

ANALISIS VISUAL VIDEO ANIMASI PROMOSI ES KRIM WALLS FEAST POP BERJUDUL PETUALANGAN AJAIB

Achmad Fathan Rizqi¹

¹Universitas Negeri Surabaya

email: fathanrizqi228@gmail.com

Received:

24-06-2025

Reviewed:

24-07-2025

Accepted:

24-08-2025

ABSTRAK: Animasi sebagai media audio-visual memiliki daya tarik unik melalui desain visual yang menarik dan pesan implisit yang dapat memikat audiens. Salah satu merek es krim yang menggunakan animasi sebagai iklan adalah Walls Feast Pop, dengan judul “*Petualangan Ajaib*”. Penelitian ini menganalisis animasi “*Petualangan Ajaib*” untuk memahami bagaimana elemen visual menyampaikan pesan. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dan teori empat tahapan tinjauan desain yaitu deskriptif, analisis formal, interpretasi (semiotika Charles Sanders Peirce), dan evaluasi. Studi ini menemukan bahwa aspek visual seperti warna, bentuk, garis, dan tipografi berperan penting dalam penyampaian pesan. Iklan ini digunakan oleh Walls untuk merepresentasikan citra perusahaan yang peduli pada kebahagiaan dan kebersamaan, memposisikan es krim bukan hanya sebagai produk, melainkan simbol momen berbagi dan kebahagiaan.

.Kata Kunci: Analisis Visual, Animasi, Iklan, Semiotika

ABSTRACT: Animation, as an audio-visual medium, possesses a unique appeal through engaging visual design and implicit messages that can captivate audiences. Walls Feast Pop, an ice cream brand, utilizes animation for its advertisement titled “*Petualangan Ajaib*”. This research analyzes the “*Petualangan Ajaib*” animation to understand how its visual elements convey messages. The study employs a qualitative descriptive method and a four-stage design review theory: descriptive, formal analysis, interpretation (using Charles Sanders Peirce's semiotics), and evaluation. This study found that visual aspects like color, shape, lines, and typography play a significant role in message delivery. Walls uses this advertisement to represent a company image that cares about happiness and togetherness, positioning ice cream not merely as a product, but as a symbol of shared moments and joy.

Keywords: Visual Analysis, Animation, Advertisement, Semiotics

PENDAHULUAN

Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat 221,5 juta pengguna internet di Indonesia. Luasnya jangkauan internet dimanfaatkan perusahaan untuk beriklan, dengan media sosial menjadi platform promosi terpopuler (82,76%) bagi UMKM dan korporasi pada tahun 2023. Mengakses media sosial juga merupakan alasan utama penggunaan internet. Konten video daring sangat populer sebagai hiburan (76,31%), dengan YouTube menjadi aplikasi media sosial kedua yang paling sering diakses setelah Facebook, diikuti TikTok dan Instagram. Data ini menunjukkan potensi besar video online sebagai media promosi yang sangat efektif.

Iklan menggunakan video mempunyai beberapa bentuk, salah satunya animasi. Penggunaan animasi sebagai iklan dipilih, jika konsep yang dimiliki tidak memungkinkan untuk dilakukan dengan teknik syuting pada umumnya (Suseno, 2019). Walls Memanfaatkan Animasi untuk Iklan dan Kampanye Kebahagiaan. Walls, merek es krim terkemuka di Indonesia dengan slogan “Semua Jadi Happy”. Walls menargetkan konsumen dari segala usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Salah satu inisiatif Walls adalah “*The Happiness Project*”, program yang bertujuan mengajarkan anak usia 8-14 tahun tentang kebahagiaan melalui lima pondasi (5B): Berteman, Bergerak, Bersyukur, Berkreasi, dan Berbuat Baik. Dalam strategi iklannya, Walls menggunakan animasi untuk beberapa produknya, termasuk Feast Pop. Walls berkolaborasi dengan komikus populer Indonesia, Tahilalats (Mindblowon), untuk menciptakan serial animasi pendek “*Petualangan Ajaib*”. Video ini terbagi menjadi dua bagian, masing-masing berdurasi 60 detik, dan diunggah di platform media sosial seperti Instagram dan YouTube.

Penelitian ini, dengan judul “Analisis Visual Video Animasi Petualangan Ajaib Sebagai Media Promosi Es Krim Feast Pop”, menganalisis secara visual video iklan animasi “*Petualangan Ajaib*” part 1 dan 2 menggunakan tahapan tinjauan desain dengan interpretasi semiotika Charles Sanders Peirce. Penelitian ini menganalisis makna tanda dan mengetahui relasi antar tanda yang terkandung dalam elemen-elemen visual video animasi “*Petualangan Ajaib*” part 1 dan 2, guna mencari kesesuaian dengan lima pondasi kebahagiaan Walls. Dengan tujuan mencari representasi citra dari perusahaan es krim Walls.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memahami objek yang diteliti. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang menggambarkan suatu masalah dengan tujuan untuk mendeskripsikan suatu fenomena secara akurat dan sistematis. Penelitian deskriptif tidak mengontrol atau merekayasa variabel apapun, melainkan hanya mengamati dan mengukurnya (Feny Rita Fiantika et al., 2022). Pemilihan metode ini untuk menganalisis tanda dan makna yang terkandung dalam iklan animasi Petualangan Ajaib part 1 dan 2.

Pada penelitian ini sumber data primer diperoleh melalui observasi. Observasi adalah teknik pengumpulan data secara langsung dari lapangan (Semiawan, 2010). Observasi secara langsung dilakukan terhadap video iklan animasi Petualangan Ajaib Part 1 dan Part 2, video iklan animasi tersebut diunduh dari *channel* YouTube Mindblowon TV. Data sekunder merupakan data penting yang dikumpulkan dengan maksud melengkapi data penelitian, dengan cara pengumpulan secara tidak langsung, salah satunya dengan studi literatur (Azis, 2023). Di penelitian ini data sekunder diperoleh melalui artikel ilmiah, buku, situs web, dan sumber ilmiah lain yang relevan dengan topik pembahasan.

Teknik analisis di penelitian ini menggunakan empat tahapan tinjauan desain. Sosrojudo dalam Haryadi mengatakan bahwa, tinjauan desain terdiri dari empat tahapan yaitu Deskriptif, Analisis Formal, Interpretasi, dan Evaluasi. Tahapan deskriptif dilakukan dengan mengamati video secara seksama dan mengurai tanda yang diteliti pada video iklan animasi Petualangan Ajaib part 1 dan 2. Tahapan analisis formal membahas secara teknis komposisi elemen-elemen visual seperti warna, bentuk, ruang, dan elemen lain yang terdapat pada adegan. Tahap Interpretasi fokus menafsirkan makna dalam video menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce berupa ikon, indeks, dan simbol.

Dan tahap evaluasi berfokus melakukan penilaian terhadap hasil analisis yang telah dilakukan dengan membandingkan dengan film animasi produk Walls, “*Paddle Pop: Magilika*”. Sehingga mampu mengemukakan bahwa video animasi “*Petualangan Ajaib*” part 1 dan 2 merupakan iklan Walls yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan.

