

## Bab II

### TINJAUAN UMUM OBYEK PENELITIAN

#### A. Sejarah Perusahaan Apple Company

Untuk dapat memahami latar belakang iklan *Get a Mac* sebagai suatu kampanye milik produsen komputer *Apple Company Inc.* pada bab ini akan menguraikan secara garis besar mengenai sejarah perusahaan tersebut. Adapun sumber pustaka yang digunakan sebagai alat bantu untuk menyusuri sejarah perusahaan ini adalah pertama, buku karangan Owen W. Linzmayer yang berjudul *Apple Confidential – The Macintosh History* yang menguraikan sejarah *Apple Company* dari tahun 1971 sampai 2003, kedua, buku karangan Jeffrey L. Cruikshank yang berjudul *The Apple Way* yang lebih banyak mengambil sisi sejarah *Apple Company* melalui pemikiran Steve Jobs sebagai pendiri perusahaan tersebut dari 1984 sampai 2005. Perkembangan dari 2005 hingga kini, penulis akan mencari data dari artikel di internet berikut artikel-artikel yang memaparkan iklan *Get a Mac* itu sendiri dari peluncuran pertamanya di Mei 2006. Berikut merupakan uraian sejarah perusahaan *Apple*.

Dimulai pada tahun 1971, berlokasi di universitas Berkeley, California, dua anak muda bernama Steve Jobs dan Steve Wozniak memulai membuat sebuah revolusi dalam dunia komputer. Menggunakan modal berupa komponen komputer sederhana, uang hasil menjual mobil orang tua Steve Jobs, dan hanya dengan menggunakan garasi rumah orang tua Steve Jobs pula, Steve Jobs dan Wozniak

menciptakan sebuah mesin yang disebut dengan komputer personal. Usaha mereka terus berjalan hingga secara resmi pada tahun 1984, *Apple Computer* meluncurkan produk komputer *Macintosh* mereka untuk pertama kalinya. Komputer *Macintosh* ini merupakan asal muasal komputer yang digunakan hingga saat ini, karena menggunakan *Graphic User Interface* (GUI) yang dalam menjalankannya cukup tunjuk dan klik dengan menggunakan *mouse* (untuk pertama kali pula *mouse* dikenalkan).

Gambar 1  
Apple I (1976)



Gambar 2  
Macintosh (1984)



Sumber: [www.mac-history.net](http://www.mac-history.net) diakses 23/04/2010

Sebelum ditemukannya sistem operasi milik *Macintosh* tersebut, komputer hanya dijalankan dengan menggunakan sederetan bahasa komputer, yaitu sistem operasi yang dilakukan oleh *Microsoft* dengan kepala perusahaannya Bill Gates. Merasa tersaingi dengan penemuan dari *Apple Company*, Bill Gates bekerja sama dengan IBM, sebuah perusahaan besar yang saat itu pula mulai tersingkir oleh *Apple Company*. Kesulitan menemukan sistem operasi yang menggunakan *mouse*, Bill Gates mendatangi kantor *Apple Computer* dan meminta rancangan sistem operasi milik *Macintosh*. Bahkan secara terang-terangan Bill Gates menanyakan,

bagaimana membuat sistem operasi yang dapat membuka program dengan satu atau dua kali klik pada *mouse*. Steve Jobs melakukan kesalahan fatal dengan meminjamkan rancangan *Macintoshnya* kepada Bill Gates yang berakibat pada lahirnya sistem operasi bernama *Windows 1.01* pada tahun 1985. Sistem tersebut juga menggunakan GUI dan *mouse* untuk menjalankannya. Namun karena terburu ingin menunjukkan kebolehan *Windows* kepada *Apple Company*, Bill Gates tidak sempurna dalam menyelesaikan sistem operasinya, yang berdampak pada beratnya jalan sistem operasi ini dan mudahnya sistem ini ditembus virus bahkan hingga kini. Untuk mencegah *Apple Company* mengambil tindakan hukum mengenai hak cipta, Bill Gates membeli hak cipta dari *Apple* dan berjanji akan membuatkan perangkat lunak *Office* seperti *Word* dan *Excel*. Mengetahui kerja sama tersebut, Steve Jobs keluar dari *Apple Company*. John Sculley, seorang yang di rekrut oleh Steve Jobs untuk menjadi *Apple's CEO* melihat kerja sama tersebut sebagai sebuah peluang bisnis, namun dia juga menyadari bahwa bagi Steve Jobs, musuh terbesar *Apple* adalah IBM, termasuk jika bekerja sama dengan IBM, yaitu *Microsoft*.

