

Simple for Gen Z and Millennials” yang dijadikan kursus di Vocasia, tempat penulis magang pada saat skripsi ini ditulis.

1.1. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana pengaruh gaya bahasa dan teknik presentasi pada video pembelajaran asuransi dalam kursus “Insurance is Fun and Simple for Gen Z and Millenials”? Selain itu ada juga batasan masalah yang ditetapkan untuk membantu penulis menulis penelitian ini. Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan gaya bahasa informal.
2. Penggunaan grafis, animasi dan *stock* video untuk visualisasi materi pembelajaran.
3. Penggunaan teknik *digital storytelling*.
4. Menganalisis video sesi 2 dari kursus *online* “Insurance is Fun and Simple for Gen Z and Millennials” dengan judul “Mindset yang salah tentang asuransi”.

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari gaya bahasa dan teknik presentasi yang menarik agar dapat menciptakan video pembelajaran yang mudah dipahami oleh peserta kursus “Insurance is Fun and Simple for Gen Z and Millennials”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. MEDIA PEMBELAJARAN

Media pembelajaran merupakan sebuah alat untuk menyalurkan informasi antara guru dan murid (Arsyad, 2011). Maka dari itu, dapat diasumsikan bahwa proses pembelajaran merupakan proses komunikasi. Proses komunikasi ini dapat berlangsung karena adanya media pembelajaran sebagai perantara antara pengajar dan murid. Menurut Mawardi (2017), media pembelajaran berfungsi sebagai sarana bagi pengajar atau guru untuk menyalurkan ilmu dan informasi kepada murid.

Menurut Munadi (2013), media pembelajaran dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Media visual
2. Media audio
3. Media audio-visual
4. Multimedia

Media audio-visual merupakan media yang menggabungkan dua jenis media yaitu media audio dan visual. Dalam media ini, terdapat sesuatu yang bisa dilihat dan sesuatu yang bisa didengar. Contoh media audio-visual yang dapat dijadikan media pembelajaran adalah video.

2.2. VIDEO PEMBELAJARAN

Video merupakan salah satu media yang ideal untuk dijadikan sebagai media pembelajaran karena memiliki durasi yang tidak panjang (Oktaviani, 2019). Berbeda dengan kelas konvensional yang dilaksanakan di luar jaringan atau luring, yang memiliki durasi yang cenderung panjang. Dengan memanfaatkan media video, materi yang disampaikan pada kelas tersebut dapat disalurkan lewat video. Dengan hal ini, murid-murid tidak perlu meluangkan waktu mereka hingga berjam-jam untuk mengikuti kelas konvensional. Oktaviani juga menambahkan, video pembelajaran menjadi media pembelajaran yang praktis dan mudah dipahami oleh murid-murid untuk saat ini.

Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Isnaini et al. (2023), dengan menggunakan video sebagai media pembelajaran, murid-murid dapat lebih cepat paham tentang materi pembelajaran karena menggunakan media audio-visual. Penggunaan video sebagai media pembelajaran juga dapat meningkatkan motivasi dan keinginan belajar para murid-murid (Mulia, 2018). Dengan ini, penulis bisa simpulkan bahwa video sebagai media pembelajaran memiliki banyak kelebihan. Menurut Isnaini et al. (2023), Styowati dan Utami (2022), mereka mengungkapkan bahwa video pembelajaran memiliki banyak kelebihan, yaitu:

1. Materi pembelajaran dalam bentuk video dapat diulang berkali-kali, sehingga bisa diputar kembali kapan saja.
2. Video pembelajaran dapat memberi gambaran tentang topik pembelajaran yang dapat membuat murid lebih paham.
3. Meningkatkan keinginan untuk belajar dan menjadikan murid-murid lebih mandiri.
4. Dapat menyajikan sebuah materi yang sulit menjadi sesuatu yang mudah untuk dipahami lewat video pembelajaran.