KERANGKA TEORETIK

Pentingnya Analisis Visual dalam Pemaknaan Karya Desain

Analisis visual adalah pengkajian sistematis terhadap karya desain untuk memahami maknanya. Pengkajian ini melibatkan pengungkapan interpretasi elemen visual seperti warna, garis, tekstur, dan skala. Tujuan utamanya adalah mengidentifikasi pilihan artistik, memahami hubungan antara bentuk visual dan makna, serta menggali struktur visual suatu karya secara mendalam (Pajewski, 2023).

Metode ini berperan penting untuk mengungkap makna eksplisit maupun implisit dalam elemen visual desain. Misalnya, dalam studi tentang film *Ready Player One*, analisis visual mengungkap koneksi adegan dengan metaverse dan *augmented reality*, menunjukkan film sebagai eksplorasi teknologi masa depan. Demikian pula, dalam analisis poster film *Bumi Manusia*, analisis visual menjadi instrumen vital untuk memahami makna di balik warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak yang merepresentasikan tema perjuangan bangsa. Singkatnya, analisis visual adalah alat esensial untuk memahami karya desain, mengaitkannya dengan konteks sosial, budaya, dan historis, serta memastikan efektivitas komunikasinya.

Penerapan Empat Tahapan Tinjauan Desain dalam Pemaknaan Karya Desain

Meninjau dapat dilakukan dengan cara melihat, memeriksa, mempelajari dengan cermat, dan mengkritik atau mengapresiasi sesuatu. Dalam konteks desain, tinjauan dikhususkan pada muatan karya desain (Haryadi & Eko Saputro, 2018). Sosrojudo dalam Haryadi mengatakan bahwa, tinjauan desain terdiri dari empat tahapan yaitu Deskriptif, Analisis Formal, Interpretasi, dan Evaluasi.

1. Deskriptif, mengamati dan menguraikan unsur-unsur dalam sebuah karya tanpa membuat penilaian/kesimpulan
2. Analisis formal, membahas secara teknis bagaimana elemen-elemen dasar (komposisi, warna, garis, bidang, keseimbangan, dsb.) dalam suatu karya terjalin menjadi sebuah susunan halaman/*layout*.
3. Interpretasi, menafsirkan suatu karya mengupas teknik atau cara yang digunakan untuk ungkapan keinginan pencipta dalam karya tersebut.
4. Evaluasi, melakukan penilaian lebih luas dengan membandingkan dengan karya terdahulu, mencari peran dan makna dalam lingkungan sosial baik pada masa tertentu, saat karya dibuat, atau saat karya ditinjau (Haryadi, 2015).

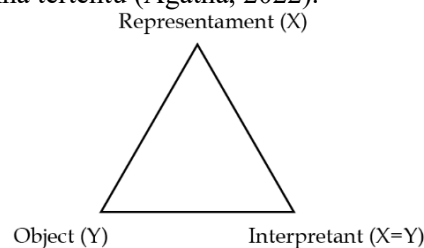
Penggunaan Semiotika Peirce untuk Interpretasi Karya Desain

Menurut bahasa, semiotika berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang memiliki makna tanda. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring edisi VI, semiotika berarti ilmu (teori) tentang lambang dan tanda. Tanda menurut Ferdinand de Saussure adalah satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Saussure berpandangan bahwa tanda memiliki makna tertentu karena adanya kesepakatan sosial yang disepakati oleh kelompok yang menggunakan tanda tersebut (Tinarbuko, 2003). Barthes mengembangkan teori Saussure dengan menambahkan lapisan konotasi dan mitos. Barthes membedakan antara makna denotatif (makna literal) dan makna konotatif (makna tambahan yang didasarkan pada budaya dan ideologi) (Pangemanan, 2023).

Charles Sanders Peirce berpendapat, semiotika merupakan sebuah metode atau ilmu untuk memahami tentang tanda serta makna yang dapat diketahui pada tanda tersebut. Teori Peirce juga mengungkapkan, tanda itu sendiri adalah sesuatu yang mewakili atau menggantikan hal lain. Dengan kata lain, tanda berfungsi sebagai simbol yang memiliki hubungan langsung dengan makna yang ingin disampaikan (Ahmad, 2023).

Semiotika Charles Sander Peirce terkenal dengan konsep triadik atau trikotomi yang saling berhubungan yaitu *representament* (*ground*), *object*, dan *interpretant* (Atkin, 2022). Proses pemaknaan ketiga unsur tersebut dikenal dengan proses semiosis.

1. *Representament*, merupakan sesuatu yang bagi seseorang mewakili sesuatu yang lain dalam beberapa hal atau kapasitas. Tanda merupakan hal yang berbentuk fisik dan diterima langsung oleh panca indera.
2. *Object*, merupakan sesuatu yang merujuk pada tanda atau mereferensikan sesuatu dari tanda.
3. *Interpretant*, merupakan konsep pemahaman dari orang yang menggunakan tanda dan kemudian mengartikannya ke suatu makna tertentu (Agatha, 2022).



Gambar 1. Segitiga triadik semiotika Peirce (Sumber: Danesi, 2010)

Teori semiotika Peirce juga menjelaskan secara mendalam tentang klasifikasi dari *object*:

1. Ikon, adalah tanda yang memiliki kesamaan atau mirip dengan benda yang diwakilinya.
2. Indeks, adalah tanda yang memiliki hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau dengan kata lain tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat.
3. Simbol, adalah suatu tanda, dimana hubungan tanda dan denotasinya ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum atau ditentukan oleh suatu kesepakatan bersama (Vera, 2014).

Animasi Sebagai Media Iklan yang Menarik

Animasi adalah usaha menggerakkan gambar statis dengan proses merekam dan memutar dari kumpulan gambar statis sehingga memperoleh ilusi bergerak (Ibiz Fernandez dalam Pamungkas, 2024). Animasi merupakan salah satu bentuk media yang menarik karena memiliki unsur audio dan visual. Penggunaan animasi sebagai media iklan yang memiliki keunggulan, salah satunya dalam menyampaikan pesan atau informasi yang dapat ditangkap secara mudah kepada target audiens. Selain itu animasi juga dapat menjadi alternatif apabila informasi yang ingin disampaikan sulit dicapai jika menggunakan pengambilan video secara konvensional (Simanjuntak, 2020).

Peran Penting Elemen Desain dalam Perancangan Video Iklan/Promosi

1. Warna (*Color*)

Warna berperan dapat berperan sebagai penanda, petunjuk, makna simbolik, dan asosiasi dari cerita atau karakter. Penggunaan warna dalam film dan animasi juga dapat memberikan efek dramatis dan emosional, serta memberikan jawaban psikologis bagi penonton secara tidak langsung (Heryanto, 2019). Selain itu warna berperan untuk membentuk identitas visual dari sebuah brand. Menggunakan kombinasi warna dapat membangun bahkan menghancurkan identitas brand dan nilai brand di mata publik (Hogoco, 2023).

2. Bidang (*Shape*)

Bidang memiliki peran dalam menciptakan kepribadian karakter animasi. Bidang lingkaran dan oval tidak mempunyai sudut dan tepi yang tidak tajam, bidang ini menggambarkan sifat lembut, ramah, dan hangat. Bidang persegi dengan garis yang lurus dan mempunyai sudut siku-siku, digambarkan memiliki sifat kokoh, kuat, dan dapat diandalkan. Segitiga yang memiliki sudut yang runcing digambarkan memiliki sifat dinamis, energik, dan berbahaya. Penggambaran sifat bidang yang telah disebutkan merupakan panduan umum. Terkadang penggambaran sifat bidang yang telah disebutkan tidak berlaku

untuk menyembunyikan tujuan sebenarnya dari karakter, benda, atau tempat dari pandangan audiens. (Walt Disney Family Museum, 2020).

