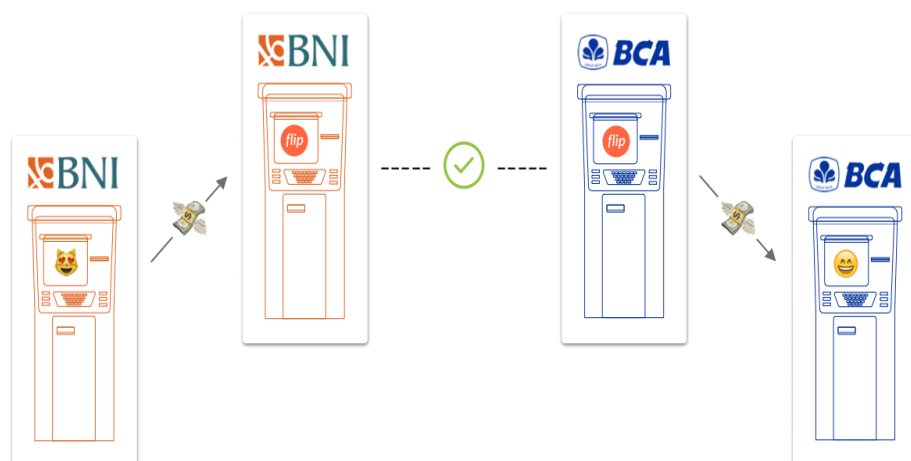


BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Aplikasi Flip.id

Flip.id adalah aplikasi keuangan berbasis android yang menjembatani transaksi antarbank tanpa biaya administrasi. Aplikasi Flip.id dikembangkan oleh PT. Fliptech Lentera Inspirasi Pertiwi yang didirikan tiga orang alumni Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia (UI) yaitu Rafi Putra Arriyan, Luqman Sungkar, dan Ginanjar Ibnu Solikhin. Aplikasi flip memiliki tujuan yang lebih besar yaitu membantu masyarakat untuk mencapai layanan *financial* yang dicita-citakan. Hal ini dilakukan karena flip mempunyai prinsip “*fairness*” (adil) yaitu “jika kita ingin orang lain bersikap adil ke kita, kita juga harus bersikap adil ke orang lain”. Oleh sebab itu, flip tidak ingin mendapat manfaat sendiri dengan aplikasi yang mereka buat tetapi flip ingin semua orang mendapatkan manfaat yang sama.



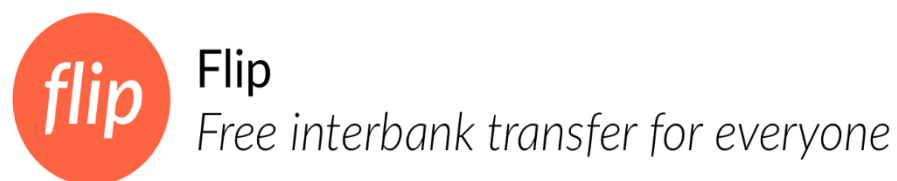
Gambar 4. 1 Alur Transaksi Transfer Melalui Flip

Sumber : flip.id

Dari gambar diatas terlihat bahwa pengguna flip akan mentransferkan uangnya ke rekening yang dituju yaitu bank BCA. Kemudian agar pengguna tidak dikenakan biaya administrasi maka Flip memberikan jasa kepada pengguna untuk mentransfer ke rekening Flip terlebih dahulu (bank yang sama yaitu BNI). Setelah itu, Flip akan transfer ke rekening tujuan pengguna yaitu rekening BCA. Jadi flip hanya sebagai perantara untuk menghilangkan biaya administrasi transfer uang beda bank. Sebenarnya yang terjadi pengguna tetap mentransfer uang tetapi tidak langsung menuju ke rekening tujuan melainkan ke rekening flip yang sesuai dengan bank pengguna miliki.

Flip memiliki logo berwarna gradasi *orange* dan putih sebagai *brand Identity*, hal ini dilakukan karena Flip memposisikan sebagai partner dari banyak bank. Selain itu warna *orange* yang dibawa flip menunjukkan semangat dan kebaruan, sedangkan warna putih digunakan ketika menyampaikan informasi seputar dunia keuangan. Selain itu Flip juga memiliki banyak produk diantaranya adalah kirim uang, *e-wallet*, produk digital, flip *globe* dan flip *for business*.