Kelebihan-kelebihan tersebut juga mendukung video pembelajaran sebagai media pembelajaran untuk kelas asinkron. Karena video pembelajaran yang bisa diputar ulang dan bisa ditonton kapan saja. Menurut Mulia (2018) dan Rahmawati (2022), video sebagai media pembelajaran memiliki beberapa kekurangan, yaitu:

1. Tidak semua pengajar dan murid paham akan teknologi dan cara untuk mengakses video pembelajaran.
2. Tidak semua pengajar dan murid yang memiliki akses internet.
3. Memerlukan biaya dan waktu tambahan untuk memproduksi video pembelajaran.

2.3. GAYA BAHASA

Menurut Keraf (2007), gaya bahasa merupakan cara seseorang untuk mengungkapkan isi pikirannya dan memperlihatkan jiwa kepribadiannya lewat bahasa. Sinaga (2022) juga mengungkapkan bahwa gaya bahasa mempunyai peran dalam membentuk suasana, kejujuran dan kesopanan. Sedangkan menurut Bell (1984), gaya bahasa adalah bagaimana seseorang berbicara pada situasi tertentu dan lawan bicara tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa, gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa.

Gaya bahasa dapat dibagi menjadi beberapa jenis, menurut Keraf (hlm. 116), gaya bahasa dapat dibagi menjadi 4 jenis, yaitu:

1. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata.
2. Gaya bahasa berdasarkan nada.

3. Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat.
4. Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna.

Pada penelitian ini, penulis akan fokus membahas jenis gaya bahasa yang pertama. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa ini yang mengatur tepat atau tidaknya penggunaan suatu kata dan kesesuaiannya dalam situasi tertentu (Keraf, 2007, hlm. 117). Keraf juga membagi gaya bahasa ini menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Gaya bahasa resmi: gaya bahasa ini biasa digunakan pada kesempatan atau acara yang resmi, seperti pidato, acara sekolah, dan *meeting*. Selain itu, gaya bahasa ini juga menggunakan bahasa baku dan formal agar terkesan professional dan serius.
2. Gaya bahasa tak resmi: gaya bahasa ini digunakan pada acara yang tidak formal atau kurang formal, seperti acara keluarga dan kumpul dengan teman. Pada gaya bahasa ini tidak menggunakan bahasa baku dan formal.
3. Gaya bahasa percakapan: merupakan gaya bahasa yang biasa digunakan untuk percakapan sehari-hari. Gaya bahasa ini bisa menjadi lebih formal dalam konteks tertentu, seperti berbicara dengan orang yang baru dikenal.

2.4. BAHASA INFORMAL

Menurut Pratama (2020), bahasa informal adalah bahasa yang tidak terpacu pada aturan dan dipakai pada kegiatan sehari-hari yang bersifat santai. Bahasa informal biasa digunakan untuk berbicara dengan keluarga atau teman. Struktur dan bentuk kalimat dari bahasa informal dapat berubah dan tidak mengikuti tatanan bahasa formal. Selain itu, kata singkatan juga banyak ditemukan dalam kalimat informal seperti kata “gapapa” yang berasal dari kata “tidak apa-apa”. Pratama juga menambahkan bahwa pemilihan kata dalam bahasa informal bersifat bebas dan tidak dibatasi. Kata-kata yang sering muncul dalam kalimat informal, di antara lain:

1. “Gak” yang berarti “tidak”
2. “Bentar” yang berarti “sebentar”
3. “Udah” yang berarti “sudah”

4. “Emang” yang berarti “memang”
5. “Gitu” yang berarti “begitu”
6. “Lu” yang berarti “kamu”
7. “Gue” yang berarti “aku”
8. “Gimana” yang berarti “bagaimana”
9. “Banget” yang berarti “sangat”
10. “Capek” yang berarti “lelah”