3. Garis (*Line*)

Garis adalah goresan yang menghubungkan dua titik dan merupakan bentuk yang paling dasar dari desain visual. Garis dapat menciptakan bentuk dan dapat memberikan tekstur pada elemen desain dalam animasi. Sifat-sifat garis seperti ketebalan, bentuk, dan tingkat kehalusan garis dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan efek visual yang dapat menyampaikan ekspresi dan makna (Siang, 2022).



4. Tipografi (*Typography*)

Tipografi adalah seni untuk membuat huruf terlihat menarik, terbaca, serta seimbang secara visual. Cara menerapkan tipografi yang baik antara lain: mengikuti *brand guidelines*, menggunakan pasangan *font* yang tepat, memperhatikan jarak dan spasi huruf, menjaga kesederhanaan, dan memastikan teks mudah dibaca (Drago, 2021). *Typeface* terbagi dalam beberapa jenis yang mempunyai karakteristik dan fungsi yang berbeda-beda, salah satu di antaranya adalah Sans Serif. Sans Serif merupakan jenis *typeface* yang tidak memiliki serif di ujung karakter. Ciri-cirinya termasuk bentuk huruf yang bersih dan sederhana tanpa dekorasi tambahan. Sans serif sering digunakan dalam desain modern dan digital karena tampilannya yang bersih dan mudah dibaca di layar (Lubis, 2024).



HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Video Animasi Petualangan Ajaib

Tabel 1. Deskripsi adegan Petualangan Ajaib *part 1*

Adegan	Deskripsi
 Adegan 1 Part 1. 00:26	Kedua anak keluar dari rumah dengan membawa ransel. Anak berbaju biru (Kakak) dengan raut wajah semangat, keluar rumah dengan berlari cepat dan membawa sebuah gulungan peta. Anak berbaju kuning (Adik) keluar rumah dengan lari lambat. Terdapat teks “-Kakak, tunggu aku!”, “-Siapa suruh lamban!”.
 Adegan 2 Part 1, 00:35	Tokoh Kakak dan Adik menuruni sebuah tebing. Kakak menuruni tebing dengan gerakan lambat dan berhati-hati, serta terlihat kesulitan dengan raut wajah takut. Tokoh Adik menuruni tebing dengan mudah menggunakan tali tambang, dan menunjukkan raut wajah meledek kepada tokoh Kakak. Kemudian tokoh Kakak menunjukkan raut muka kesal. Terdapat teks “[meledek]”, “Siapa suruh lamban?!”.

Tabel 2. Deskripsi adegan Petualangan Ajaib *part 2*

Adegan	Deskripsi
 Adegan 1 Part 2. 00:28	Tokoh kakak berlari ke arah kotak harta karun dengan menunjukkan ekspresi girang. Tokoh adik terjatuh saat berlari. Terdapat teks “Aduh!”.
	Tokoh Kakak mengeluarkan es krim Feast Pop dari bungkusnya. Tokoh Kakak dan adik menunjukkan ekspresi senyum. Terdapat teks “Terima kasih, Kak!”.

Adekan 2 Part 2, 00:40



Adekan 3 Part 2, 00:53



Adekan 4 Part 2, 00:56

Tokoh Kakak dan Adik berlari. Tangan kanan tokoh Kakak memegang sebungkus es krim Feast Pop. Ekspresi mereka menunjukkan bahagia. Latar belakang menunjukkan sebuah halaman rumah, terdapat seperti pepohonan, tanaman bunga, beberapa semak, beberapa mainan seperti bola, truk, dan sekop. Serta rumah-rumahan beserta perosotan dan kolam pasir kecil. Terdapat teks “Ayah sudah pulang”.

Tokoh Kakak memberikan bungkus es krim Feast Pop kepada Ibu. Kemudian tokoh Ayah dan Ibu memakan masing-masing satu potong es krim Feast Pop. Semua karakter menunjukkan ekspresi senang dan bahagia. Gestur kedua telapak tangan Ibu menggenggam, dan gestur kedua telapak tangan ayah mengacungkan jempol.

Analisis Formal

Warna (*color*), penggunaan elemen warna pada animasi Petualangan Ajaib Part 1 dan Part 2 didominasi oleh warna hangat dan beberapa warna dingin. Warna hangat meliputi merah, kuning, dan coklat, serta warna dingin meliputi biru dan hijau. Saturasi warna yang digunakan dalam video animasi memiliki intensitas warna sedang hingga rendah, serta beberapa warna dengan intensitas cenderung tinggi. Intensitas warna yang lebih rendah digunakan sebagai warna latar belakang dan intensitas warna tinggi digunakan pada elemen-elemen penting seperti karakter utama, bungkus es krim Feast Pop, dan objek penting lain. Penggunaan warna dengan intensitas cenderung tinggi memberikan kontras kepada objek terhadap latar belakang, sehingga meningkatkan visibilitas. Pada animasi Petualangan Ajaib, elemen warna juga memberikan efek gelap terang terhadap suatu objek. Nilai warna yang cenderung gelap digunakan pada objek bayangan pohon, bayangan karakter, detail bangunan, ruangan kuil, dan detail pada objek lain seperti batu. Contoh warna yang digunakan adalah coklat tua, oranye gelap, dan hitam. Nilai warna terang digunakan pada adegan luar ruangan dan sumber cahaya. Seperti warna biru muda pada langit, hijau muda pada pepohonan atau rumput, dan bungkus kemasan es krim.

Bidang (*shape*), dalam animasi Petualangan Ajaib bidang yang digunakan meliputi geometris dan organik. Tokoh-tokoh dalam animasi ini memiliki karakteristik bidang berbentuk organik yang sederhana serta tidak terlalu detail, sudut-sudut bidang pada para tokoh cenderung melingkar dan tumpul, contoh: bentuk kepala karakter yang cenderung seperti lingkaran, dan anggota tubuh (tangan dan kaki) yang melengkung seperti *rubber hose* (selang karet). Ransel sebagai perlengkapan tokoh utama dalam cerita animasi ini memiliki bidang yang cenderung oval dan memiliki sudut tumpul. Objek rumah yang ditampilkan memiliki bentuk gabungan dari bidang bujur sangkar dan persegi panjang. Bidang-bidang tersebut memiliki sudut tajam dan memiliki sisi yang panjang dan lurus. Pada adegan di luar ruangan objek memiliki yang memiliki bidang organik yaitu pohon, semak, rumput, batu, dan awan, dan bidang geometris seperti gunung dan matahari. Sudut objek daun dan kanopi pohon cenderung bulat. Pada objek batang pohon memiliki sudut tidak beraturan tetapi tetap melengkung pada beberapa bagian. Ilustrasi rumput pada adegan digambarkan dengan bidang cenderung seperti segitiga dengan ujung melengkung. Batu digambarkan dengan bidang organik dengan sudut tumpul, sedangkan batu yang terdapat pada tebing digambarkan dengan sudut melengkung. Awan pada latar belakang memiliki bidang organik dengan sudut melengkung dan cenderung lancip di beberapa bagian. Objek gunung pada adegan 2 part 1 memiliki bidang geometris segitiga besar dengan ujung cenderung melengkung. Pada part 2 objek-objek seperti bangunan kuil dan ruangan-ruangan dalam kuil didominasi oleh bidang geometris. Terlihat pada bagian dalam kuil terdapat tembok dan lantai yang tersusun dari batu dengan bidang persegi panjang.

