



LEVI'S
HIM
KEMERDEKAAN
KEMERDEKAAN

Levi's
HIM
KEMERDEKAAN
KEMERDEKAAN

Iklan berjudul "Beggan Boy" untuk Childcare karya Sajan Raj Kuruv dan Vikram Gaikwad dari Mumbai, India, memakai pintu sebagai media untuk kampanye menyelamatkan anak-anak pengemis.

Didit juga mencontohkan bagaimana proses pembuatan iklan Jeep berjudul *Heart Blood* membuat direktur artistik dipecat karena kesalahan "kecil". Pada produk iklan Jeep tersebut, ternyata huruf *r* dan *t* pada kata *part* yang seharusnya terpisah ternyata bersambung. Kesalahan itu dianggap kecerobohan direktur artistik yang hanya mengandalkan kemampuan komputer.

Padahal, iklan Jeep karya Vena Suthisak dari BBDO Bangkok ini dibuat hampir dua bulan dengan melibatkan ahli mewarnai dan fotografer. Karya tersebut ingin menggambarkan kecintaan pemilik Jeep yang sangat dalam terhadap kendaraannya, bahkan hingga ke jantungnya.

"Kalau hukuman atas kesalahan tersebut diberlakukan pada perusahaan di Indonesia, maka banyak sekali pegawai yang kehilangan pekerjaan," ujar Didit.

Iklan Jeep lainnya yang juga menarik menggambarkan penduduk asli tersesat di hutan dan bertanya kepada pemilik Jeep. Pesan yang ingin disampaikan, pemilik Jeep orang yang senang mengembara sehingga lebih mengenal hutan dibandingkan penduduk asli itu sendiri.

Pada festival iklan kali ini pemenang tidak lagi didominasi keagenan dari Singapura. Kini karya iklan dari Thailand ikut meraih penghargaan. Iklan negeri Gajah Putih itu memiliki banyak warna lokal, tetapi tetap universal.

Amat disayangkan iklan Indonesia tidak berhasil mendapatkan penghargaan dari festival iklan Asia Pasifik yang sudah berlangsung sembilan tahun itu. Pada tahun 2005, Indonesia hanya berhasil sebagai finalis melalui tujuh karyanya. Mungkin tahun depan iklan Indonesia bisa diperhitungkan karena mau belajar dari karya orang lain.

Untuk membuat iklan itu ternyata butuh survei dan kajian mendalam tentang produk itu. Menurut Didit, proses pembuatan iklan itu membuka kelemahan praktisi iklan dalam negeri karena kurang mendalami merek produk yang mau dikampanyekan.

Iklan Levi's tersebut juga menunjukkan penciptanya masih butuh kertas A3, pensil, dan tidak pernah malas membuat sketsa berulang-ulang setiap hari dengan ukuran nyata iklan yang akan dibuat.

"Jika ternyata ide dari iklan itu pernah dibuat, jangan segan merobek dan mengganti dengan karya yang baru," ujar Didit.

Salah satu iklan yang sederhana tetapi sangat menarik adalah iklan Green Peace karya JWT Manila. Iklan yang hanya berisi guntingan kertas berbentuk pohon dan tulisan dalam ukuran kecil *recycle paper save trees* berhasil meraih emas untuk *single print ad*.