Gambar 4. 2 Logo Flip



Sumber : Flip.id

4.1.2 Sinopsis Iklan Flip

Iklan Flip versi “Ada Flip Buat Semua Transaksimu” merupakan salah satu iklan produk *E-Wallet* yang tayang di televisi dan youtube pada tahun 2021. Iklan ini berdurasi 60 detik yang berisi tentang solusi atas masalah yang sering dialami oleh masyarakat dan dapat diatasi oleh Flip.

Iklan ini tidak menampilkan *brand ambassador* yang menjadi model dalam produk mereka, akan tetapi banyak tokoh yang diperankan. Tokoh tersebut diantaranya adalah satu orang lelaki yang berperan sebagai pemberi solusi dari semua masalah, seorang lelaki mirip *debt collector*, tiga remaja pria yang sedang melakukan hobinya yaitu bermain sepeda BMX, dua Wanita kembar, seorang pria berlogat Indonesia Timur, seorang pelajar, seorang Wanita dengan berbusana ala negara Jepang, dan seorang nenek.

Pada iklan ini diceritakan para tokoh menanyakan semua keresahan yang dialaminya yang berhubungan dengan finansial. Kemudian akan dijawab oleh tokoh berkacamata yang berperan sebagai pemberi solusi dan tokoh lainnya melakukan aktifitas sesuai penampilan dan karakternya. Selain itu, latar tempat yang digunakan dalam iklan ini berbeda-beda sesuai karakter para tokoh. Flip memiliki iklan dengan banyak versi dari tahun 2021 hingga 2022, satu iklan terakhir yang baru diirilis pada tahun 2022 adalah versi “Ramadan Penuh Berkat”. Versi ini dibuat bersamaan dengan *event* Ramadhan. Versi “Ramadan Penuh Berkat” berdurasi sekitar satu menit sedangkan iklan versi “Ada Flip Buat Semua Transaksimu” berdurasi satu menit dua puluh tiga detik. Selain durasi yang membedakan dua versi iklan tersebut adalah jalan cerita dan isi iklannya. Sama-Sama menampilkan dan merepresentasikan manusia modern tetapi untuk versi “Ramadan Penuh Berkat” tidak lengkap merepresentasikannya, selain itu tidak banyak fitur Flip yang diperkenalkan dalam iklan ini. Berbeda dengan versi “Ada Flip Buat Semua Transaksimu” yang lengkap dan detail dijelaskan.

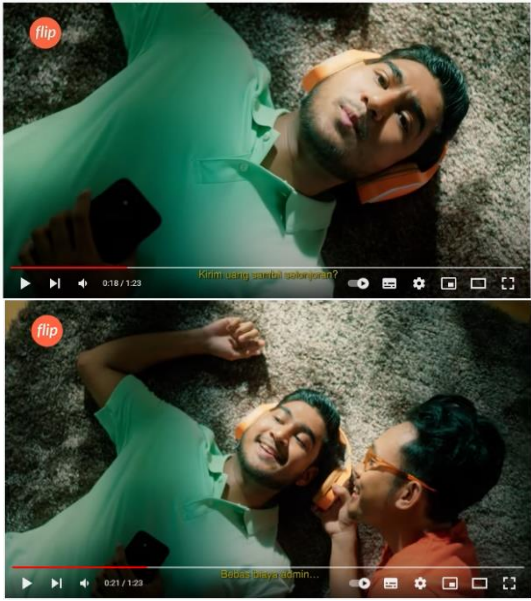
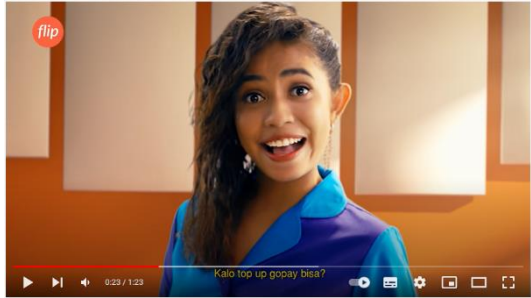
4.1.3 *Storyboard* Iklan Flip

