

5. ANALISIS

PT Aku Pintar Indonesia memberikan ide video kampanye tagar, lalu perusahaan ingin video dikemas secara emosional agar dapat mewakili suara hati semua lapisan orang tua atau pelajar di seluruh Indonesia. PT Aku Pintar Indonesia ingin mengkampanyekan tagar *#masadepanmu* berharga sebuah kampanye untuk menyadarkan para orang tua dan pelajar untuk mengetahui minat dan bakat para pelajar dan anak. Susini (seperti yang dikutip dalam Paulleto, 2011) mengatakan bahwa dalam perancangan suara, suara harus bisa mewakili suatu objek atau konsep. Penulis menerapkan aspek paralinguistik pada *voiceover* karakter Ibu, karena *voiceover* karakter Ibu memiliki peranan penting dalam memberikan informasi atau pesan yang ingin disampaikan *brand* Aku Pintar dalam video iklan tersebut yang diwakilkan oleh karakter Ibu.

Alten (2013), mengatakan bahwa hal terpenting yang harus dilakukan *sound designer* adalah mempelajari dan menganalisis naskah. Hal itu dilakukan untuk menentukan pendekatan suara seperti apa yang akan digunakan dalam suatu adegan atau keseluruhan video. Penulis menganalisis apa yang ada di naskah, sehingga penulis dapat mengetahui pendekatan suara *voiceover* seperti apa yang sesuai dengan karakter Ibu yang diceritakan di naskah. Penulis menggunakan *voiceover* dengan narasi orang pertama, jadi yang mengisi suara *voiceover* untuk karakter ibu adalah pemeran dari karakter Ibu itu sendiri. Penulis menggunakan *voiceover* narasi orang pertama karena penulis ingin menunjukkan perasaan atau emosi dari karakter Ibu yang tulus dan peduli, hal ini didukung oleh teori dari (Kozloff, 1989).

Karakter Ibu dalam video iklan *brand* Aku Pintar dirancang berdasarkan *archetype*, yaitu *archetype caregiver*. *Caregiver* memiliki keinginan untuk merawat dan melindungi orang lain dan juga sering dikaitkan dengan karakter Ibu, hal ini didukung oleh teori dari (Xara-Brasil et al., 2018). Karakter Ibu memiliki sifat yang rendah hati dan ramah terhadap Astrid, dapat terlihat dalam *scene* video iklan *brand* Aku Pintar. Ketika Ibu mengajak Astrid untuk membaca dan menulis, lalu ketika Ibu bisa menjadi teman bercanda dan bermain Astrid. Karakter ibu yang rendah hati

dan ramah diambil dari teori Bechter et al. (2016) yang menghubungkan *archetype caregiver* dengan *brand personality sincerity*, Keduanya memiliki ciri-ciri yang sama diantaranya ramah dan rendah hati.

Penulis menerapkan aspek paralinguistik dalam perekaman *voiceover* karakter Ibu karena salah satu cara untuk memberikan informasi mengenai sifat dari karakter Ibu adalah lewat cara berkata karakter Ibu dalam *voiceover*. Komponen dari cara berkata yang dimaksud adalah intonasi dan tempo. Aspek paralinguistik masuk kedalam ciri-ciri komunikasi nonverbal. Menurut Maulana & Gumelar (2014), pesan nonverbal dapat memberikan makna dalam komunikasi dan juga perasaan atau emosi dapat lebih cermat disampaikan.

Kemudian penulis memberikan referensi sesuai dengan penerapan aspek paralinguistik untuk *voiceover* kepada sutradara, seperti menurut Alten (2013), *sound designer* bertanggung jawab atas keseluruhan suara tetapi dengan diskusi dan persetujuan dari sutradara. Penulis menggunakan referensi dari video iklan Ruangguru. Video iklan tersebut penulis jadikan referensi dalam perancangan suara *voiceover* untuk karakter Ibu dalam video iklan PT Aku Pintar Indonesia.



Gambar 5.1. Referensi video Ruangguru

(dokumentasi pribadi)

Penulis menerapkan aspek paralinguistik pada *voiceover* karakter ibu, sehingga penulis merancang cara pembacaan *voice actor* terhadap naskah *voiceover*

lewat intonasi dan tempo. Penulis bersama sutradara melakukan perekaman suara langsung di lokasi produksi. Sebelum perekaman sutradara melakukan *briefing* terlebih dahulu. Berikut merupakan naskah *voiceover* yang diucapkan *voice actor* dalam perekaman:

“*Ini adalah awal dari ceritamu.*”

“*Ibu selalu berharap kamu dapat menemukan apa yang ingin kamu kejar dalam hidupmu.*”

“*Jangan khawatir, ibu selalu ada membantumu.*”

“*Sejak kamu kecil ibu telah mengajarkanmu banyak hal.*”

“*Mengarahkanmu, supaya kamu dapat mengetahui minat dan bakatmu.*”

“*Ibu tahu ini bukan perjalanan yang mudah, tetapi ibu ingin mempermudah langkahmu, untuk raih masa depanmu.*”

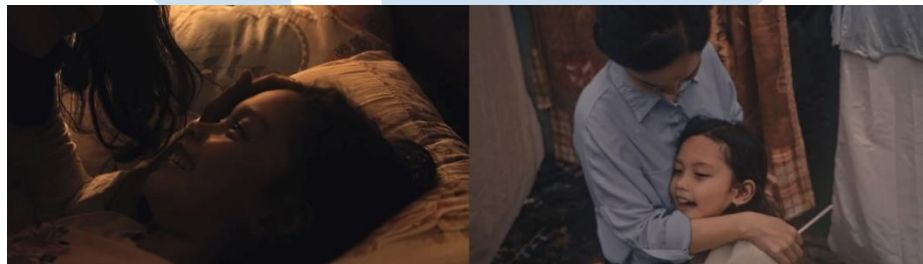
“*Ingatlah, masa depanmu sungguh berharga. Ini akan menjadi cerita yang Panjang, tetapi ibu ingin menjadi bagian dari ceritamu.*”

