

BAB IV

OBJEK PENELITIAN

4.1. Iklan Pepsodent Versi Ayah Adi dan Dika

Iklan Pepsodent Versi Ayah Adi Dan Dika merupakan bentuk kampanye yang dirancang untuk membuat ritual menyikat gigi sebagai sebuah pengalaman yang mendidik dan menyenangkan bagi anak-anak dan orang tua. Dengan inspirasi dari riset Pepsodent terhadap pandangan ibu tentang pengalaman menyikat gigi mereka bersama anak-anak dan riset ilmiah tentang sebuah iklan televisi yang sukses di Indonesia yang mengubah kebiasaan menyikat gigi.

drg. Ratu Mirah Afifah, GCClinDent., MDS*c- Professional Relationship Manager* Pepsodent PT. Unilever Indonesia Tbk. percaya bahwa kampanye ini memiliki solusi menyeluruh yang inspiratif untuk mengajak anak-anak dan orang tua menyikat gigi mereka di pagi dan malam hari. Selanjutnya ia menjelaskan, “Kampanye ini dirancang untuk mendorong rutinitas tetap dalam kebiasaan menyikat gigi di antara anak-anak. Untuk itu, kami bekerja sama dengan para pakar internasional untuk memperbarui program sekolah kami untuk mengajak anak-anak menyikat gigi di pagi setelah sarapan dan malam hari sebelum tidur.”

(http://www.unilever.co.id/id/aboutus/newsandmedia/siaranpers/2009/pepsodent_pagimalam.aspx diunduh pada hari Kamis, 20 September 2012 22:42 WIB)

Kampanye 'Sikat Gigi Pagi + Malam' mengetengahkan dua tokoh: Ayah Adi dan Dika, ayah dan anak yang berbagi tips dan trik tentang bagaimana menjadikan menyikat gigi lebih bisa dinikmati, dan tidak menjadi pengalaman buruk bagi orang tua dan anak-anak. Rangkaian iklan Pepsodent Versi Ayah Adi dan Dika disiarkan di televisi mulai Oktober 2009 mengajak penonton mengikuti perjalanan hidup Ayah Adi yang menggunakan humor untuk mendidik anaknya, Dika, ketika menyikat gigi, khususnya di malam hari.

Inspirasi untuk mengembangkan kampanye Sikat Gigi Pagi + Malam muncul dari kesuksesan iklan televisi Pepsodent yang menampilkan seorang ayah dan anak. Iklan ini menghasilkan efek yang luar biasa bukan hanya dalam penjualan pasta gigi tapi juga dalam dorongan untuk menyikat gigi bagi anak-anak. Melalui analisa lebih lanjut, Pepsodent sadar akan adanya sebuah solusi jitu untuk membantu orang tua memecahkan masalah harian mereka: berbagi dalam sebuah rutinitas yang mendidik dan menggembirakan antara orang tua dan anak bisa membuat anak-anak untuk mau menyikat gigi.

(http://www.unilever.co.id/id/aboutus/newsandmedia/siaranpers/2009/pepsodent_pagimalam.aspx diunduh pada hari Kamis, 20 September 2012 22:42 WIB)

4.1.1. Narasi Iklan Pepsodent Versi Ayah Adi dan Dika

- a. Iklan Pepsodent versi Ayah Adi dan Dika bertema “*Song Of Teeth*”.

Iklan ini berceritakan tentang Dika yang bosan untuk menyikat gigi. Lalu sang Ayah (Ayah Adi) menyanyikan lagu gigi dengan beraneka gaya. Dengan lirik sebagai berikut : “Aku gigi, mulut rumahku. Agar sehat dan kuat, aku perlu disikat setiap hari”.



Gambar 4.1 “*Song Of Teeth*”

- b. Iklan Pepsodent versi Ayah Adi dan Dika bertema “Ksatria Malam”.

Iklan ini bercerita tentang Ayah Adi yang menceritakan ke Dika bahwa ksatria malam tidak bisa mengalahkan monster yang ada di gigi. Lalu ayahnya menganjurkan Dika untuk membantu ksatria malam membasmi monster yang ada di gigi. Sehingga Dika menyikat giginya untuk membantu si ksatria malam membasmi monster.



Gambar 4.2 “Ksatria Malam”

- c. Iklan Pepsodent versi Ayah Adi dan Dika bertema “Gantian Dong!”.

Iklan ini bercerita tentang Dika yang tidak mau menyikat gigi. Biasanya sang ayah mengajarkan Dika untuk selalu menyikat gigi. Namun, akhirnya sang Ayah meminta diajarkan secara bergantian. Lalu Dika pun mengajarkan ayahnya tentang pentingnya menyikat gigi.



Gambar 4.3 “Gantian Dong!”

Pada iklan di atas, Ayah Adi diperankan oleh Irgi Ahmad Fahrezy. Sedangkan yang memerankan menjadi Dika adalah Gabra Mikael Haryoputro Hartoko.



Irgi Ahmad Fahrezy



**Gabra Mikael
Haryoputro Hartoko**

Gambar 4.4 Pemeran Ayah Adi dan Dika

4.2. Lokasi Penelitian



Gambar 4.5 Perumahan Taman Gunter 2

Penelitian ini dilakukan di Perumahan Taman Gunter 2 yang beralamat di Jalan Imam Bonjol RT 17/ RW - , Kelurahan Sumberrejo, Kecamatan Kemiling Bandar Lampung. Kondisi fisik perumahan ini bersebelahan

dengan perkampungan penduduk dan masih daerah perbukitan.

Dari hasil observasi penulis, Perumahan Taman Gunter 2 mulai dihuni oleh warganya pada tahun 2003 dengan luas wilayah keseluruhan \pm 2 hektar. Perumahan ini dijadikan tempat penelitian dikarenakan mayoritas yang menempati adalah keluarga muda yang memiliki anak di bawah 12 tahun. Total warga yang menempati perumahan ini adalah 77 keluarga, yang terbagi menjadi dua golongan yaitu 45 warga tetap dan 32 warga sementara (mengontrak).