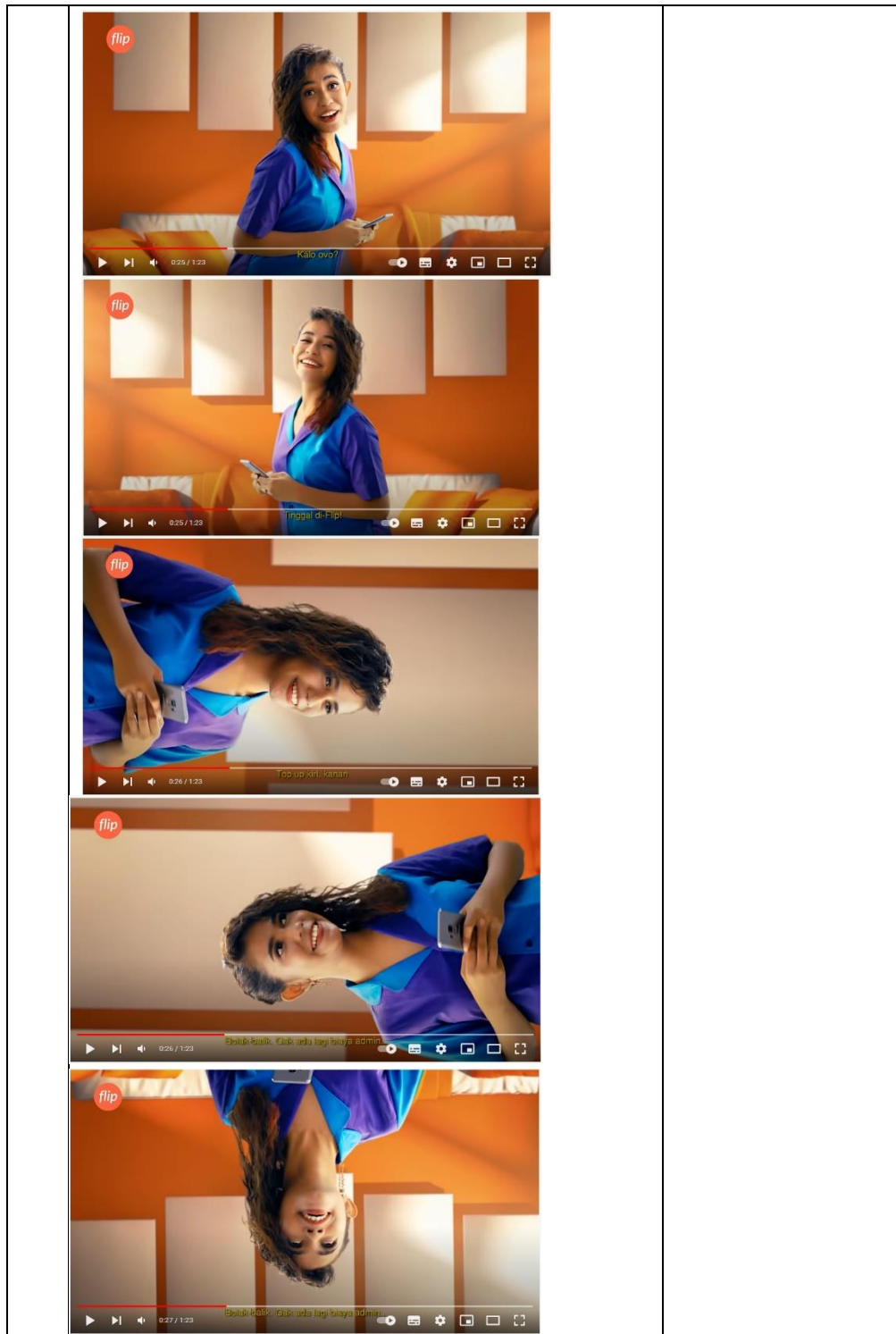
Berikut rangkaian *storyboard* pada iklan Flip versi “Ada Flip Buat Semua Transaksimu” :