Garis (*line*), elemen garis mempunyai peran signifikan dalam membentuk berbagai objek visual dan memandu narasi dalam adegan animasi, selain itu garis dapat memberikan informasi tentang emosi

yang terjadi pada adegan. Garis horizontal digunakan untuk menyusun objek-objek arsitektur seperti dinding, lantai, tangga, dan langit-langit. Objek-objek penting dalam video animasi seperti para tokoh, kotak harta karun, kemasan dan isi es krim Feast Pop, memiliki garis sedikit lebih tebal daripada garis yang menyusun objek *background*. Pada adegan 1 dan 4 *part 2* elemen garis (*speed lines* dan *focus lines*) memperjelas emosi yang terjadi. Garis-garis pendek dan tipis digunakan untuk memberikan detail pada objek seperti pada batang pohon, dedaunan, rerumputan, tebing, goresan pada dinding kuil, retakan di lantai, atau bayangan di sekitar objek seperti paku-paku di langit-langit.

Tipografi (*typography*), elemen tipografi digunakan sebagai takarir narasi suara dari narator dan suara dari pengisi suara para tokoh yang terdapat pada keseluruhan adegan Petualangan Ajaib *part 1* dan 2. Jenis *typeface* yang digunakan sebagai takarir adalah sans serif. Elemen tipografi pada animasi ini juga memiliki fungsi sebagai indikasi tambahan untuk menggambarkan suara, ekspresi, atau konteks situasi dalam teks, dengan menambahkan tanda baca kurung siku “[...]”. Menurut PUEBI daring tanda kurung siku dipakai untuk: 1) mengapit huruf, kata, atau kelompok kata sebagai koreksi atau tambahan atas kesalahan atau kekurangan di dalam naskah asli yang ditulis orang lain. 2) Tanda kurung siku dipakai untuk mengapit keterangan dalam kalimat penjelas yang terdapat dalam tanda kurung. Contoh teks dengan tanda baca kurung siku terdapat pada adegan 2 *part 1*.

Interpretasi

1. Adegan 1 *part 1*



Gambar 7. Adegan 1 *part 1* (Sumber: youtube.com/@MindblowonTV, 2022)

a. Ikon

Ditampilkan tokoh Kakak dan Adik berlari keluar rumah dengan ekspresi wajah gembira. Berlari merupakan salah satu kegiatan bermain yang menyenangkan dan sering dilakukan oleh anak-anak, aktivitas berlari mampu mendukung kesehatan fisik. Raut wajah gembira dari kedua tokoh menunjukkan antusiasme mereka terhadap awal petualangan mencari harta karun. Adegan 1 *part 1* menggambarkan salah satu poin dari 5 pondasi kebahagiaan yaitu “Bergerak”, di mana kebahagiaan dapat diperoleh melalui tubuh yang aktif dan sehat.

b. Indeks

Nampak Kakak dan Adik meninggalkan rumah dengan membawa ransel atau tas punggung, serta tokoh Kakak membawa sebuah gulungan peta harta karun. Ransel merupakan sebuah wadah yang dikenakan di punggung dengan dua tali yang melintang di bahu, untuk mempermudah dalam membawa banyak barang. Karena mampu membawa banyak barang dengan mudah ransel sering kali digunakan untuk keperluan perjalanan dan kegiatan luar ruangan. Penggunaan ransel sering kali dijumpai pada tokoh animasi dengan tema cerita petualangan. Seperti tokoh animasi Taro pada iklan animasi “Petualangan Potato BBQ”, terlihat menggunakan tas ransel coklat. Dan tokoh utama animasi “Dora the Explorer” yaitu Dora selalu terlihat membawa ransel ungu miliknya setiap pergi berpetualang.



Gambar 8. Taro “Petualangan Potato BBQ”; “Dora the Explorer” (Sumber: youtube.com/@tpsfood, 2014; youtube.com/@nickjr, 2017)

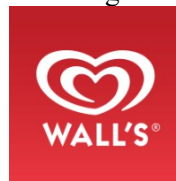
Pada adegan 1 *part 1* tampak pula pintu rumah yang sebelumnya tertutup kemudian terbuka karena tokoh Kakak dan Adik keluar dari rumah. Pintu yang terbuka menggambarkan kebebasan untuk berpetualang Kakak dan Adik.

c. Simbol

Posisi tokoh Kakak yang berlari mendahului Adik sedangkan Adik berlari mengejar sang Kakak, menggambarkan jiwa kompetisi yang dimiliki oleh keduanya. Adegan ini juga menunjukkan adanya rivalitas dari kedua tokoh.

Teks “Kakak, tunggu aku!”, kalimat tersebut diucapkan oleh tokoh Adik saat mengejar Kakak, kalimat tersebut meminta agar sang Kakak melambatkan larinya sehingga Adik dapat menyusul. Selanjutnya teks “Siapa suruh lamban!”, kalimat tersebut diucapkan oleh sang Kakak kepada Adik. “Siapa suruh” merupakan sebuah frasa bahasa Indonesia yang memiliki makna tersirat berupa celaan atau sindiran. Kalimat ini merupakan cara lain untuk mengungkapkan bahwa seseorang bertanggung jawab atas konsekuensi dari tindakan atau keputusan mereka sendiri. Pada Adegan 1 Kakak mengucapkan kalimat tersebut dengan maksud menyalahkan sang Adik karena larinya pelan.

Pada Adegan tersebut juga terlihat bahwa tas Kakak berwarna merah dan Adik berwarna putih. Merah merupakan warna yang memiliki simbolisme dan makna. Warna ini biasanya dikaitkan dengan emosi yang kuat seperti cinta, hasrat, dan kemarahan. Sedangkan warna putih merepresentasikan kesucian, kepolosan, dan ketulusan (Braam, 2025). Warna merah dan putih yang terdapat pada ransel Kakak dan Adik juga merepresentasikan warna dari logo Walls.



Gambar 9. Logo Walls (Sumber: facebook.com/WallsIDN, 2023)

2. Adegan 2 *part 1*



Gambar 10. Adegan 2 *part 1* (Sumber: youtube.com/@MindblowonTV, 2022)

a. Ikon

Adegan 2 *part 1* menunjukkan Kakak dan Adik sedang menuruni sebuah tebing yang curam. Tebing merupakan lereng yang berbentuk seperti dinding yang terjal. Tebing, digambarkan dengan permukaan kasar, guratan bebatuan, dan kemiringan yang curam. Tebing merepresentasikan tantangan yang lebih besar. Tebing juga menggambarkan bahwa dalam perjalanan mereka, tidak semua hambatan dapat diatasi dengan mudah.

