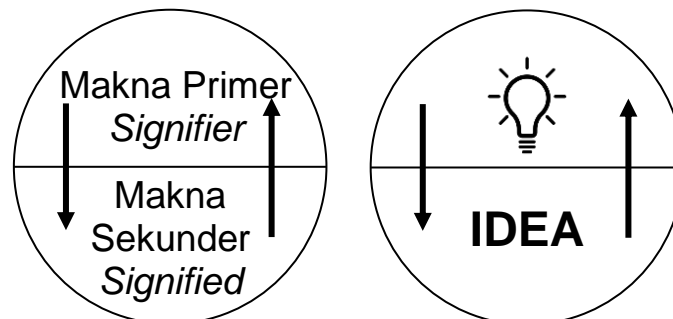
## METODOLOGI

Kajian ini menggunakan dua kaedah, iaitu yang pertama “*Shot-by-shot analysis*” dan yang kedua “*Semiotic Analysis*”. Menurut Chandler (2002) “*Shot-by Shot Analysis*” adalah kaedah mengkaji kandungan dari perspektif visual, naratif dengan cara melihat setiap *Shot* dalam video, filem dan juga animasi. Menurut IRoggof (1998, cited in Rose, 2012), kaedah ini juga dipanggil “*The Good Eye*” iaitu mengkaji kandungan visual secara teliti supaya analisis yang sistematik dapat dibuat.

Jadual 1. Istilah

No	Perkara	Deskripsi
1	Shot	Frem Kekunci
2	Scene	Adegan atau babak
3	Camera Angle	Sudut kamera
4	Camera Movement	Pergerakan kamera

*Semiotic Analysis* pula adalah kaedah mengkaji tanda (sign), makna primer (*signifier*) dan makna sekunder (*Signified*). Menurut Berger (2005) kaedah ini telah diperkenalkan oleh seorang ahli semantik berbangsa Swiss iaitu Ferdinand de Saussure. Menurut Jos Daniel Perera (2004), ahli semantik mencapai satu konsensus bahawa, setiap perkara (benda, nama, kata-kata) mempunyai makna primer (*signifier*) yang merujuk kepada keadaan fizikal dan makna sekunder (*signified*) yang merujuk kepada sesuatu konteks dan situasi. Sebagai contoh perkataan rumah dari aspek makna primer (*Signifier*) merujuk kepada “sebuah struktur binaan yang didiami oleh manusia” manakala dari aspek makna sekunder (*Signified*) ia memberi erti perlindungan. Sekiranya makna rumah dilihat dari konteks agama, makna sekundernya boleh dikaitkan dengan syurga. Kata-kata hikmah iaitu “Rumah ku, Syurga ku” boleh dijadikan perbandingan dalam hal ini. Gabungan dua kaedah ini memberi kelebihan kepada pengkaji untuk mengenalpasti dan mengetahui mesej yang terselindung (*explicit*).



Rajah 2. Makna Primer (Signifier) dan Makna Sekunder (Signified)

## ANALISIS

Untuk proses selanjutnya, penulis telah menggunakan perisian *Video Annotation Research Tool* (ANVIL) (<https://www.anvil-software.org/>) sebagai instrumen untuk menganalisis *Shot* yang terkandung dalam sampel kajian. Menurut pembangun perisian ini, ANVIL menawarkan lapisan penjelasan (multi-layered annotation) berdasarkan kepada skema pengkodan (Coding Scheme) oleh pengguna. Secara keseluruhan terdapat lima (5) jenis *Shot* dalam sampel kajian dan setiap *Shot* mempunyai elemen-elemen visual dan naratif yang jelas. Deskripsi mengenai kandungan *Shot* tersebut akan diulas lanjut dalam perenggan-perenggan seterusnya.