Berdasarkan contoh-contoh kata diatas, bisa disimpulkan bahwa dalam kalimat informal dapat muncul kata singkatan, kata tidak baku, dan kata gaul. Akhmad dan Amiri (2018) juga menambahkan bahwa kata ganti orang pertama dan kedua dapat digunakan dalam bahasa informal. Bahasa informal termasuk dalam gaya bahasa tidak resmi karena dapat dipakai dalam acara yang tidak formal atau kurang formal, sedangkan jika digunakan dalam acara yang resmi dan formal akan terkesan tidak sopan dan tidak professional (Keraf, 2007, hlm. 118). Kebanyakan orang menggunakan bahasa informal saat berbicara dengan keluarga dan teman dekat yang dimana mereka sudah kenal satu dengan yang lain. Ketika berbicara dengan orang yang baru dikenal terutama dengan orang yang lebih tua, tidak disarankan untuk menggunakan bahasa informal.

Jika berbicara dengan orang yang lebih tua, lebih baik menggunakan bahasa formal karena hal tersebut menjadi bagian dari sopan santun (Akhmad & Amiri, 2018, hlm. 101). Tetapi bahasa informal boleh digunakan jika berbicara dengan orang yang lebih muda karena penggunaan bahasa informal juga memiliki kelebihan. Berdasarkan pendapat Pratama, bahasa informal dapat membuat orang merasa nyaman dalam percakapan. Jika seseorang menggunakan bahasa informal, berarti ia sedang berusaha agar lawan bicaranya tidak merasa tertekan dan nyaman untuk melanjutkan percakapan dengannya.

2.5. TEKNIK DIGITAL STORYTELLING

Presentasi merupakan salah satu cara untuk mengungkapkan suatu ide, gagasan, atau pesan secara lisan (Lisnawati & Ertinawati, 2019, hlm. 2). Kegiatan

menyampaikan suatu topik atau informasi kepada orang lain disebut sebagai presentasi, presentasi biasanya digunakan untuk menjelaskan atau menjual (Trimastuti et al., 2021, hlm. 130). Selain itu, presentasi juga digunakan dalam kegiatan pembelajaran seperti menyampaikan materi pembelajaran. Untuk menyampaikan suatu informasi dalam presentasi terdapat banyak cara atau teknik, salah satunya adalah dengan bercerita.

Bercerita merupakan salah satu cara bagi seseorang untuk menyampaikan suatu pesan atau berbagi cerita. Dalam konteks video pembelajaran *online*, teknik bercerita beralih menjadi *digital storytelling*. Jika diartikan dalam bahasa Indonesia, *digital storytelling* adalah bercerita secara digital atau *online*. Menurut Robin (2006), *digital storytelling* menggabungkan berbagai macam media digital seperti gambar, audio, dan video untuk menyampaikan sebuah cerita. *Digital storytelling* merupakan sebuah cara untuk bercerita melalui platform digital (Kabaran & Duman, 2021). Berdasarkan pendapat ahli diatas, *digital storytelling* merupakan salah satu teknik presentasi karena bertujuan untuk menyampaikan cerita/informasi tertentu kepada orang lain.

Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa *digital storytelling* merupakan bercerita pada platform digital dengan memanfaatkan media seperti gambar, audio, dan video. Penggunaan gambar dan video dapat memperjelas suatu cerita yang sedang dibahas sebagai visualisasi. *Digital storytelling* biasanya berada dalam sebuah media seperti video. video yang mengandung *digital storytelling* dapat ditemukan di platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Youtube. Dalam platform-platform tersebut banyak *content creator* yang bercerita tentang berbagai hal, seperti pengalaman hidup dan konten edukasi.

Dalam *digital storytelling* terdapat *digital stories* atau cerita yang ingin disampaikan. Robin membagi *digital stories* menjadi tiga jenis (hlm. 710-711), yaitu:

1. *Personal narratives*

Personal narratives merupakan salah satu *digital stories* yang populer, *digital stories* ini dapat menceritakan tentang pengalaman hidup atau kondisi seseorang. Contohnya seperti “perjalanan hidup Warren Buffet hingga sukses”.