Terdapat hutan belantara dan pegunungan yang menjulang tinggi pada latar belakang. Gunung-gunung digambarkan dengan bentuk segitiga besar yang menjulang tinggi, dengan gradasi warna yang lebih gelap di bagian bayangan untuk memberikan kesan dimensi. Detail pohon pada hutan belantara cenderung sederhana, tetapi cukup untuk dikenali sebagai pepohonan khas hutan atau alam liar. Pepohonan lebat dan pegunungan memberikan kesan lingkungan hutan yang alami dan liar, mendukung cerita petualangan yang sedang berlangsung.

b. Indeks

Tali tambang yang dijulurkan ke bawah oleh Adik digunakan untuk membantunya menuruni tebing. Tali tambang merupakan jenis tali yang kuat dan dapat dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan. Penggunaan tali tambang oleh Adik merupakan cara efektif untuk menuruni tebing dengan cepat,

tindakan yang dilakukan Adik dapat merujuk salah satu poin 5 pondasi kebahagiaan yaitu “Berkreasi”. Berkreasi adalah tindakan yang menghasilkan sesuatu sebagai hasil buah pikiran.

c. Simbol

Adik menjulurkan lidahnya ke arah Kakak. Tindakan menjulurkan lidah dapat memiliki makna berbeda tergantung pada maksud, konteks, dan budaya, bahkan posisi lidah yang berbeda dapat memberikan makna lain. Gestur menjulurkan lidah dapat diartikan berbuat kasar, mengejek, jijik, main-main, atau provokasi seksual, lebih lanjut gestur menjulurkan lidah memiliki makna tersendiri dalam budaya orang Tibet dan suku Maori. Namun secara umum, gestur menjulurkan lidah digunakan sebagai isyarat penghinaan atau ketidaksopanan, khususnya ketika lidah seseorang menonjol keluar dengan kuat dan langsung dengan maksud menghina secara terang-terangan (Seltzer, 2015). Pada adegan 2 *part 1* Adik menunjukkan gestur menjulurkan lidah dilanjutkan dengan ucapan “Siapa suruh lamban?!” yang mengindikasikan bahwa gestur tersebut memiliki maksud untuk mengejek Kakak. Selain itu, ejekan tersebut memiliki maksud lain yaitu untuk membalas ejekan yang dilakukan Kakak kepada Adik sebelumnya, dengan melontarkan ulang kalimat “Siapa suruh lamban”. Tindakan saling ejek yang dilakukan kedua karakter menjadi indikasi rivalitas saudara yang berlangsung.

3. Adegan 1 *part 2*



Gambar 18. Adegan 1 *part 2* (Sumber: youtube.com/@MindblowonTV, 2022)

a. Ikon

Ditampilkan tokoh Kakak dengan gerakan berlari, Kakak berlari dengan penuh semangat karena telah menemukan kotak harta karun. Perasaan penuh semangat adalah perasaan yang menunjukkan banyak gairah, antusiasme, dan kegembiraan yang kuat terhadap sesuatu. Perasaan ini adalah dorongan atau energi positif yang membuat seseorang bersemangat untuk melakukan atau mengalami hal tertentu. Perasaan antusiasme Kakak dilatarbelakangi motivasinya untuk mendapatkan harta karun yang telah berada di depan mata. Gerakan berlari di Adegan 1 *part 2* menggambarkan salah satu poin dari 5 pondasi kebahagiaan yaitu “Bergerak”.

b. Indeks

Selanjutnya terdapat pada gambar yaitu Adik terjatuh, ketika berlari tidak ingin kalah dari sang Kakak untuk mendapatkan harta karun. Ada beberapa faktor yang menyebabkan Adik terjatuh ketika berlari, yang pertama kehilangan keseimbangan karena pijakan yang tidak stabil disebabkan menginjak kerikil, lubang, tanah tidak rata, atau permukaan licin. Kedua langkah yang salah, kaki Adik bisa saja saling bertabrakan atau menginjak bagian tubuh sendiri. Ketiga kelelahan, tubuh Adik kelelahan setelah melakukan petualangan panjang yang menyebabkan respons otot dan saraf melambat.

Terdapat garis-garis horizontal, garis tersebut adalah garis kecepatan (*speed lines*) yang sering digunakan dalam komik untuk menggambarkan kecepatan, gerakan, situasi genting. Garis kecepatan memberikan tanda kepada penonton bahwa sesuatu yang intens atau cepat sedang terjadi (Carpaltuna, 2024). Dalam Adegan 1 *part 2* garis kecepatan memberikan tanda tentang keadaan yang intens antara Kakak dan Adik untuk mendapatkan kotak harta karun.

c. Simbol

Teks “Aduh!”, kalimat tersebut diucapkan Adik karena merasakan sakit saat terjatuh. Kata “aduh” digunakan untuk menyatakan berbagai macam perasaan atau emosi, tergantung pada konteks dan intonasi pengucapannya. Ada beberapa arti dan penggunaan kata “aduh”, namun secara umum kata ini digunakan untuk menyatakan rasa sakit.

Ditampilkan Kakak dan Adik menyeberangi jembatan yang terdapat api pada sisi kanan dan kiri ruangan. Api memiliki makna simbolis tertentu terutama bagi suku Maya dan Aztec. Unsur api menjadi unsur inti dalam ritual-ritual kebudayaan Mesoamerika. Hingga dulu sampai sekarang api masih dipercaya sebagai kekuatan utama untuk perubahan. Suku Maya dan Aztec percaya bahwa api memiliki kekuatan pembersihan dan pemulihan, membakar yang lama untuk memberi jalan bagi yang baru (Mexicolore, 2021). Kakak dan Adik menyeberangi jembatan dapat dipandang sebagai sebuah simbolisme transformasi menjadi lebih baik, terutama hubungan persaudaraan mereka.

4. Adegan 2 part 2



Gambar 19. Adegan 2 part 2 (Sumber: youtube.com/@MindblowonTV, 2022)

a. Ikon

Kakak memberikan es krim Feast Pop ke Adik. Setelah melihat Adik yang terjatuh Kakak merasa empati terhadap Adik, mengulurkan tangannya untuk berbagi harta yang terdapat pada kotak harta karun yaitu sebungkus es krim Feast Pop. Dalam bungkus Feast Pop terdapat 4 potong es krim dengan bentuk kubus, Kakak membagikan satu potong es krim kepada Adik. Berbagi berarti melakukan atau memberikan sesuatu secara bersama-sama atau sebagian kepada orang lain. Berbagi dapat meningkatkan rasa kebersamaan dan hubungan sosial, membangun rasa empati dan kasih sayang, serta menciptakan lingkungan yang lebih positif dan harmonis. Melalui tindakan ini ikatan persaudaraan yang terjalin antara Kakak dan Adik menjadi lebih baik. Tindakan ini juga mencerminkan salah satu poin dari 5 pondasi kebahagiaan The Happiness Project yaitu “Berbuat Baik” dan “Berteman”, tindakan berbagai dapat membawa kebahagiaan besar bagi orang lain. Berteman merupakan bentuk dari kebahagiaan yang hadir melalui kebersamaan dan hubungan positif dengan orang lain.

b. Indeks

Ditunjukkan ekspresi senang Kakak dan Adik. Senang adalah perasaan puas, nyaman, dan positif yang biasanya muncul sebagai respons terhadap hal-hal yang menyenangkan atau memuaskan. Seseorang yang merasa senang memiliki ciri-ciri yang dapat dilihat dari mimik wajahnya yaitu senyum yang tulus, mata yang terlihat tenang dan damai. Selain itu dilihat dari postur tubuh yang lebih rileks, bahu yang tidak tegang, atau gerak-gerik yang menunjukkan kepuasan.