Sifat Steve Jobs sendiri adalah idealis, yaitu bahwa dia adalah seniman dan selalu berdasar pada seni dalam setiap produk-produknya. Steve Jobs dalam masa awal mendirikan *Apple Company* juga tidak pernah menyukai orang-orang IBM, meskipun mereka besar dan sangat bisa membantu usaha *Apple Company* saat itu. Hanya karena mereka rapi layaknya orang-orang yang bekerja di kantor pemerintahan. Berangkat dari sifat tersebut, bersamaan dengan rasa tidak sukanya terhadap *Bill Gates* yang juga bagian dari IBM, untuk pertama kalinya dalam

sebuah media cetak di tahun 1996, *Apple Company* mengeluarkan iklan *I am Mac* (<http://news.cnet.com> diakses 23/04/2010).

Gambar 3



Sumber: [www.wizzardacademy.org](http://www.wizzardacademy.org) diakses 23/04/2010

Dalam masa 10 tahun, terhitung semenjak perjanjian kontrak dengan *Microsoft*, *IBM* dan *Microsoft* telah berjalan jauh melampaui *Apple*. Produk sistem operasi *Windows* merajai sistem operasi di seluruh dunia. Produsen komputer-komputer di seluruh dunia juga menggunakan sistem operasi *Windows*. Pada tahun 1997, *Apple Company* merasa kewalahan dengan kenyataan tersebut hingga akhirnya memutuskan Steve Jobs kembali ke *Apple Company* sebagai CEO. Steve Jobs kemudian segera melakukan perubahan diberbagai sudut *Apple Company*. Salah satunya adalah dengan mengaktifkan Jonathan Ive, sebagai pakar visual dan desainer grafis untuk produk-produk *Apple* yang sudah direkrut sejak

tahun 1992. Pada kenyataannya, pada masa-masa tersebut tidak banyak yang bisa dilakukan *Apple Company* dalam menghadapi pesaing raksasanya yaitu Microsoft, hingga akhirnya pada tahun 2001, *Apple Company* memperkenalkan penemuan revolusioner, yaitu alat pemutar musik yang disebut iPod. Penggunaan istilah “i” merujuk pada penamaan komputer iMac pada tahun 1998 yang berarti internet.

Setelah nama *Apple Company* tenggelam, segera setelah peluncuran iPod tersebut, *Apple Company* kembali dikenal. Bisnis yang sempat terhambat, kembali berjalan. Masa itu dianggap sebagai masa kebangkitan *Apple Company*, karena semenjak itu pula, *Apple* kemudian banyak memperkenalkan produk revolusioner dalam barisan produk komputer personal. Mengikuti kesuksesan iPod, pada tahun 2002, *Apple Company* memperkenalkan iMac G4, yaitu komputer masa depan dengan tampilah minimalis dan serba putih. Dilanjutkan pada tahun 2003, Steve Jobs mengemukakan penemuan layar sentuh untuk produk tablet yang segera membuat semua produsen komputer dan barang elektronik berlomba membuat produk dengan teknologi yang sama. Namun produk yang dimaksud Steve Jobs pada tahun 2003 tersebut baru keluar pada tahun 2007, yaitu sebuah revolusi di dunia telepon seluler dengan produk yang diberi nama iPhone. Sebuah telepon seluler yang cara mengoperasikannya dengan menyentuh layar, tidak lagi menekan tombol-tombol.