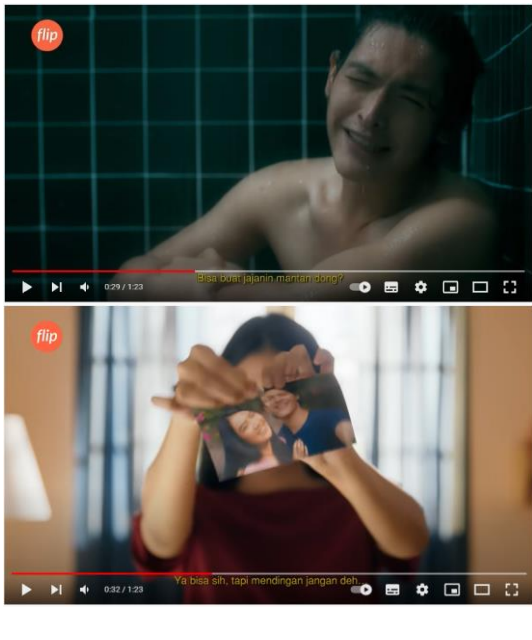

Table 4. 1 *Storyboard Iklan Flip*

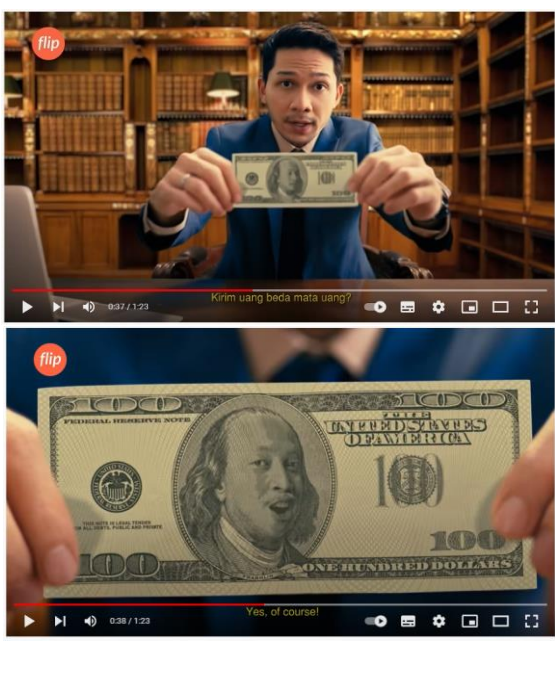
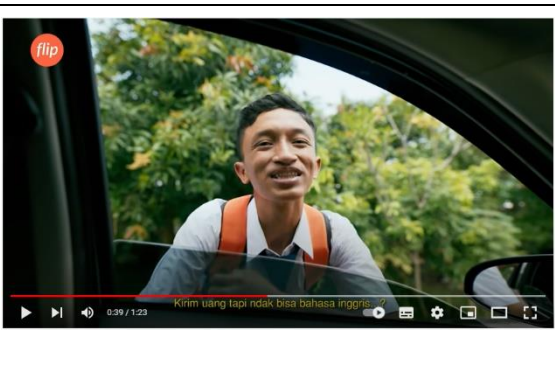
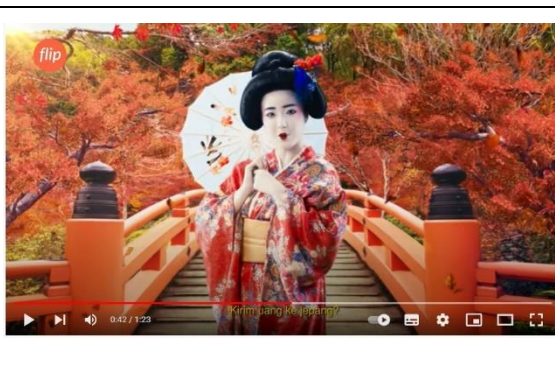
No	Video	Audio
1.		<p>SFX: Suara deburan ombak</p> <p>MVO: “Bisa kirim uangnya sekarang juga?”</p> <p>“Bisa pake Flip”</p>
2.		<p>Music: gendang bergembira</p> <p>MVO : “Bisa kirim uang beda bank ??”</p> <p>“Bisa dong bang,tanpa ada lagi biaya admin diantara kita”</p>

3.		<p>Music:gendang bergembira SFX : alunan horror FVO: “Kirim uang sesama bank ?” MVO: “Ya bisa lah..”</p>
4.		<p>Music: gendang bergembira dan saxophone semangat MVO: “Kirim uang buat orangtua di rumah ?” “Bisa !” “Sekarang kirim uang su gampang !”</p>