Adegan 2 part 2 menampilkan Kakak dan Adik yang terlihat puas, tenang, dan ada senyuman di wajah mereka. Ini adalah emosi yang menunjukkan kepuasan terhadap apa yang sedang terjadi atau apa yang baru saja dialami.

c. Simbol

Gestur tangan Adik menengadahkan atau telapak tangan terbuka menghadap ke atas, adalah gerakan tubuh yang memiliki berbagai makna, tergantung pada konteks, budaya, dan ekspresi wajah yang menyertainya. Gestur ini dapat diartikan sebagai gerakan memohon atau menerima, menengadahkan tangan dapat dimaknai seseorang sedang meminta bantuan, memohon belas kasihan, atau meminta sesuatu (baik materi maupun non-materi).

Teks “Terima kasih, Kak!” yang diucapkan oleh Adik. Terima kasih adalah ungkapan yang berarti menyampaikan rasa syukur atau penghargaan atas bantuan, kebaikan, atau sesuatu yang telah diberikan oleh orang lain. Adik mengucapkan kalimat ini untuk berterima kasih kepada Kakak atas es krim yang ia bagikan. Kalimat ini merupakan indikasi terhadap 5 pondasi kebahagiaan yaitu “Bersyukur”.

5. Adegan 3 part 2



Gambar 20. Adegan 3 *part 2* (Sumber: youtube.com/@MindblowonTV, 2022)

a. Ikon

Ditampilkan Kakak dan Adik berlari di sebuah halaman yang terdapat berumput, beberapa mainan, rumah-rumahan, semak-semak, tanaman bunga, pagar kayu, dan beberapa pohon. Halaman belakang merupakan area terbuka yang terletak di belakang rumah dan terhubung langsung dengan rumah melalui pintu belakang. Halaman belakang rumah biasanya berfungsi sebagai tempat bersantai, berkebun, mencuci, atau bermain.

Terdapat pula sebuah rumah-rumahan, perosotan, dan pasir. Ditampilkan juga beberapa mainan lain yaitu truk mainan, sekop, dan bola. Melalui deskripsi yang telah disebutkan dapat diasumsikan bahwa halaman belakang rumah tersebut digunakan sebagai tempat bermain tokoh Kakak dan Adik. Ada banyak cara anak-anak bermain, salah satunya dengan menggunakan imajinasi dan khayalan mereka. Anak-anak secara alami bermain menggunakan imajinasi karena merupakan cara untuk memahami dunia di sekitarnya. Terdapat manfaat anak-anak yang bermain dengan berimajinasi yaitu untuk mengasah kemampuan kreativitas, penyelesaian masalah, sosial, kognitif, terakhir komunikasi dan bahasa (halodoc, 2023). Petualangan yang dilakukan Kakak dan Adik menjelajahi alam terbuka dan bangunan kuil, merupakan imajinasi dari kedua tokoh. Petualangan yang mereka lakukan sesungguhnya terjadi di sekitar rumah mereka, hutan-hutan yang mereka jelajahi merupakan khayalan dari banyaknya pohon dan semak-semak di sekitar rumah yang dapat dilihat pada adegan 3 *part 2*. Dan bangunan kuil adalah imajinasi yang mereka buat terhadap rumah-rumahan di halaman belakang rumah, hal ini terjadi karena Ayah dan Ibu langsung mengetahuinya ketika Kakak membagikan potongan es krim ke Adik. Kegiatan berimajinasi yang Kakak dan Adik lakukan menjadi petunjuk adanya salah satu poin dari 5 pondasi kebahagiaan yaitu “Berkreasi”.

b. Indeks

Ekspresi gembira Kakak dan Adik saat berlari ke rumah. Gembira adalah salah satu emosi positif, ketika seseorang gembira berarti mereka sedang mengalami perasaan senang yang intens, ceria, dan seringkali ditunjukkan dengan antusiasme yang jelas. Ekspresi gembira ditunjukkan dengan raut wajah senyum lebar, gerakan tubuh yang menunjukkan energi kebahagiaan, dan tawa atau nada bicara yang semangat. Ekspresi gembira tersebut ditunjukkan karena Kakak dan Adik telah selesai melakukan perjalanan mencari harta karun dan telah menemukannya yaitu es krim Feast pop, serta ekspresi gembira tersebut ditunjukkan sebab Ayah sudah pulang dan berada di rumah.

c. Simbol

Teks “Ayah, sudah pulang!”, kalimat tersebut diucapkan oleh Adik. Kata “sudah” menunjukkan bahwa suatu tindakan atau peristiwa telah selesai atau terjadi di masa lalu. Kata ini seringkali berfungsi sebagai penanda waktu atau penyelesaian. Kata “pulang” secara umum merujuk pada tindakan kembali ke tempat asal, biasanya rumah atau tempat tinggal seseorang, setelah bepergian atau berada di tempat lain. Kalimat “Ayah, sudah pulang!” memiliki makna bahwa Ayah sudah pulang ke rumah dari tempat ia bekerja.

6. Adegan 4 *part 2*



Gambar 11. 1 Adegan 4 *part 2* (Sumber: youtube.com/@MindblowonTV, 2022)

a. Ikon

Ditampilkan Kakak, Ibu, Ayah, dan Adik berdiri di depan pintu. Secara umum mereka dapat dikatakan sebuah keluarga, keluarga adalah unit sosial terkecil dalam masyarakat yang terdiri dari suami, istri, dan anak-anak yang hidup bersama di satu rumah dan saling membutuhkan. Keluarga memiliki banyak fungsi dan peran beberapa diantaranya adalah memberikan kasih sayang, pendidikan, dan perlindungan (Aris, 2022). Visualisasi tentang keluarga yang tentram benar-benar terjadi pada adegan ini, dimana seluruh anggota keluarga hidup rukun dan tidak ada konflik yang berlangsung.

Tokoh Ayah, digambarkan sebagai sosok pria dewasa dengan pakaian kemeja lengan pendek berwarna abu-abu, dan memiliki rambut pendek dengan gaya rapi. Dalam banyak lingkungan profesional atau pekerjaan, rambut pendek dan rapi dianggap sebagai standar. Gaya rambut ini menunjukkan keseriusan, keandalan, dan etos kerja yang baik. Tampilan ini sering dikaitkan dengan seseorang yang dapat dipercaya dan kompeten. Sosok Ayah sering diasosiasikan sebagai kepala keluarga dan tulang punggung keluarga.

Ibu digambarkan sebagai sosok wanita dewasa dengan pakaian kasual berwarna merah muda dengan rambut panjang. Rambut panjang pada wanita sering diasosiasikan dengan sifat feminitas. Memelihara rambut panjang memerlukan kesabaran dedikasi dalam perawatan. Rambut panjang yang dimiliki Ibu mencerminkan sifat keibuan dan kesabaran dalam mendidik Kakak dan Adik.

b. Indeks

Tokoh Ayah dan Ibu menyambut kedatangan Kakak dan Adik. Melalui adegan tersebut mengindikasikan bahwa petualangan Kakak dan Adik dilakukan dengan sepengetahuan mereka. Petualangan tersebut merupakan rencana yang disusun oleh Ayah dan Ibu untuk menciptakan kerukunan antara Kakak dan Adik. Melalui kegiatan yang menyenangkan dan berbagi dengan sesama, Kakak dan Adik mampu meninggalkan perselisihan diantara mereka berdua.

Ditunjukkan ekspresi tokoh Kakak, Ibu, Ayah, dan Adik. Kakak memberikan dua potong es krim Feast Pop yang masih tersisa ke Ayah dan Ibu kemudian mereka memakannya. Raut wajah Ibu menunjukkan menikmati es krim, ditunjukkan dengan pipi yang menggembung pertanda adanya es krim di mulut, mulut tertutup dengan senyum kecil, dan mata tertutup, menandakan kenikmatan yang mendalam. Ekspresi Ayah menunjukkan menikmati dan setuju dengan kelezatan es krim. Ditampilkan dengan pipi menggembung menunjukkan adanya makanan di mulut, mulut tertutup dengan senyum kecil yang puas, dan matanya tertutup mirip dengan ibu. Serta terdapat elemen kilauan kecil di sekitar kepala Ayah, yang seringkali digambarkan untuk menandakan kelezatan atau sensasi yang menyenangkan.

Kakak menunjukkan ekspresi bahagia dengan raut wajah mulut terbuka lebar menunjukkan tawa, mata terbelalak yang menandakan kegembiraan atau kejutan positif, dan seluruh raut wajahnya memancarkan keceriaan. Raut wajah adik menunjukkan ekspresi bahagia, ditampilkan tersenyum dengan mulut tertutup. Matanya terbuka lebar dan melihat ke arah Ayah dan Ibu. Raut wajah Kakak dan Adik menyampaikan perasaan kepuasan atau kebahagiaan karena melihat Ayah dan Ibu menikmati es krim yang mereka bagikan.

Terdapat garis-garis yang tersusun melingkari bingkai di adegan 4 *part 2*. Garis tersebut adalah garis fokus (*focus lines*) atau *flash effects*, yang biasa ditemukan dalam karya-karya komik. Garis fokus digunakan untuk menyoroti emosi intens karakter, mengarahkan perhatian penonton ke bagian penting dalam adegan, dan untuk menunjukkan momen-momen krusial (Carpaltuna, 2024). Garis fokus menggambarkan emosi kebahagiaan para tokoh dan menjadi adegan akhir dan penutup dalam cerita petualangan Kakak dan Adik.

c. Simbol

Gestur tangan Ayah mengangkat kedua jempol ke atas. Gestur mengangkat jempol memiliki interpretasi berbeda di negara-negara tertentu. Secara umum di Indonesia dan banyak negara lain gestur ini merupakan tanda persetujuan atas sesuatu. Namun di negara Iran, Irak, dan Afghanistan, gestur ini

memiliki artian penghinaan jika diarahkan ke seseorang. Di beberapa bagian Amerika Serikat, seperti Chicago, gestur mengangkat jempol dapat diartikan sebagai tanda geng tertentu (Thompson, 2025). Gestur mengangkat kedua jempol ke atas yang ditunjukkan Ayah memiliki menyatakan persetujuan yang kuat mengenai rasa es krim Feast Pop yang lezat. Selain itu gestur tersebut menunjukkan persetujuan atas tindakan berbagi yang dilakukan Kakak dan Adik.

Gestur kedua tangan Ibu mengepal memakan es krim Feast Pop. Gestur mengepal tersebut ditampilkan dengan kedua tangan yang menempel di badan, tangan yang ditekuk, dan posisi di dekat bahu. Gestur tangan mengepal memiliki makna berbeda tergantung dengan konteks, ekspresi, dan posisi lengan. Mengepalkan tangan ke atas di atas atau sejajar dengan kepala memiliki arti simbolis solidaritas, terutama dengan gerakan politik. Bisa diartikan juga untuk mengekspresikan persatuan, kekuatan, atau perlawanan (Ridhotulloh, 2023). Selain itu seseorang yang mengepalkan tangan dapat diartikan bahwa orang tersebut sedang menahan emosinya supaya tidak melakukan hal buruk terhadap orang lain (Adinda, 2021).

Gestur tangan yang ditunjukkan oleh Ibu disertai ekspresi wajah tersenyum dengan kedua tangan menempel di badan. Tangan menempel di badan diartikan kegembiraan atau rasa senang yang meluap-luap namun masih terkendali. Hal ini terjadi ketika seseorang merasa senang, tetapi mereka ingin menyembunyikan emosinya (Edwards, 2025). Gestur ini memiliki makna bahwa Ibu merasa sangat senang atau puas setelah memakan es krim. Lebih lanjut gestur tersebut mengkomunikasikan bahwa Ibu merasakan kebahagiaan dan kepuasan yang tulus setelah menerima dan mencicipi es krim dari anak-anaknya. Ini adalah bentuk ekspresi visual dari kasih sayang, kebahagiaan sederhana, dan keintiman keluarga.

Evaluasi

Melalui elemen visual seperti tipografi dan ilustrasi raut wajah tokoh Kakak dan Adik, dapat diketahui tentang permasalahan dan konflik tidak akur yang mereka alami. Elemen warna yang terdapat pada animasi mampu menceritakan secara implisit watak para tokoh dan tujuan dari pencipta animasi untuk menanamkan kesadaran merek Walls dan produk es krim Feast Pop. Penggambaran latar belakang bentang alam luas dan jebakan dalam kuil menjadi sebuah tantangan yang harus dilewati bersama sebagai saudara, dan mengesampingkan konflik di antara mereka berdua. Nilai berbagi menjadi fokus utama pada animasi “*Petualangan Ajaib*”, seperti yang diperlihatkan dengan berbagi es krim hubungan antara Kakak dan Adik membaik. Selain itu nilai berbagi hal kecil seperti es krim mampu mendatangkan kebahagiaan dalam keluarga, seperti pada adegan terakhir *part 2*.

Penggunaan animasi sebagai iklan dapat dijumpai pada produk Walls lain, contohnya Paddle Pop. Salah satu seri film Paddle Pop berjudul “*Paddle Pop: Magilika*” menceritakan petualangan Paddle Pop dan teman-temannya mencari sebuah kristal. Melalui perjalanan yang mereka lalui, Paddle Pop dan teman-temannya belajar pelajaran berharga tentang keberanian, tanggung jawab, persahabatan, dan bagaimana menghadapi rintangan.

Baik animasi “*Petualangan Ajaib*” dan “*Paddle Pop: Magilika*”, memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Animasi “*Petualangan Ajaib*” memiliki alur cerita dan plot yang sederhana dan mudah dipahami, karena memiliki durasi animasi yang singkat dengan total 2 menit. “*Paddle Pop Adventures*” memiliki durasi 90-100 menit tiap film, sehingga mampu mengembangkan alur cerita dan plot lebih kompleks dibandingkan dengan “*Petualangan Ajaib*”. Dengan durasi yang lebih panjang seri film animasi ini dapat memiliki jumlah karakter atau tokoh yang beragam. Sebagai media promosi “*Petualangan Ajaib*” memiliki gaya animasi yang khas dibandingkan dengan “*Paddle Pop Adventures*”, sebab tahlilalats memiliki gaya yang unik dan telah melekat pada masyarakat Indonesia. Salah satu strategi “*Paddle Pop Adventure*” untuk menarik peminat di Indonesia yaitu menggunakan pengisi suara dari figur publik terkenal seperti Giring Ganesha, Chelsea Olivia, Andhika Pratama, Joshua Suherman, dll. Kedua animasi ini memiliki kesamaan yaitu cerita dengan tema petualangan. Melalui kedua animasi ini Walls ingin memperkuat pesan dan nilai dari produknya, seperti nilai-nilai keberanian, persahabatan, penjelajahan, dan berbagi antar sesama yang ditanamkan dalam cerita sejalan

dengan citra positif yang ingin dibangun. Pada seri film Paddle Pop secara tidak langsung terdapat nilai-nilai lain yang serupa dari 5 pondasi kebahagiaan *The Happiness Project* seperti yang telah disebutkan. Dengan 5 pondasi kebahagiaan tersebut, Walls ingin menanamkan persepsi nilai-nilai tersebut terhadap produk maupun perusahaannya.