Melalui beberapa penemuan revolusioner tersebut, *Apple Company* berhasil selamat dari masa keterpurukan perusahaan dan berbalik menjadi kembali menemukan jati diri *Apple Computer*, yaitu sebagai produsen komputer masa

depan dengan selalu mengungkap tema penampilan yang keren. Steve Jobs menyadari bahwa selalu ada yang dibutuhkan para pengguna komputer personal diluar kegunaannya sebagai sebagai komputer. Mereka membutuhkan teknologi yang baru, komponen yang canggih, dan tentu saja penampilan yang baik. Demikian hingga kini, *Apple Computer* masih berjalan dengan terus melakukan penemuan-penemuan maupun memperbaiki produk hingga kini.

Gambar 4  
iPod (2001)



Gambar 5  
iMacG4 (2001)



Gambar 6  
iPhone (2007)



Sumber: [www.mac-history.net](http://www.mac-history.net) diakses 23/04/2010

## B. Sejarah Iklan TVC *Get a Mac*

Kampanye periklanan *Get a Mac* merupakan kampanye periklanan yang dibuat oleh agensi TBWA/Chiat/Day untuk *Apple Company*. Kampanye ini diluncurkan pertama kali dalam format TVC pada Mei 2006 dan masih berjalan hingga kini. Sebanyak enam puluh lebih iklan ini telah dibuat dengan ciri-ciri yang mudah dikenali, yaitu menampilkan sosok Mac dan PC dengan dibalut latar belakang serba putih dan *background* musik yang santai. Mac diperankan oleh

Justin Long, seorang aktor Hollywood yang ditampilkan memiliki penampilan anak muda yang bersahaja dan kasual, sedangkan PC diperankan John Hodgman, seorang penulis dan pelawak, yang dalam iklan ini ditampilkan sebagai pria dengan pakaian formal, terlihat tidak nyaman dan konservatif, dengan penampilan dan atribut yang dalam budaya anak muda Amerika, dianggap ketinggalan jaman atau *nerd*.

Dibuat oleh *Creative Director TBWA*, Jason Sperling, iklan ini merupakan iklan komparasi yang bertemakan parodi komedi berdasarkan apa yang dimiliki dan tidak dimiliki PC dan Mac baik dalam sistem operasi, perangkat lunak, maupun perangkat keras. Penggunaan parodi disini mewakili identitas pendiri Mac, yaitu Steve Jobs yang lebih dikenal memiliki sifat muda, sedangkan PC, dalam iklan *Get a Mac* ini lebih dibuat menyerupai pendiri *Microsoft* yaitu Bill Gates (<http://newsfeed.academyart.edu> diakses 23/04/2010).

Gambar 7



Sumber: [www.mac-history.net](http://www.mac-history.net) diakses 23/04/2010

Berikut merupakan beberapa seri iklan-iklan TVC *Get a Mac* semenjak peluncuran pertamanya pada Mei 2006, hingga April 2010, terhitung sebanyak 7 dari 66 buah iklan, mengusung tema yang kurang lebih sama dengan iklan *Get a Mac* versi *Top of The Line* (<http://www.apple.com/> diakses 24/04/2010):

1. “*Restarting*” – Mei 2006.

Menunjukkan kekurangan PC yang sering *freezing* kemudian untuk menyelesaikannya harus melakukan *restart*. Setelah melakukan restart, PC harus mengulang lagi secara manual setiap proses yang telah terjadi sebelum terjadinya *freeze*.

2. “*Viruses*” – Mei 2006.

Menceritakan PC terserang virus dan memperingatkan Mac untuk berhati-hati terhadap virus, namun pada kenyataannya Mac tidak khawatir, karena dia tidak bisa terkerna virus.

3. “*Out of The Box*” – Juni 2006.