Menurut Winoto et al. (2017) dalam paralinguistik terdapat komponen yang dapat memberikan makna dalam setiap penyampaian komunikasi, yang pertama ada intonasi yang merupakan tinggi dan rendahnya suatu nada. Dalam perancangan *voiceover*, penulis menggunakan intonasi suara yang rendah. Penulis menggunakan intonasi yang rendah karena penulis ingin menunjukkan kelembutan dan keramahan dari karakter ibu dalam mengurus atau membesarkan Astrid. Penulis menerapkan intonasi yang rendah di setiap kalimat yang diucapkan *voice actor* dalam naskah.

Penerapan intonasi yang penulis ingin tunjukkan terutama pembacaan di awal kalimat dan di akhir kalimat ataupun ketika jeda dalam kalimat. Seperti pada kalimat *voiceover* “*Ibu tahu ini bukan perjalanan yang mudah, tetapi ibu ingin mempermudah langkahmu, untuk raih masa depanmu.*”. Kata “*Ibu*” dimulai dengan intonasi yang rendah dan dimulai dengan nada yang halus. Begitu juga pada kata “*langkahmu*” karena ada koma setelah kata “*langkahmu*” jadi penulis memberi jeda terlebih dahulu selama 4 detik. Kemudian dilanjut dengan kalimat “*untuk raih masa depanmu.*”. Kata masa “*depanmu*” pada kalimat *voiceover* juga diakhiri dengan intonasi rendah dan nada yg halus. Dengan memberikan jeda, penulis ingin

menekankan makna di setiap ucapan yang terdengar sebelum jeda dalam *voiceover*. Sehingga informasi yang disampaikan dalam *voiceover* akan memiliki makna yang kuat. Hal ini didukung oleh teori yang dikatakan (Hyang, 2016).

Karakter Ibu dalam video iklan *brand* Aku Pintar termasuk kedalam karakter *archetype caregiver*, memiliki sifat yang ramah dan rendah hati seperti yang dikatakan (Bechter et al., 2016). Sifat yang ramah dapat terlihat karena Ibu senang sekali bercanda dan bermain dengan Astrid. Lalu ketika Ibu membacakan buku cerita untuk Astrid, Ibu membacakan buku cerita sambil membuat Astrid tertawa dengan membuat gerakan orang berlari dengan jarinya di atas perut Astrid sehingga Astrid senang dan tertawa geli. Kemudian ketika Ibu dengan senang hati mau menemani Astrid bermain dengan imajinasi Astrid sebagai penyihir di taman belakang rumah. Pada saat bermain Astrid berlari menghampiri Ibu, Ibu memeluk Astrid dengan erat.



Gambar 5.2. *Scene* 2 dan *scene* 3

(Dokumentasi pribadi)

Komponen kedua dalam paralinguistik yang dapat memberikan makna adalah tempo seperti yang dikatakan (Winoto et al., 2017), Tempo adalah kecepatan berartikulasi atau kecepatan berbicara. Dalam perancangan *voiceover*, penulis menggunakan tempo yang lambat karena penulis ingin menunjukan karakter Ibu yang rendah hati. Tempo yang lambat juga dapat memberikan penonton waktu untuk memahami informasi dan pesan yang disampaikan dari *voiceover*, karena informasi tersebut juga penting dalam menunjukan tujuan dan nilai-nilai dari *brand* Aku Pintar.



Gambar 5.3. *Scene* 4 dan *scene* 5

(Dokumentasi pribadi)

Karakter Ibu yang rendah hati dapat terlihat ketika karakter Ibu yang mau mengajarkan Astrid menulis dan membaca dari Astrid yang belum bisa sama sekali sampai lancar. Terlihat pada *scene* ketika Ibu berdiri di sebelah Astrid dan mengajarkan Astrid menulis dengan perlahan sambil memperhatikan tulisan Astrid, sampai Astrid sudah bisa lancar menulis. Kemudian ketika Astrid belum bisa membaca buku, Ibu berada di belakang Astrid membantu Astrid perlahan-lahan kata demi kata, sampai Astrid sudah bisa membaca buku cerita dengan lancar.

Penerapan tempo pada aspek paralinguistik dapat terdengar karena penulis merancang agar *voice actor* membaca naskah *voiceover* dengan lambat. Penerapan tempo yang lambat juga didukung oleh jeda yang dirancang penulis di setiap kalimat yang diucapkan *voice actor*. Seperti pada kalimat *voiceover* “*Ibu tahu ini bukan perjalanan yang mudah, tetapi ibu ingin mempermudah langkahmu, untuk raih masa depanmu.*”. Hyang (2016), mengatakan kalau kecepatan berbicara yang normal adalah 200-300 kata per menit atau 4-5 kata per detik.

Penulis merancang agar kalimat dibacakan dengan lambat dari awal kalimat sampai akhir, seperti yang dikatakan Kozloff (1989), dalam perekaman *voiceover* tempo, gaya, dan dinamikanya harus konsisten. Penulis ingin *voice actor* membacanya dengan kecepatan dibawah berbicara yang normal, yakni berbicara sekitar 3 kata per detik. Sehingga dengan intonasi yang rendah dan tempo yang lambat, nantinya suara *voiceover* yang akan terdengar adalah suara yang lembut seperti suara karakter Ibu yang sedang berkomunikasi langsung dengan Astrid padahal suara tersebut merupakan *voiceover*.