SIMPULAN DAN SARAN

Analisis iklan animasi Walls Feast Pop “*Petualangan Ajaib*” (part 1 dan 2) menunjukkan bahwa elemen visual (warna, bidang, garis, tipografi) berperan penting dalam menyampaikan pesan. Iklan ini secara strategis digunakan Walls untuk membangun citra perusahaan yang peduli terhadap kebahagiaan dan kebersamaan. Melalui narasi perselisihan kakak-beradik yang berakhir dengan persatuan berkat petualangan dan berbagi es krim, Walls menyoroti pentingnya kebersamaan keluarga. Ekspresi kebahagiaan karakter setelah berbagi Feast Pop di akhir cerita semakin memperkuat asosiasi Walls dengan kebahagiaan sederhana. Pendekatan visual dan narasi emosional ini sukses menciptakan ikatan mendalam dengan audiens, menjadikan es krim Walls simbol kebahagiaan dan kebersamaan.

Iklan animasi Walls “*Petualangan Ajaib*” secara efektif menyoroti pentingnya kebersamaan keluarga melalui narasi perselisihan yang diatasi dengan berbagi es krim. Visualisasi kebahagiaan setelah berbagi memperkuat asosiasi Walls dengan kebahagiaan sederhana, membangun ikatan emosional mendalam dengan audiens dan memposisikan es krim sebagai simbol kebahagiaan dan kebersamaan. Meskipun demikian, penelitian ini mengidentifikasi aspek yang belum dieksplorasi mendalam, seperti gaya desain karakter Tahilalats dan arsitektur kuil Mesoamerika, perbandingan dengan film atau animasi petualangan lain, serta respons masyarakat terhadap iklan tersebut. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan untuk analisis iklan animasi sejenis, khususnya dalam memahami komunikasi pesan visual yang efektif. Studi selanjutnya dapat mendalami referensi budaya dalam desain visual dan narasi, serta melakukan analisis komparatif dengan iklan animasi bertema serupa untuk menemukan pendekatan visual yang lebih menarik perhatian audiens.

REFERENSI

- Adinda, R. (2021). *Apa Itu Gesture & Macam-Macam Body Gesture*. Gramedia Blog. https://www.gramedia.com/best-seller/gesture/#4_Mengepalkan_Telapak_Tangan
- Agatha, O. K. (2022). *Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Terhadap Budaya Yang Terdapat Dalam Iklan Sirup Marjan Versi “Singa Barong Dan Kelana (Reogman)”* [Universitas Semarang]. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2018/G.311.18.0028/G.311.18.0028-15-File-Komplit-20220903033312.pdf>
- Ahmad, R. M. (2023). Kajian Semiotika Peirce pada Komik Spawn Isu 1 Tahun 1992 Karta Todd McFarlane. *BARIK - Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 5(2), 196–209. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/58861>
- Aris. (2022). *Berikut Pengertian dan Fungsi Keluarga yang Perlu Diketahui*. Gramedia Blog. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-dan-fungsi-keluarga/>
- Atkin, A. (2022). *Peirce’s Theory of Signs*. Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/>
- Azis, Y. A. (2023). *Data Sekunder: Pengertian, Sumber Data dan Contoh Di Penelitian*. Deepublish Store. <https://deepublishstore.com/blog/data-sekunder-penelitian/>
- Carpaltuna. (2024). *Manga Effects Every Artist Should Know! Clip Studio Tips*. <https://tips.clip-studio.com/en-us/articles/10107>
- Edwards, V. Van. (2025). *Body Language Guide – Crossed Arms and 17 More Cues to Know*.

- <https://www.scienceofpeople.com/arm-body-language/>
- Feny Rita Fiantika, Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Y. Novita (ed.); Issue Maret). PT. Global Eksekutif Teknologi. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- halodoc. (2023). *Ini Pentingnya Berimajinasi untuk Perkembangan Otak*. Halodoc.Com. <https://www.halodoc.com/artikel/ini-pentingnya-berimajinasi-untuk-perkembangan-otak>
- Haryadi, T. (2015). *Sudut Pandang dan Tahapan Tinjauan Desain*. Slideshare. <https://www.slideshare.net/slideshow/sudut-pandang-dan-tahapan-tinjauan-desain/55635575>
- Haryadi, T., & Eko Saputro, G. (2018). Tinjauan Desain Iklan dalam Sudut Pandang Majas Visual (Studi Kasus: Iklan Media Billboard di Kota Semarang). *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, April 2018, 97. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i1.1213>
- Heryanto, N. Y. (2019). Analisis Warna Pada Film Animasi “The Garden Of Words” Karya Makoto Shinkai. *GESTALT*, 1(2), 191–200. doi:10.33005/gestalt.v1i2.30.
- Hogoco. (2023). *Digital Color System Workflow*. Hogoco Studio. <https://hogoco.com/digital-color-system/>
- Mexicolore. (2021). *Fire in Mesoamerican Ritual*. Mexicolore.Co.Uk. <https://www.mexicolore.co.uk/aztecs/home/fire-in-mesoamerican-ritual>
- Pamungkas, R. D. (2024). Perancangan Video Animasi 3D Promosi Clothing Brand Fantasia. *BARIK - Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 116–127. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/63414>
- Pangemanan, J. I. H. (2023). *Pengertian Semiotika, Konsep Dasar, dan Tokoh-tokohnya*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/humaniora/632227/pengertian-semiotika-konsep-dasar-dan-tokoh-tokohnya>
- Ridhotulloh, M. D. (2023). *Makna dan Sejarah Tangan Terkepal ke Atas*. Inilah.Com. <https://www.inilah.com/makna-dan-sejarah-tangan-terkepal-ke-atas>
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Grasindo.
- Simanjuntak, R. A. (2020). Studi Penerapan Animasi Dan Motion Graphic Dalam Meningkatkan Kualitas Iklan Digital. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, 1(1), 630–640. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbsit>
- Sosrojudho, A. A., & Tim Litbang Concept. (2010). *Tinjauan Desain Grafis dari Revolusi Industri Hingga Indonesia Kini*. PT. Concept Media.
- Thompson, D. (2025). *Gesture Gaffes: Avoiding Cultural Faux Pas with These 5 Hand Gestures*. Forkunion. <https://www.forkunion.com/gesture-gaffes-the-art-of-avoiding-cultural-faux-pas/#:~:text=The thumbs-up gesture%3A,finger without realizing it – ouch!>
- Tinarbuko, S. (2003). Semiotika Analisis Tanda Pada Karya Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 5(1), 31–47. <http://puslit.petra.ac.id/journals/design/>
- Vera, N. (2014). *Semiotika Dalam Riset Komunikasi* (Cet. 1). Ghalia Indonesia.