

## 1. PENDAHULUAN

Sasa mulai menghadirkan iklan bumbu masakan dengan kuliner Indonesia yang tersebar dan dapat bersatu dengan cita rasa nusantara. Oleh karena itu, media periklanan yang menjadi sorotan Sasa untuk memperkenalkan produknya dengan juga mengeksplorasi berbagai sudut Indonesia dengan membawakan produk unggulan Sasa. Melalui *platform* Youtube dengan serial bernama “*The Flavour Of Nature*“ yang juga menjadi sorotan oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia karena serial tersebut telah juga mengenalkan setiap kebudayaan dan masakan asli dari Indonesia.

Dalam merespon hal tersebut, episode terbaru dari Sasa *the flavour of nature* ingin mengeksplorasi lebih jauh terhadap cita rasa nusantara menjadi sesuatu yang lebih unik dari episode sebelumnya. Maka dari sana peran Sutradara bermain dengan konsep dan *treatment* yang unik. Berbeda dengan episode sebelumnya yang hanya berdurasi sekitar lima menit setiap videonya dan hanya berfokus pada adegan memasak dengan bumbu Sasa saja. Sasa Toba dibungkus dengan lima episode perjalanan dan durasi sembilan menit pada setiap episodanya. Serta lebih banyak menampilkan kultur budaya Batak Toba dan kemisteriusan kultur yang masih tersembunyi. Sehingga pada episode kali ini sangat sedikit menampilkan adegan produk Sasa. Tetapi, lebih pada perpaduan bumbu masakan Sasa menjadi satu kesatuan dengan masakan khas dari budaya Batak Toba dengan kemistisan dan kemisteriusannya.

Untuk mencapai perpaduan rasa dengan kultur yang kental dari budaya Batak Toba, serta ciri khas kuliner rasa dari Toba. Sutradara menggunakan *mood* surealisme untuk menjadi transisi penghubung antara perpaduan dua rasa yang lezat dari bumbu Sasa dengan cita rasa asli khas Toba. Dengan juga menampilkan kultur Toba yang kental menjadikan setiap perjalanan menjadi berasa unik, misterius dan menegangkan. *Mood* surealisme merupakan *highlight* penting bagi sutradara untuk membangun tensi dan menimbulkan rasa yang penasaran bagi penonton. Bukan hanya dari segi narasi, tetapi *development* karakter, cahaya dan warna, hingga *wardrobe* menjadi pendukung terciptanya *mood* surealisme.

## **1.1. RUMUSAN MASALAH**

Bagaimana proses perancangan *mood* dalam visualisasi surealisme pada iklan “Sasa Toba” ?

Berdasarkan rumusan masalah, adapun pembatasan masalah pada penulisan skripsi ini adalah berfokus pada analisis perancangan *mood* dalam visualisasi adegan surealisme dalam iklan “Sasa Toba“

## **1.2. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dibuatnya penelitian untuk skripsi ini adalah untuk mengetahui perancangan *mood* dalam visualisasi surealisme dalam iklan “Sasa Toba“.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA