



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODOLOGI**

#### **3.1. Gambaran Umum**

Dalam pembuatan tugas akhir ini, penulis bersama dengan kelompoknya membuat video komersial perusahaan Jovee. Tujuan dari video komersial ini adalah untuk memperkenalkan produk serta membangun kepercayaan konsumen pada perusahaan Jovee. Video komersial ini dibuat dalam bentuk animasi disertai narasi. Sebagai *copywriter*, penulis menggunakan gaya bahasa dalam narasinya untuk membangun kepercayaan konsumen pada perusahaan Jovee itu sendiri.

Gaya bahasa terdiri dari berbagai jenis yang dibagi lagi ke dalam beberapa kategori. Penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif di mana pendekatan penelitian digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami data yang dikumpulkan kemudian dianalisis (Creswell dalam Raco, 2010, hlm. 7). Di laporan ini, penulis mengambil data dari wawancara yang dilakukan dengan klien serta data lainnya yang diambil dari sumber-sumber, seperti buku, jurnal, artikel, dan lainnya. Data tersebut selanjutnya akan diproses dan kembali dianalisis untuk menemukan gaya bahasa yang tepat dan juga menjelaskan peranan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat dalam membangun *brand trust* pada video komersial Jovee ini.

##### **3.1.1. Latar Belakang Perusahaan**

PT. Indopasifik Teknologi Medika Indonesia (ITMI) adalah perusahaan teknologi bidang kesehatan yang bertujuan untuk merevolusi industri kesehatan dengan

merangkul konsumennya melalui produk-produknya secara digital. PT. ITMI memiliki dua anak perusahaan yaitu, Jovee dan Lifepack. Keduanya merupakan perusahaan di bidang kesehatan terutama dalam obat-obatan. Dalam tugas akhir ini, penulis dan timnya bekerja sama dengan anak perusahaan PT. ITMI, Jovee.

Jovee merupakan perusahaan yang menjual produk kesehatan berbasis aplikasi dengan tujuan untuk menjadi asisten kesehatan personal bagi penggunanya dengan memperhatikan kondisi dan pola hidup pelanggan. Melihat dari negara-negara yang sudah maju memiliki usaha yang serupa, memperlihatkan bahwa kesehatan menjadi hal yang penting di negara maju. Sedangkan, di Indonesia sendiri masih banyak orang yang belum sadar akan pentingnya menjaga kesehatan. Padahal dengan mengonsumsi suplemen atau vitamin yang cukup sudah bisa menjaga kesehatan seseorang. Jovee di sini hadir untuk membantu masyarakat Indonesia untuk mulai hidup sehat dengan cara yang mudah dan terpercaya. Dari tujuan Jovee, konsep video komersial ini terbentuk dengan tema “Sehat itu berharga”. Tema tersebut diolah menjadi tiga video yang mengajak masyarakat Indonesia untuk sadar dan menjaga kesehatannya bersama Jovee.

### **3.1.2. Sinopsis**

Pembuatan video komersial Jovee ini terdiri dari tiga video dengan cerita yang berhubungan, di antaranya:

1. Video pertama berjudul “Mulai Hidup Sehat” yang menceritakan tiga tokoh bernama Eko, Dwi, dan Rizki yang memiliki gaya hidup yang kurang sehat.

Mereka tidak mementingkan kesehatannya hingga akhirnya mereka diingatkan untuk berubah dan memulai hidup sehat karena sehat itu berharga.

2. Video kedua berjudul “Mudahnya Hidup Sehat bersama Jovee” yang menceritakan di zaman sekarang semua serba mudah dan instan. Dua karakter bernama Joni dan Vina merupakan orang yang terbiasa dengan kemudahan yang ditawarkan sekarang ini. Namun, berbeda dengan kesehatan di mana tidak ada namanya instan untuk hidup sehat. Jovee di sini hadir untuk membantu dan memudahkan orang yang ingin hidup sehat.
3. Video ketiga berjudul “Kebutuhan Berbeda, Jovee Solusinya” yang menceritakan kebutuhan dan kesehatan setiap orang berbeda-beda. Solusi dari permasalahan itu adalah Jovee yang membantu memberikan produk yang sesuai dengan konsumennya.

### **3.1.3. Posisi Penulis**

Tim produksi video komersial ini terdiri dari tiga orang anggota yaitu, *account executive*, *creative director*, dan *copywriter*. Di proyek ini, penulis berperan sebagai *copywriter*.

### **3.2. Tahapan Kerja**

Dalam penulisan dan pengerjaan tugas akhir ini, penulis melewati beberapa tahap kerja, di antaranya:

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan pendekatan metode kualitatif, yaitu:

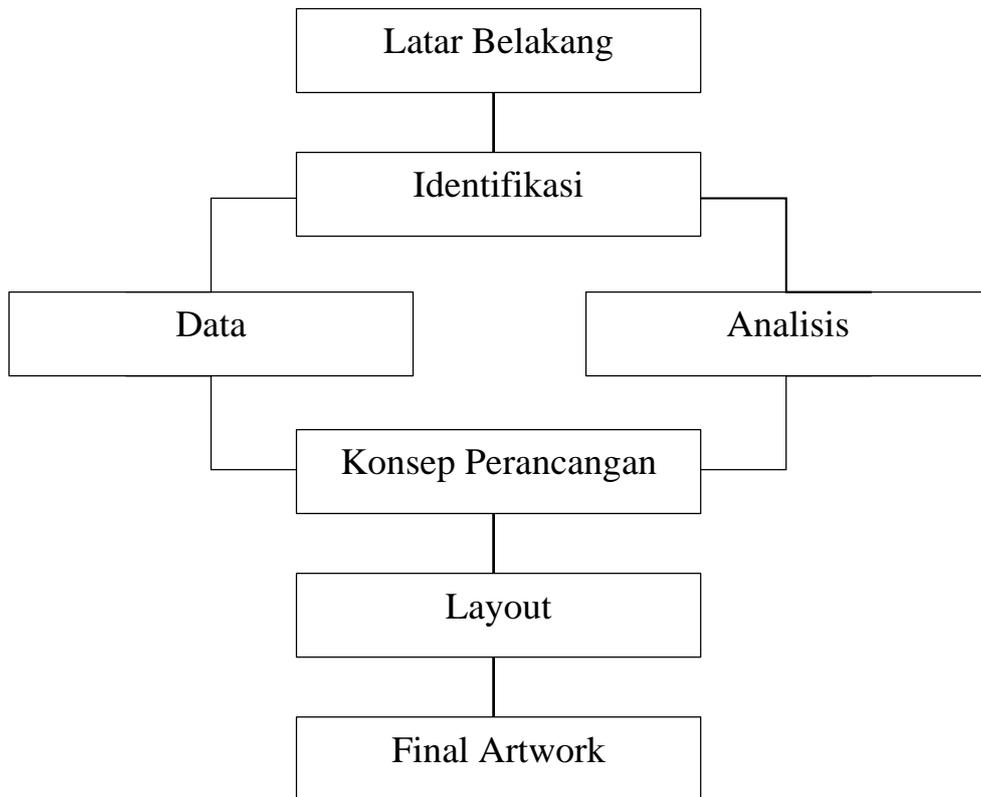
- a. Data primer diambil secara langsung dengan bertemu tatap muka bersama klien untuk membahas apa saja yang diperlukan dalam pembuatan video iklan ini serta memahami lebih perusahaan klien.
- b. Data sekunder diambil dengan mengumpulkan sumber-sumber dari buku dan media lainnya.

## 2. Tahap Perancangan

Dalam tahap perancangan, penulis bekerja sama dengan *creative director* dan *account executive* untuk membuat *client brief*. Proses itu dilanjutkan lagi dengan membahas konsep apa yang akan dipakai bersama *creative director* serta membuat *creative brief*. Konsep dan *creative brief* kemudian diserahkan kepada klien untuk revisi dan membahas apa saja yang kurang. Setelah disetujui konsep dan juga ide cerita oleh klien, penulis membuat naskah yang sesuai dengan apa yang sudah didiskusikan. Dari penulisan itu, penulis menghasilkan tiga naskah untuk tiga video yang kemudian diberikan kembali ke klien untuk direvisi. Setelah klien menyetujui naskah yang ditulis, penulis menyerahkannya pada *animator* yang bertugas untuk memproduksi video iklan tersebut.

## 3. Analisis Data

Penulisan ini menganalisis data, yaitu gaya bahasa yang dipakai dalam naskah dan hubungannya dengan membangun *brand trust*. Gaya bahasa yang dipakai menyesuaikan dengan apa yang sudah dibahas dengan klien. Sedangkan, teori gaya bahasa serta *brand trust* diambil dari berbagai sumber, seperti buku dan jurnal.

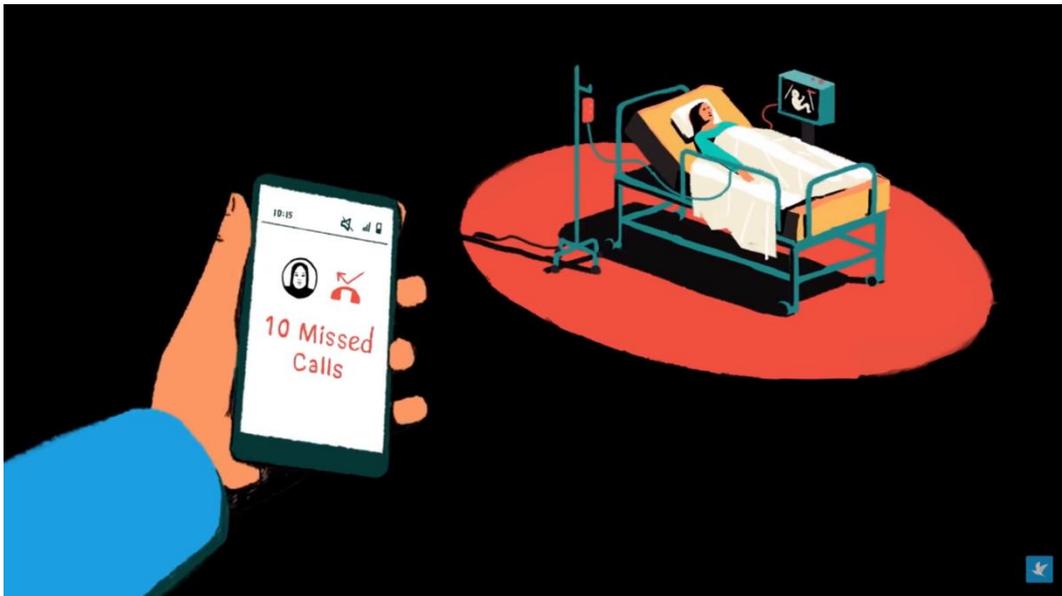


Gambar 3.1. Skematika Tahapan Kerja

(Sumber: dokumentasi pribadi)

### 3.3. Acuan

Pada penulisan dan pengerjaan video komersial Jovee, penulis memiliki beberapa acuan dalam bentuk visual dan penerapan kata-kata dalam *voice over*. Penulis mendapatkan acuan visual dari beberapa iklan aplikasi, seperti Traveloka, Tokopedia, Jenius, dan lainnya. Iklan aplikasi tersebut biasanya menggunakan dan menampilkan penggunaan aplikasi dengan *handphone*.



Gambar 3.2. Screenshot Iklan Traveloka

(Sumber: Channel Youtube Traveloka, [https://www.youtube.com/watch?v=bntTwkpR\\_dY](https://www.youtube.com/watch?v=bntTwkpR_dY))

Selain itu, penulis mendapatkan acuan dalam penggunaan *motion graphic* dalam video iklan Jenius.



Gambar 3.3. Screenshot Iklan Jenius

(Sumber: Channel Youtube Jenius Connect, <https://www.youtube.com/watch?v=omjIq8ZcE6o>)

Untuk narasi serta *voice over*, penulis mendapatkan acuan dari video iklan Traveloka “Di Tahun Penuh Kata ‘Pertama’” di mana di iklan tersebut *voice over* menggerakkan jalan cerita dari iklan. Menurut penulis, penggunaan *voice over* dalam menjelaskan dan menceritakan iklan tersebut meningkatkan rasa ketertarikan serta memudahkan penonton untuk mengerti informasi yang ingin disampaikan.

### **3.4. Proses Rancangan**

Perancangan awal yang dilakukan adalah mencari klien serta bertemu dengan klien didampingi oleh *account executive* dan *creative director*. Dalam pertemuan itu, penulis mengenal lebih jauh latar belakang dan produk dari klien, Jovee yang diringkas dalam *client brief*.

Dari *client brief* tersebut, penulis mendapatkan informasi dan keinginan Jovee untuk membuat video komersial dengan tujuan memperkenalkan dan membuat penonton percaya pada *brand Jovee* ini. *Target market* dari Jovee sendiri mulai cukup luas mulai dari anak muda hingga dewasa di mana target tersebut adalah masa-masa penting untuk menjaga kesehatan mereka.

Dari telaah tersebut penulis sebagai *copywriter* bersama *creative director* berdiskusi bersama untuk membuat *creative brief* dan konsep yang akan dipakai dalam video komersial ini.

#### **3.4.1. Konsep Pertama**

*Creative director* memberikan konsep pertama, yaitu “*Love Yourself*”. Dari konsep itu penulis sebagai *copywriter* menulis tiga naskah yang akan didiskusikan kembali

bersama klien. Video pertama dibuat sebagai video testimoni di mana beberapa orang akan ditanyakan pertanyaan mengenai hidup sehat atau penyakit tertentu seperti stroke.

Tabel 3.1. Pertanyaan dan Fakta Pertama Video Testimoni Konsep “*Love Yourself*”

<b>Pertanyaan</b>	<b>Fakta</b>
Menurut kamu, kamu bisa hidup sampai usia berapa? Kenapa?	Rata-rata umur orang Indonesia 71 tahun. Harapan hidup Indonesia sendiri menempati urutan 126 dari 198 negara di dunia.
Menurut kamu, kapan waktu yang pas untuk memulai hidup sehat?	
Apa kamu sudah memulainya?	
Kamu tau urutan no 1 siapa?	Jepang, harapan hidup Jepang sampai 88 tahun.
Menurut kalian, kenapa Jepang bisa menjadi urutan no 1?	
Jadi kapan kalian mau mulai?	

(Sumber: dokumentasi pribadi)

Tabel 3.2. Pertanyaan dan Fakta Kedua Video Testimoni Konsep “*Love Yourself*”

<b>Pertanyaan</b>	<b>Fakta</b>
Menurut kamu, penyebab kematian nomor 1 di Indonesia adalah penyakit apa?	29,2% penyebab kematian di Indonesia disebabkan oleh Stroke.
Apa kalian tahu, kira-kira dari umur berapa kalian bisa terkena stroke?	

Menurut kalian, cara mencegah penyakit stroke itu apa?	Penderita stroke termuda di Indonesia adalah 10 tahun karena penggumpalan darah yang terjadi di otak
Jadi kapan kalian mau mulai?	

(Sumber: dokumentasi pribadi)

Naskah video kedua dibuat sebagai cerita tentang ayah yang selalu diingatkan tentang kesehatannya oleh anaknya karena kalau tidak sayang diri sendiri bagaimana dengan keluarga.

Tabel 3.3. Naskah Visual Audio Video Kedua Konsep “*Love Yourself*”

<b>Visual</b>	<b>Audio</b>
Seorang ayah terlihat sedang tertidur nyenyak	Suara burung dan ambience kesibukan pagi terdengar. Suara musik bahagia
Matahari terlihat masuk dari jendela yang tertutup tirai	Alarm berbunyi beserta suara pintu terbuka. Suara musik bahagia
Anak perempuan masuk dan membangunkan ayahnya	"Ayah bangun!" Suara musik bahagia
Ayah terbangun dan memeluk anaknya sambil tersenyum	Suara anak dan ayah tertawa. Suara musik bahagia
Ayah terlihat memakai baju kerja mencari kunci dan dompet di kantung celananya setelah memakai sepatu	Suara merogoh saku dan kunci. Suara musik bahagia
Anak perempuan berlari membawa piring berisi roti ke arah Ayah	Suara berlari anak. "Ini buat ayah!" . Suara musik bahagia
Ayah tersenyum mengambil roti anak kembali berlari membawa dompet ayahnya. Ayah menyubit pipi anaknya	Ayah bilang "Terima kasih ya." Anak tertawa. Suara musik bahagia

Terlihat anak membawa pensil warna/spidol dan kertas ke meja keluarga	Suara menaruh barang di meja. Suara musik bahagia.
Anak menggambar dan menulis dengan pensil warna-warni sambil tersenyum	Suara menulis dan menggambar. Suara musik bahagia
Anak menempel dengan solasi kertas di pintu kulkas dengan tulisan berisi "jangan lupa minum vitamin ya ayah."	Suara musik bahagia
Anak menempel kertas di dekat lemari sepatu dengan tulisan "Kata mama dompet jangan lupa yaa."	Suara musik bahagia
Jam menunjukkan pukul 4 sore.	Suara musik bahagia dan beberapa mobil lewat
Anak bermain boneka lalu melihat ke arah luar jendela.	Suara musik bahagia, suara mobil mendekat
Anak tersenyum berlari keluar rumah	Suara berlari. Ambience luar.
Anak menunggu di pagar lalu tersenyum	Suara mobil semakin dekat
Anak mendorong pintu pagar dan menunggu di teras	Suara pagar terbuka
Ayah mendekati anaknya yang membawa kertas bergambar keluarga bahagia dengan tulisan "Aku sayang ayah." Ayah memeluk anaknya sambil tertawa	Suara ayah dan anak tertawa
Logo Jovee	"Sayangi keluargamu dengan hidup sehat" "Love Yourself"

(Sumber: dokumentasi pribadi)

Sedangkan, naskah video 3 menceritakan tentang orang-orang yang berbahagia karena hidup sehat dengan mengonsumsi Jovee.

Tabel 3.4. Naskah Visual Audio Video Ketiga Konsep “*Love Yourself*”

<b>Visual</b>	<b>Audio</b>
Sebuah sepatu masuk ke dalam frame	Suara musik beat
Tangan menaruh skate board lalu langsung bermain	Suara skateboard, musik beat
Seorang sedang dance balet di sebuah ruangan kaca lalu melompat	musik beat
Seorang atlet bulu tangkis memukul kok bulu tangkis	suara kok bulu tangkis dipukul, musik beat
Tangan chef memotong-motong sayur di talenan dan memasukkan ke dalam panci	suara potong-potong, musik beat
Cut to Ibu rumah tangga yang sedang mengaduk-aduk sop lalu berbalik	suara sayur masuk ke dalam kuah, musik beat
Seorang dosen dengan pakaian rapih berbalik setelah menulis di papan tulis lalu menunjuk mahasiswa yang bertanya	suara menulis di papan tulis, musik beat
Ibu-ibu arisan membuka undian lalu memakai handphone untuk selfie	suara tertawa ibu-ibu, suara capture foto, musik beat
Seorang fotografer sedang foto makanan	suara capture foto, musik beat
Semua orang dengan kegiatannya sambil tersenyum	suara musik beat "Banyak kegiatan tapi tetap hidup sehat?"
Close up berhenti aktivitas lalu sobek suplemen jovee.	suara sobek kertas, musik beat "Mulai dari diri sendiri untuk semua kesibukan yang menanti di depan"
Grid semakin banyak membentuk lambang Jovee	musik beat "Sayangi dirimu bersama Jovee"

(Sumber: dokumentasi pribadi)

Naskah yang sudah ditulis kemudian diberikan kepada klien untuk didiskusikan kembali. Namun, klien merasa konsep pertama ini kurang sesuai dengan keinginan klien sehingga penulis dan kelompok kembali mencari konsep yang sesuai.

### 3.4.2. Konsep Kedua

Berdasarkan analisis dan juga diskusi bersama klien, penulis dan *creative director* kemudian mengubah konsep “*Love yourself*” menjadi “Sehat itu berharga”. Dari konsep “Sehat itu berharga”, penulis kemudian merevisi naskah ketiga video tersebut. Video pertama tetap sebagai video testimoni namun pertanyaan yang ditanyakan berbeda. Video pertama ini memiliki tujuan untuk menyadarkan orang-orang bahwa kesehatan itu penting dengan fakta dan pertanyaan yang menakutkan karena biasanya orang akan lebih cepat sadar bila ditakuti.

Tabel 3.5. Pertanyaan dan Fakta Video Testimoni Konsep “Sehat itu berharga”

Pertanyaan	Fakta
Apa yang paling kalian takuti dalam dunia ini?	Menurut penelitian dari University Of Nebraska, Karen Kangas Dwyer dan
Jika waktu hidupmu hanya seminggu lagi, apa yang akan kalian lakukan?	Marlina M. Davidson mendapatkan 7 hal yang paling ditakuti manusia salah satunya, yaitu kematian. Komaruddin
Jika diberi kesempatan untuk hidup lebih lama lagi, apa yang akan kalian ubah dalam hidup kalian sekarang?	Hidayat dalam bukunya berjudul Psikologi Manusia, menyatakan
Kapan kalian mau memulainya?	bahwa ketakutan akan kematian akan menimbulkan “pemberontakan” dari manusia agar bertahan hidup. Dari rasa takut itu, orang akan memiliki motivasi untuk hidup lebih baik.

(Sumber: dokumentasi pribadi)

Penulis merevisi cerita video kedua yang berjudul “*Health is Precious, Precious Time with Family*”. Video kedua ini menceritakan seorang ayah yang diingatkan untuk menjaga kesehatan oleh ibu dan anak menggunakan *sticky notes*. Tujuan dari video ini memperlihatkan bahwa bila orang menjaga kesehatan yang berharga, maka dia bisa memiliki waktu yang berharga bersama keluarga yang mereka sayang. Di video ini, Jovee diperkenalkan untuk membantu dan sebagai solusi untuk hidup sehat.

Tabel 3.6. Naskah Visual Audio Video Kedua Konsep “Sehat itu berharga”

<b>Visual</b>	<b>Audio</b>
Seorang ayah terlihat sedang tertidur nyenyak	Suara burung dan ambience kesibukan pagi terdengar. Suara musik bahagia
Matahari terlihat masuk dari jendela yang tertutup tirai	Suara burung dan ambience kesibukan pagi terdengar. Suara musik bahagia
Terlihat tangan anak kecil menggoyangkan tangan ayah	Suara musik bahagia
Ayah terbangun melihat jam menunjukkan jam 6 pagi	Suara musik bahagia
Ayah melihat sticky notes dengan tulisan "jangan lupa olahraga yaa" lalu tersenyum	Suara musik bahagia
Ayah terlihat dengan pakaian olahraganya dan berkeringat membuka pintu kulkas namun berhenti saat melihat sticky notes di pintu kulkas "Jangan lupa minum air yang banyak yaa" dari mama dan anaknya.	Suara musik bahagia. Suara buka kulkas
Ayah tersenyum menutup kembali pintu kulkas sambil tersenyum lalu minum air putih	Suara musik bahagia, Suara tutup kulkas, suara minum air
Ayah degan pakaian rapih kerjanya mendengar suara di ruang makan	Suara tertawa kecil, suara musik bahagia
Ayah masuk ke ruang makan namun tidak ada orang. Ayah melihat makanan di atas meja dan sticky notes di sebelahnya yang bertuliskan "Jangan	Suara musik bahagia

lupa makan makanan yang sehat yaa dari mama dan anaknya."	
Ayah duduk dan bersiap makan.	Suara kursi dan duduk, Suara musik bahagia
Terlihat piring berisi makanan ditaruh ke meja makan	Suara piring ditaruh. Suara musik bahagia
Ayah melihat keluarganya dengan senang sarapan bersama. Seluruh keluarga tersenyum dan mulai makan	Suara musik bahagia
Terlihat sticky notes tadi berubah menjadi aplikasi Jovee di handphone	Suara musik bahagia
Melihat ayah dan ibu minum suplemen jovee	Suara minum. Suara musik bahagia
Logo Jovee	"Family is precious. Your health is precious to us"

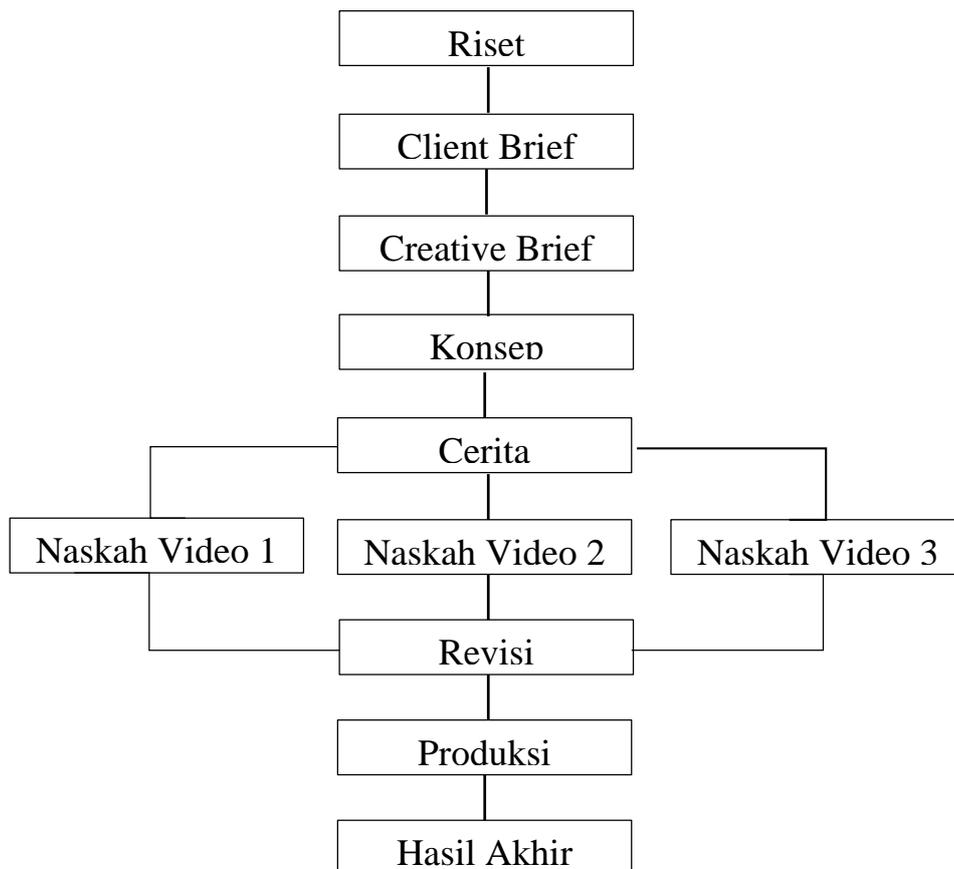
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Video 3 tidak banyak perubahan dari konsep pertama yang menceritakan tentang orang yang berbeda mengonsumsi Jovee setelah aktivitas mereka karena mereka sehat maka mereka bisa melakukan apa pun. Naskah ketiga video tersebut kemudian diserahkan pada klien, Jovee dan mereka setuju.

Namun, penulis dan kelompok kembali mengubah konsep video menjadi animasi dikarenakan situasi pandemi yang tidak memungkinkan untuk syuting. Penulis dan *creative director* berunding kembali untuk naskah video komersial animasi dengan menggunakan konsep yang sama, "Sehat itu berharga". Dari konsep itu, penulis dan kelompok tetap memutuskan untuk membuat tiga video komersial animasi dengan alur cerita yang berbeda, namun tujuan dan pesan yang disampaikan berkesinambungan. Naskah video pertama menceritakan dan mengajak orang untuk mulai hidup sehat agar tidak ada penyesalan di akhir. Naskah

video kedua menceritakan kemudahan yang didapat di zaman sekarang dan mengajak orang untuk mulai hidup sehat bersama Jovee yang mudah untuk dipakai. Terakhir, naskah video tiga menceritakan tentang masalah berbeda yang dialami setiap orang untuk memulai menjaga kesehatannya, namun Jovee menjadi solusi dari perbedaan itu.

Setelah selesai menuliskan naskah tersebut, penulis menyerahkan naskah ke *creative director* dan klien untuk direvisi ulang hingga *creative director* dan klien merasa naskah sudah sesuai. Setelah selesai, naskah tersebut diberikan pada *animator* untuk pengerjaan video animasi.



(Sumber: dokumentasi pribadi)