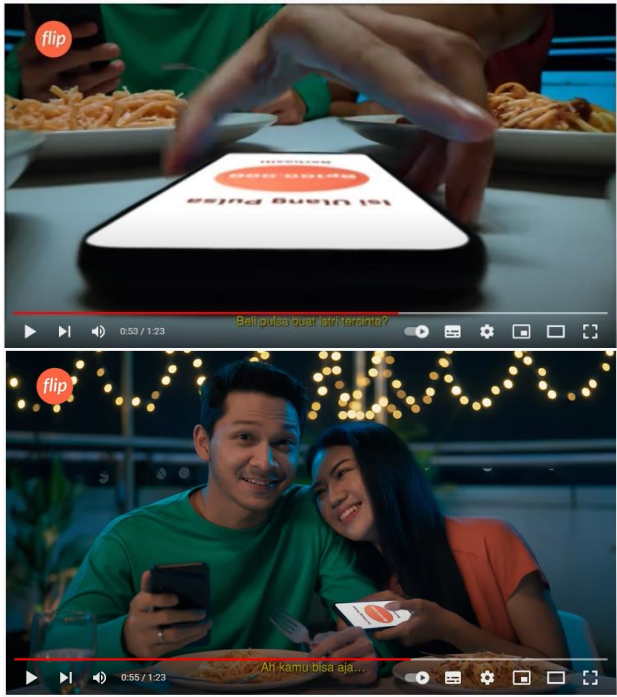
5.		<p>Music:Saxophone semangat</p> <p>SFX : Suara berbisik</p> <p>MVO: “Kirim uang sambil selonjoran ?”</p> <p>“Bebas biaya admin..”</p>
6.		<p>Music: gendang bergembira dan saxophone semangat</p> <p>FVO: ”Kalo top up gopay bisa ?”</p> <p>“Kalo ovo ?”</p> <p>MVO: ”Bisa dong.” ”Tinggal di-Flip! Top up kiri, kanan, bolak-balik. Gak ada lagi biaya admin”</p>

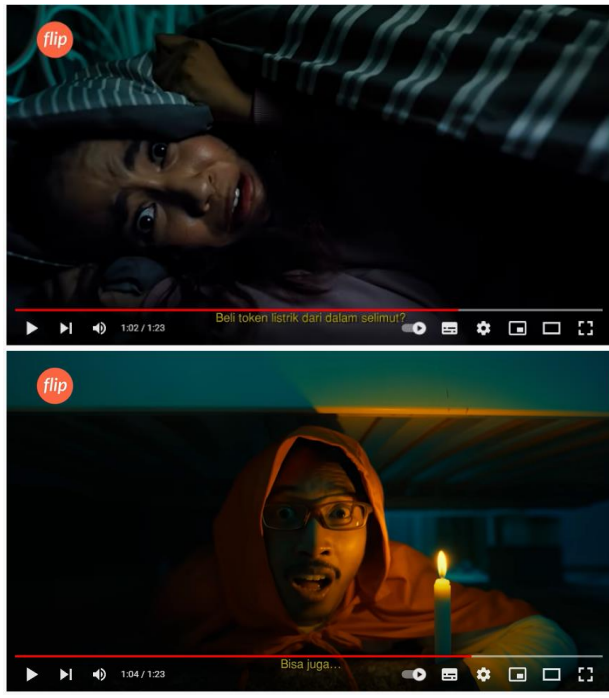
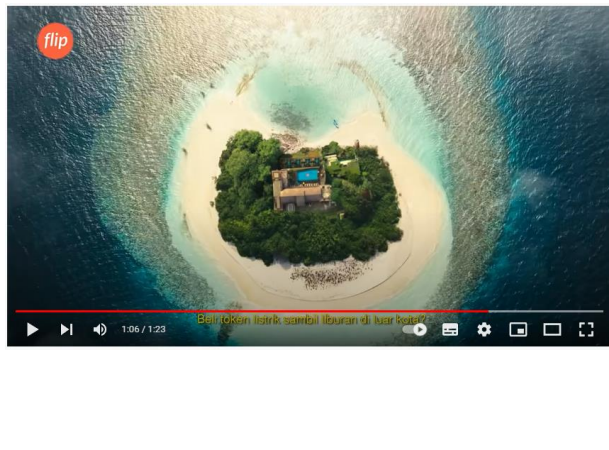




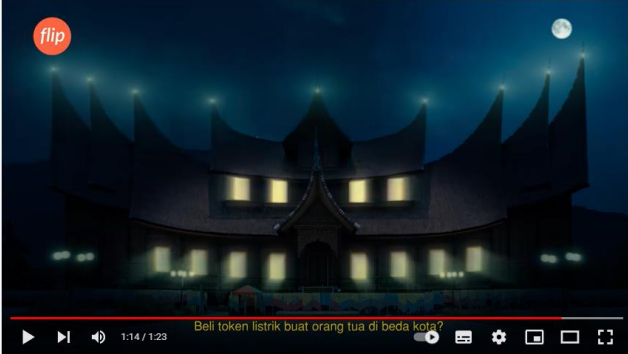
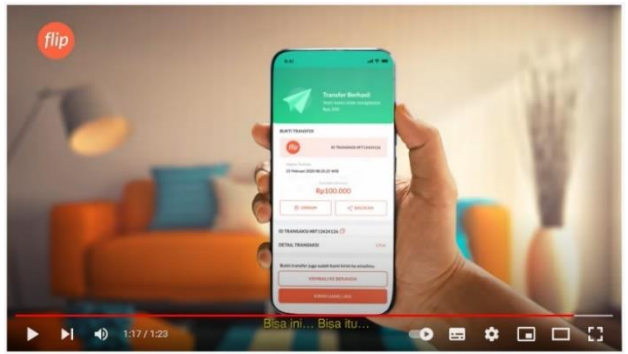
7.		<p>Music: Saxophone semangat</p> <p>SFX: air shower dan merobek kertas</p> <p>MVO: "Bisa buat jajanan mantan dong??"</p> <p>"Ya bisa sih, tapi mendingan jangan deh.."</p>
8.		<p>Music: gendang bergembira</p> <p>SFX: pesawat terbang</p> <p>MVO: "Kirim uang ke luar negeri?"</p> <p>"Bisa dong!"</p>