### *Shot #1*

Berlatarbelakangkan suasana (*setting*) tahun 80-an (dikenalpasti melalui tona warna sephia), visual dalam *Shot #1* (Rajah 3) bermula dengan sudut pandangan rendah (*low angle view*) memaparkan seorang kanak-kanak perempuan (si anak) sedang bersembunyi di sebalik beberapa timbunan guni berisi bawang di bawah kolong rumah. Sejurus selepas itu, si anak bangun dan mula berlari ke arah kamera dan terus keluar dari sudut kanan frem. Di bahagian latar kelihatan tiga kanak-kanak lelaki sedang berlari dan bermain “Teng Teng” (sejenis permainan tradisi). Fokus kamera beralih arah (*shift*) kepada seorang wanita (si ibu) yang sedang menganyam ketupat. Si ibu memanggil si anak dan memakaikan “scarf” kepadanya dan kemudian menyambung semula kerja menganyam ketupat. Semasa kamera mula mengezum jauh (*zoom out*), seorang lelaki (si bapa) muncul dari sudut sebelah kanan frem melangkah ke kanan untuk mengambil sangkar ayam yang tergantung pada tiang rumah. Dia kemudiannya berjalan ke hadapan dan memerangkap beberapa ekor ayam yang berada di laman rumah. Kelihatan si anak dan dua orang kanak-kanak lelaki (saudara) yang juga cuba untuk mengepung ayam tersebut. Kamera mula bergerak secara melintang dan kelihatan tiga orang dewasa sedang mengisi beras pulut ke dalam buluh Lemang. Pergerakan kamera (*Camera Movement*) menjadi perlahan dan fokus beralih (*shift*) kepada beberapa batang Lemang yang sedang dibakar.



**Rajah 3. Shot # 1 ( minit 00.00.01)**

### ***Shot #2***

Dalam Rajah 4, *Shot# 2* (minit 00.00.01), suasana (*setting*) siang bertukar malam secara tiba-tiba. Kamera mula mengezum dekat (*zoom in*) dan fokus kepada si bapa dan seorang lelaki (saudara) yang sedang mengacau dodol dengan sudip panjang. Sejurus lepas itu kamera mula bergerak ke arah kanan secara perlahan dan fokus beralih (*shift*) kepada si ibu yang menyuapkan sedikit makanan kepada anak perempuannya. Di bahagian latar, kelihatan beberapa orang lelaki sedang menyalakan Pelita Panjut Ketika itu seorang lelaki melintasi pandangan kamera dan ketika itu *Shot* bertukar kepada sudut pandangan baru. Teknik transisi (*transition*) ini dikenali dengan istilah “*Wipe Shot*” atau sapuan. Fokus kamera beralih (*shift*) kepada si bapa yang sedang menyalakan bunga api kepada si anak. Kemudian si anak mula berlari mengelilingi laman dan keluar dari sudut frem di sebelah kiri. Ketika ini fokus kamera beralih (*shift*) kepada si ibu yang menerima mangkuk tingkat dari seorang wanita. Selepas itu, kamera bergerak ke dalam melepasi anak tangga dan di bahagian beranda rumah kelihatan dua remaja lelaki sedang mengilap perhiasan tembaga sementara seorang lagi bermain gitar sambil menyanyi. Kamera mula melencong (90 darjah) ke arah kanan, memasuki ruangan tamu dan berpusing (*revolve*) 360 darjah secara perlahan. Ketika ini fokus kamera beralih (*shift*) kepada

seorang dewasa sedang duduk di kerusi rotan dan membaca surat khabar, kemudian ke arah seorang lelaki sedang minum kopi sambil berbual dengan seorang wanita di ruang tamu. Di bahagian latar, kelihatan sebuah peti televisyen lama) yang sedang menayangkan rancangan tempatan tetapi tidak ditonton oleh sesiapa. Fokus kamera beralih (*shift*) kepada si bapa yang muncul dari luar rumah dan berjalan ke arah kanan melepasi dua remaja perempuan yang sedang memasang sarung bantal. Pada saat itu, si ibu muncul dari bilik dan si bapa memetik suis lampu dan memasuki ke dalam bilik. Si ibu melutut sambil menyarung selimut pada si anak yang sedang tidur. Fokus kamera beralih kepada bahagian kaki si anak yang memakai kasut berwarna merah dan kelihatan kanak-kanak sedang tidur di ruang tengah rumah. Selepas itu kamera mula bergerak ke kanan dan fokus beralih ke arah tingkap.