Meneritakan tentang keunggulan Mac yang dapat langsung digunakan setelah membuka kotak kemasannya. Sedangkan PC, masih harus menginstall banyak perangkat lunak sebelum dapat digunakan.

4. “*Biohazard Suit*” – April 2009.

Menceritakan hal yang sama seperti yang terjadi pada iklan “*viruses*” pada Mei 2006, yaitu keadaan banyaknya virus PC yang beredar. Namun kali

ini PC mengenakan pakaian *biohazard* yang mampu melindunginya dari virus. Sementara Mac tetap dapat berpenampilan sewajarnya.

5. “*Legal Copy*” – April 2009.

PC mengunggulkan kemampuannya yang mampu mengatasi masalah melalui perangkat lunak yang mendukungnya. Namun hal tersebut membuatnya banyak berhadapan dengan *legal copy* dari berbagai penyedia perangkat lunak tersebut.

6. “*Time Traveler*” – April 2009.

PC menciptakan alata yang mampu membawanya melintas waktu, sehingga dia memutuskan untuk pergi kemasa depan melihat bagaimana PC dimasa depan mampu menyelesaikan masalah seperti *freeze*, *crash*, dan *restarting* yang terjadi pada saat ini. Namun setelah dia tiba dimasa depan, masalah tersebut ternyata masih belum dapat diatasi.

7. “*Surprise*”

Kali ini PC menyamar menjadi Mac dan meminta konsumen yang mencari komputer dengan spesifikasi yang tidak mampu dipenuhi PC, untuk tetap membeli PC.

### **C. Sinopsis Iklan *Get a Mac* versi “*Top of The Line*”**

Iklan *Get a Mac* versi “*Top of The Line*” dikeluarkan pada bulan Agustus 2009. Iklan ini bercerita tentang PC yang memperkenalkan produk

yang disebut sebagai *Top of The Line* PC. Selain kedua tokoh Mac dan PC, pada versi ini, *Get a Mac* menampilkan Patrick Warburton sebagai *top of the line* PC, seorang aktor Hollywood pula yang memiliki badan tegap namun dalam beberapa watak yang sering diperankannya lebih banyak bersifat konyol. Selain itu, terdapat pula tokoh pembeli yang diperankan oleh Allison Case, yang dalam iklan ini sebagai pembeli yang mencari komputer dengan spesifikasi yang diinginkannya.

Iklan pada scene pertama menampilkan tiga tokoh sekaligus, yaitu PC, Mac dan konsumen perempuan yang ingin membeli komputer hebat. Mendengar keinginan tersebut, segera PC memperkenalkan *top of the line* PC yang diikuti dengan masuknya tokoh *top of the line* PC, sosok pria tegap dengan setelan jas rapi berwarna biru tua. Menunjukkan sikap ramah kepada konsumen, segera konsumen tersebut menyebutkan spesifikasi komputer yang diinginkannya. Perempuan itu ingin komputer dengan layar yang besar, dan dijawab dengan santai bahwa tidak ada layar yang lebih besar lagi. Perempuan itu menambah lagi bahwa dia menginginkan komputer yang cepat. Dengan nada santai, *top of the line* PC menjawab bahwa banyak orang menyebutnya terlalu cepat. Kemudian terakhir perempuan itu menyebutkan bahwa dia ingin komputer yang bisa dipakai kerja tanpa harus berurusan dengan virus. Kali ini *top of the line* PC menjawab bahwa semua PC pasti akan berurusan dengan virus. Perempuan tersebut dengan cepat merespon bahwa dia akan memilih membeli Mac saja. Merasa tidak ingin kalah, *top of*

*the line* PC memberikan kartu namanya dan mengatakan kepada perempuan itu untuk menghubunginya jika suatu saat berubah pikiran.

Dibalut dengan latar belakang yang serba putih dan musik santai yang mengalun, iklan tersebut kemudian diakhiri dengan menampilkan visual produk Macbook Pro milik *Apple Computer*.

