

JMENT (sembilan dari kiri) bersama barisan pelakon drama *Seikat Kasih* pada Majlis Tayangan Perdana di GSC Lalaport BBCC di Kuala Lumpur baru-baru ini.

Varia

Oleh **SAIRUL ZAMRI MISRANI**

ToYm pertaruh drama mikro Melayu pertama

MENGINSPIRASIKAN format drama mikro yang berkembang pesat di China, syarikat produksi tempatan Thousands of Years Media (ToYm) mempertaruhkan drama pendek bahasa Melayu sulungnya berjudul *Seikat Kasih* yang ditayangkan secara perdana baru-baru ini.

Untuk makluman, ToYm ialah sebuah syarikat yang beroperasi melalui empat teras utama iaitu seni budaya, pendidikan, teknologi dan pemasaran.

Tayangan perdana drama itu menghimpunkan rakan industri, tetamu jemputan dan turut dimeriahkan dengan kehadiran barisan pelakon termasuk Idzham Ismail, Arena Wan, Fatimah Noryyah serta Sayf Mikael.

Pengasas SunStrong Entertainment dan ToYm, Datuk Wira Jment Lim berkata, penerbitan drama episod itu menjadi langkah penting dalam usaha memperkukuh pembangunan ekosistem drama mikro di Malaysia.

Menurutnya, karya itu diperkenalkan sempena Hari Raya Aidilfitri dengan kisahnya berkisar nilai kekeluargaan.

"Drama ini mengetengahkan kisah sebuah keluarga yang berdepan pelbagai konflik kehidupan melalui perjalanan watak Arina Dahlia oleh Arena dan Harris Hakim pula dilakonkan Idzham.

"Episod Hari Raya dalam drama ini memaparkan penyatuan semula sebuah keluarga selepas melalui pelbagai cabaran kehidupan, selain menekankan bahawa kebahagiaan sebenar terletak pada kekuatan hubungan kekeluargaan," katanya.

Jelas Jment, drama *Seikat Kasih* yang mempunyai 59 episod itu akan ditayangkan secara bersiri setiap hari bagi membolehkan penonton mengikuti perkembangan jalan ceritanya secara berterusan.

"Setiap hari ToYm akan lancarkan dua episod di semua platform media sosial kami iaitu pada pukul 12 tengah hari dan 1 petang supaya penonton sentiasa tertunggu-tunggu episod seterusnya," katanya.

Dengan sasaran 300 juta penonton, Jment berkata, pembangunan kandungan drama mikro syarikatnya juga didorong hasrat untuk menghasilkan karya berkualiti yang mampu memberi impak positif kepada penonton.

"Matlamat kami untuk menghasilkan kandungan berkualiti, bermakna dan membawa mesej positif kepada para penonton. Kami bukan hanya mahu menjual produk, tetapi menunjukkan kepada dunia bahawa Malaysia juga mampu hasilkan kandungan yang boleh mencapai lebih 100 juta penonton," katanya.

Selain menghasilkan kandungan, ToYm turut memperkenalkan pendekatan pemasaran baharu melalui konsep ToYm Iklan Drama Mikro yang membolehkan jenama dipromosikan secara semula jadi dalam penceritaan drama.

Menurut Jment, pendekatan itu dilihat mampu memberi nilai tambah kepada perniagaan berbanding kaedah pengiklanan tradisional yang sering memerlukan kos tinggi dan tempoh kempen yang terhad.

"Kami mula meneroka konsep ini sekitar April tahun lalu, ketika itu kami mempunyai kira-kira 11 juta penonton.

"Kemudian, kami melihat peningkatan yang sangat ketara sehingga mencecah kira-kira 200 juta dalam jualan.

"Melihat kepada peluang itu, ToYm mahu membuka peluang ini kepada pemilik perniagaan untuk mempromosikan produk mereka menerusi kaedah baharu yang mampu memberikan kesan pemasaran berpanjangan merentasi pelbagai platform digital," ujarnya.

Sementara itu, konsultan imej produksi ToYm, Nini Wong berkata, pembentukan imej setiap watak dalam *Seikat Kasih* dirancang bagi menonjolkan sisi masyarakat Melayu yang tulus dan berjiwa mulia.

Menurutnya, pasukan produksi turut melakukan tinjauan di beberapa lokasi di Melaka bagi mencari busana yang sesuai dengan latar watak dalam cerita.

"Kami melawat beberapa kedai lama yang tersembunyi di lorong kecil di sekitar Melaka untuk mendapatkan pakaian yang sesuai dengan karakter dalam drama ini. Kami berharap melalui mikro drama ini, penonton tidak lupa dan sentiasa mengingati akar budaya serta asal-usul masyarakat kita," katanya.

Pengarah Drama, Chang Dao pula berkata, meskipun platform dalam talian memberi ruang lebih bebas dari segi penyampaian cerita, aspek sensitiviti budaya masih diambil kira bagi memastikan sebuah karya diterima penonton.

"Saya ada membuat sedikit perubahan bagi beberapa dialog dan situasi supaya emosi cerita masih sampai kepada penonton, tetapi cara penyampaiannya lebih semula jadi dan mudah diterima," katanya.

Menerusi drama *Seikat Kasih*, beberapa jenama dalam ekosistem ToYm turut dipaparkan dalam penceritaan termasuk ToYm Wardrobe, Flowers.com.my, ToYm Fashion dan produk Dong Lin Fish Scale Jelly di bawah ToYm Beaute.

Terdahulu, drama mikro pertama terbitan ToYm iaitu *In Character* berjaya mencatat lebih 33 juta tontonan di Malaysia dan melebihi 168 juta tontonan direkodkan di platform Douyin.



JMENT (tiga dari kanan) ketika sidang akhbar drama *Seikat Kasih*.



MAJLIS tayangan perdana drama mikro *Seikat Kasih* turut menampilkan barisan penyanyi dan bakat baharu menerusi persembahan nyayian.