**Rajah 4. Shot# 2/ minit 00.00.27**

### ***Shot# 3***

Dalam *Shot# 3* (Rajah 5), suasana (*setting*) malam bertukar ke siang hari secara tiba-tiba. Sinaran cahaya matahari pagi memasuki melalui tingkap dan mencerahkan ruang dalam rumah. Kamera mula bergerak “ke luar” rumah dan kelihatan beberapa orang dewasa termasuk si ibu dan si anak sedang menunggu giliran untuk menggunakan bilik air. Kamera bergerak ke arah kanan dan fokus beralih (*shift*) kepada si anak dan si ibu yang keluar dari bilik air. Kamera berpusing (*rotate*) 180 darjah menghala ke kanan dan “memasuki” rumah melalui tingkap. Kelihatan si ibu memperkemaskan baju si anak sambil berbual mesra. Setelah selesai, si anak berlari ke kanan dan kamera mengekori pergerakannya sehingga ke ruang tamu. Si anak melutut di hadapan si ibu dan si bapa sambil mengulur tangan untuk memohon ampun. Ketika ini silau pancaran cahaya matahari mencerahi ruang tamu dan ketika ini suasana bertukar ke zaman baru.



**Rajah 5. Shot #3 ( minit 00.01.33)**

#### **Shot# 4**

Dalam Rajah 6, *Shot# 4* (minit 00.01.33), si anak telah berubah menjadi seorang wanita. Dari sudut semiotik *Shot* ini memberi maksud tentang tranformasi. Sudut pandangan rendah (*Low Angle View*) berubah secara perlahan kepada sudut pandangan mata (*eye level view*). Setelah selesai mencium tangan, si anak bangun dan menjemput tetamu masuk ke rumah. Kamera mula bergerak ke kiri dan fokus beralih (*shift*) pada beberapa keping Rajah keluarga di atas almari. Selepas seketika, kamera mula bergerak ke bawah melepasi lantai rumah.



**Rajah 6. Shot# 4 (minit 00.02.07)**

#### **Shot# 5**

Dalam Rajah 7, *Shot# 5* (minit 00.02.07) kamera berada pada sudut pandang lokasi asal seperti di *Shot* pertama iaitu di bawah rumah. Kamera fokus ke arah seorang kanak-kanak perempuan yang sedang bersembunyi di sebalik troli motosikal yang berisi buah kelapa. Kanak-kanak perempuan tersebut terus berlari ke arah kanan sementara kamera mengekori pergerakannya secara mendaftar. Di sudut sisi rumah, si anak yang telah dewasa menuruni anak tangga menuju ke halaman rumah. Beberapa orang dewasa (saudara mara) kelihatan sedang

menunggu untuk mengambil Rajah. Kamera mula bergerak dan fokus terarah pada keluarga pada bahagian hadapan dengan belatarbelakangkan rumah kampung. Kelihatan di sudut kiri dan kanan frem terdapat kenderaan mewah milik keluarga. *Shot* ini berakhir dengan kata-kata hikmah “Kenangan semalam mengisi makna hari ini. Membawa harapan hari esok”.



Rajah 7. Shot# 5 (minit 00.02.21)

## PERBINCANGAN

Petronas adalah syarikat korporat milik Malaysia yang menjadi nadi kepada pembangunan negara. Sepertimana yang diketahui umum, Petronas telah banyak menerbitkan iklan video yang menyuntik semangat patriotisme dan kesatuan masyarakat berbilang kaum. Salah satu tema yang menjadi “tradisi” ialah tema perayaan. Setiap tahun tema ini sentiasa berubah mengikut peredaran masa. Pada tahun 2014, satu iklan video telah diterbitkan bagi meraikan sambutan Hari Raya Aidilfitri. Salah satu perkara yang menarik tentang iklan ini, pada pandangan penulis ialah aspek sinematografinya. Iklan video ini dihasilkan dengan teknik yang dikenali sebagai “*Single Shot*” iaitu rakaman berterusan dilakukan menggunakan kamera mudah alih supaya kesan kesinambungan yang lancar (seamless) dapat dicapai. Faktor teknikal ini menjadikan iklan video ini kelihatan lebih sofistikated dan menarik sungguhpun elemen-elemen visual dan naratifnya adalah stereotaip. Di sebalik sokongan teknikal, penulis juga berpandangan bahawa imej stereotaip kampung dalam iklan video ini mengandungi nilai sentimental serta mesej yang berkait rapat dengan imej Petronas. Di sini penulis telah mengenal pasti beberapa elemen-elemen (visual & naratif) yang dijadikan sebagai modal seni.