2. *Stories that Examine Historical Events*

Digital stories ini menceritakan tentang sejarah atau kejadian di masa lalu. Cerita ini juga dapat digunakan dalam pembelajaran terutama pelajaran sejarah. Contoh dari *digital stories* ini adalah “sejarah kemerdekaan Indonesia”, yang dapat membahas bagaimana kondisi Indonesia sebelum merdeka.

3. *Stories that Inform or Instruct*

Digital stories ini dapat digunakan untuk pembelajaran atau menyampaikan sebuah informasi. Contoh dari *digital stories* ini dapat ditemukan di video edukasi atau video pembelajaran.

Dalam konteks video pembelajaran, Kabaran dan Duman menyarankan pengajar untuk menggunakan *digital storytelling* dalam pembelajaran. Hal ini terjadi karena penggunaan *digital storytelling* yang dapat membuat pengalaman belajar lebih mudah untuk diikuti para murid.

2.6. STOCK VIDEO FOOTAGE

Menurut Mungler (1999), *stock video footage* atau biasa disebut *stock video* merupakan sebuah video jadi yang sudah direkam oleh orang lain. Video ini bisa digunakan oleh semua orang dengan bebas secara gratis, tetapi ada beberapa *stock video* yang berlisensi. *Stock video* sangat menguntungkan bagi seseorang yang tidak memiliki video untuk sebuah *content*. *Stock video* bisa mencakup berbagai macam hal, seperti pemandangan alam, kegiatan sehari-hari, dan lain-lain. Menurut Keast (2023), para *content creator* tidak perlu memiliki video *footage* sendiri karena bisa menggunakan *stock video*.

Dalam konteks video pembelajaran, sang pengajar bisa menggunakan *stock video* dalam video pembelajarannya. Contohnya, ketika sang pengajar ingin

menjelaskan materi tentang hewan, ia tidak perlu merekam hewan yang menjadi topik pembelajarannya. Sang pengajar bisa mencari *stock video* hewan yang gratis maupun berlisensi untuk digunakan dalam video pembelajarannya. Dengan ini, video pembelajaran bisa menjadi lebih menarik bagi para murid. Selain itu, para murid dapat lebih paham akan materi tersebut, dibandingkan jika sang pengajar hanya menggunakan metode ceramah sepanjang video pembelajaran.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data berupa studi pustaka dan analisis konten. Menurut Abdussamad (2021), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus untuk menjelaskan suatu objek atau kasus tertentu (hlm. 25). Objek yang akan diteliti pada penelitian ini adalah sebuah video pembelajaran tentang asuransi. Video pembelajaran tersebut berada dalam kursus “Insurance is Fun and Simple for Gen Z and Millennials” yang ada di Vocasia.

Penulis akan mencari jurnal dan artikel yang relevan dengan video pembelajaran dan pembelajaran asinkron. Selain itu, Penulis akan melakukan analisis terhadap gaya bahasa dan teknik presentasi yang digunakan. Penulis juga akan menonton video pembelajaran “Mindset yang salah tentang asuransi” untuk beberapa kali. Dengan ini, penulis dapat memiliki pemahaman yang kuat terhadap pengaruh gaya bahasa dan teknik presentasi yang dapat menciptakan video pembelajaran yang menarik.

4. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Penulis akan menganalisis sebuah video pembelajaran tentang asuransi, video tersebut berada dalam kursus *online* yang dapat dibeli di Vocasia. Dalam kursus tersebut terdapat 8 sesi/video, yang masing-masing sesi membahas tentang topik yang berbeda. Pada penelitian ini penulis akan fokus menganalisis sesi 2 dari kursus *online* “Insurance is Fun and Simple for Gen Z and Millennials”. Judul dari sesi tersebut adalah “Mindset yang salah tentang asuransi”.