### **Ketupat, Lemang, Dodol & Rendang daging**

Makanan tradisional orang Melayu iaitu Ketupat, Lemang, Dodol dan Rendang menjadi juadah “wajib” hari raya. Proses penyediaan makanan ini adalah sangat kompleks. Ia menggunakan sumber bahan asas yang asli seperti santan kelapa, beras pulut, daun pisang, daging (ayam & lembu) dan buluh yang mana boleh didapati daripada persekitaran kampung halaman. Dalam iklan video ini, penyediaan makanan tersebut melibatkan hampir semua ahli keluarga. Justeru mesej yang ingin disampaikan dalam Rajah 8 ini ialah mengenai semangat muafakat, kesungguhan dan kerajinan.



**Rajah 8. Ketupat, Lemang, Dodol & Rendang minit 00.00.27**

### **Bunga Api & Pelita Panjut**

Bunga api menjadi tradisi semasa sambutan hari raya. Didalam Rajah 9 (minit 00.00.36), si bapa menyalakan bunga api dan beberapa orang dilihat memasang Pelita Panjut. Bunga api dan Pelita Panjut memberi cahaya kemeriahan suasana sambutan hari raya di kampung. Dari sudut semiotik Bunga api dan Pelita Panjutt boleh ditafsirkan sebagai suatu harapan dan wawasan yang akan sentiasa menyinar kehidupan.



**Rajah 9, Pelita Panjut (minit 00.00.36)**

### **Mangkuk Tingkat**

Di dalam Rajah 10 (minit 00.00.42), si ibu menerima mangkuk tingkat dari seorang wanita (jiran). Mangkuk tingkat adalah bekas untuk mengisi pelbagai jenis makanan. Pada kebiasaannya makanan (lauk) berkuah akan diletak di bahagian bawah manakala juadah manis di bahagian atas. Mengikut resam budaya Melayu, pemberian mangkuk tingkat ialah sebagai satu tanda penghargaan dan keikhlasan. Dalam konteks ini, mangkuk tingkat boleh ditafsirkan sebagai perkongsian rezeki.





Rajah 10. Mangkuk tingkat (minit 00.00.42)

### Perhiasan Tembaga

Perhiasan tembaga adalah salah satu objek yang diminati orang kampung. Permukaannya yang berkilat dan keperangan menambah seri selain menunjukkan status tuan rumah. Dalam iklan video ini, perhiasan tembaga seperti tepak sirih, dulang beserta bekas untuk mengisi air mawar dan kendi air ditonjolkan sebagai harta pusaka keluarga yang dipelihara turun temurun. Dalam konteks ini, ia boleh disama ertikan dengan aset warisan.



Rajah 11. Perhiasan Tembaga minit 00.02.16

### Rumah Kampung

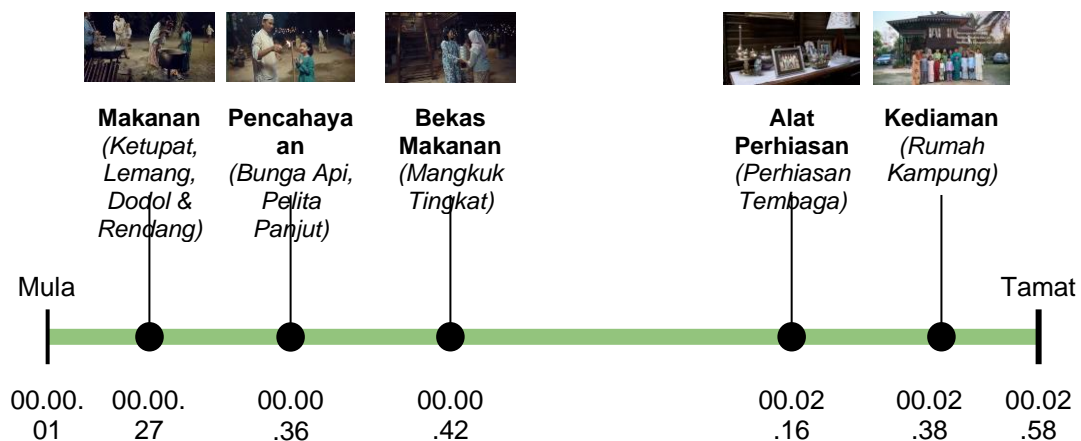
Rumah kampung adalah elemen yang dominan dan dijadikan sebagai latar belakang dalam *Shotfinal*. Dari sudut naratif rumah kampung menyentuh emosi kerana ia menyimpan pelbagai kenangan silam. Rumah kampung kelihatan kukuh berdiri dengan bangga walaupun zaman telah berubah. Ini memberi erti bahawa imej kampung dan budaya penduduknya akan sentiasa dihayati dari satu generasi ke generasi yang lain. Jadual 2 mengandungi ringkasan analisis dan deskripsi tentang tanda, makna primer dan makna sekunder.



Rajah 12. Rumah Kampung (minit 00.02.38)

Jadual 2: Ringkasan analisis semiotik

Pengkodan (Coding)	Makna Primer (Signifier)	Makna Sekunder (Signified)
<b>Makanan Tradisional</b> (Ketupat, Lemang, Dodol, Rendang)	Makanan tradisi masyarakat kampung pada musim perayaan yang memerlukan penyediaan yang rumit.	Rezeki; Kerjasama; Muafakat
<b>Pencahayaan</b> (Bunga Api & Pelita Panjut)	Lampu untuk menerangi kawasan rumah	Suatu Harapan, Wawasan
<b>Bekas makanan</b> (Mangkuk Tingkat)	Bekas menyimpan makanan	Perkongsian rezeki; Kesyukuran; Terimakasih
<b>Perhiasan tradisional</b> (Perhiasan Tembaga)	Sejenis peralatan tembaga orang Melayu	Aset bernilai; Warisan keluarga
<b>Kediaman</b> (Rumah Kampung)	Rumah tradisi orang Melayu	Warisan; Tanah air; Identiti



Rajah 13. Garis masa video iklan *Pulang Ke Pangkuan Ibunda* (Petronas, 2014)

## KESIMPULAN

Iklan video *Pulang ke Pangkuan Ibunda* (2014) adalah sebuah manifestasi yang menyingkap kehidupan masyarakat Malaysia khususnya orang Melayu. Sungguhpun elemen-elemen yang ditonjolkan dalam iklan ini kebanyakannya adalah stereotaip, pada pandangan penulis ia berjaya meninggalkan kesan yang mendalam dari sudut emosi disamping mempunyai kaitan dengan imej Petronas dan juga aspirasi Kerajaan. Dari sudut semiotik, penulis juga berpandangan bahawa elemen-elemen yang telah dikenalpasti bukan sahaja berperanan sebagai peralatan(props) semata-mata tetapi juga bertujuan menjemput penonton untuk menghayati nilai-nilai murni masyarakat kampung dan keindahan budaya serta lanskapnya yang kini semakin dilupakan. Mesej yang disampaikan melalui teks di bahagian akhir video yang mengingatkan penonton supaya menghargai apa yang dimiliki pada hari ini dengan penuh rasa syukur dan rendah diri. Secara kesimpulannya, penulis berpendapat usaha dan peranan para seniman melestarikan imej kampung dalam karya mereka adalah sebuah perjuangan murni yang perlu dihormati. Meminjam kata-kata pahlawan Melayu silam, Datuk Hang Tuah “*Takkan Melayu Hilang di dunia*” diharap imej kampung juga tidak akan lenyap sekurangnya dari minda generasi baru orang Melayu.

## RUJUKAN

- A. Samad Ahmad (1990). *Seni pertukangan, seni bina , dan seni khat*. Kuala Lumpur: Associated Educational Distributors
- Berger, A.A. (2005). *Media analysis and techniques*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Chandler, D. (2002). *Semiotics: The basics*. New York: Routledge.
- Faaland, J., Parkinson, J & Saniman, R (2005). *Dasar ekonomi baru: pertumbuhan negara dan pencapaian ekonomi orang Melayu*. Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributor
- Hassan Ahmad (2006). *Ke arah kelahiran Melayu global*. Selangor: Alaf 21 Sendirian Berhad
- Pulang ke Pangkuan Ibunda* (2014). Retrieved September 9, 2014 from <http://youtube.com/PetronasOfficial>
- Perera, J. D. (2004). *Teori Semantik*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Rose, G. (2012). *Visual methodologies. An introduction to researching with visual materials*. London: Sage Publication
- Shahril Adzrin (2009). Lat tekankan budaya Malaysia dalam lukisan kartun. Retrieved September 9, 2014 from [http://www.mstar.com.my/artikel/?file=/2009/9/15/mstar\\_manusia\\_peristiwa/20090914165821](http://www.mstar.com.my/artikel/?file=/2009/9/15/mstar_manusia_peristiwa/20090914165821)
- The Kampung Boy* (Sixteenth reprint ed.). Kuala Lumpur, Malaysia: Berita Publishing. 2009 [1979]. ISBN 978-967-969-410-9.