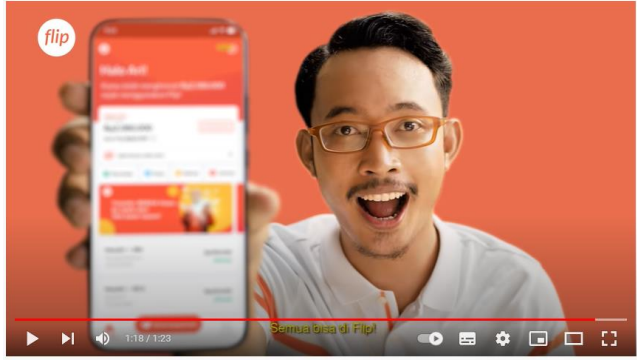
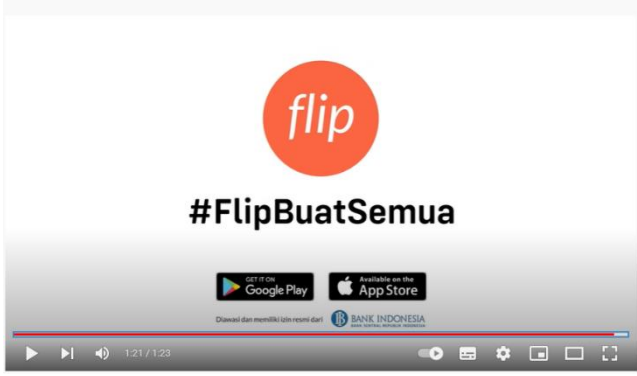
9.		<p>Music:Saxophone semangat</p> <p>SFX: music mengagetkan</p> <p>MVO: “Kirim uang beda mata uang ?”</p> <p>“Yes of course!”</p>
10.		<p>Music: gendang bergembira</p> <p>MVO: ”Kirim uang tapi ndak bisa bahasa Inggris?”</p> <p>“Can..”</p>
11.		<p>Music: gendang bergembira</p> <p>SFX: Logat bahasa Jepang</p> <p>FVO: “Kirim uang ke Jepang?”</p> <p>MVO:”HAIK!”</p>

12.		<p>Music: gendang bergembira MVO: "Kirim uang buat oppa?" "Ne.."</p>
13.		<p>Music : gendang bergembira FVO: "Kirim uang buat oma?" MVO:"Bisa dong,Nek!"</p>
14.		<p>Music : gendang bergembira SFX: suara bergema MVO: "Beli pulsa?" "Beli pulsa hape kedua? Ketiga? Keempat? Kelima?"</p>

15.		<p>Music: gendang bergembira MVO: "Beli pulsa buat istri tercinta?" FVO: "Ah kamu bisa aja.."</p>
16.		<p>Music: gendang bergembira SFX: Suara menyalakan korek, suara horror FVO: "Beli token listrik?" MVO: "Bisa"</p>

17.		<p>Music:saxophone semangat</p> <p>SFX: suara teriak perempuan</p> <p>FVO:”Beli token listrik dalam selimut?”</p> <p>MVO:”Bisa juga..”</p>
18.		<p>Music: gendang bergembira</p> <p>SFX:Kicauan burung</p> <p>MVO:”Beli token listrik sambil liburan di luar kota?”</p> <p>“Bisa banget!”</p>
19.		<p>Music:gendang bergembira dan saxophone semangat</p> <p>SFX:Suara mengagetkan (transisi dari lampu mati</p>

		<p>hingga lampu menyala) MVO:”Beli token listrik tetangga?” “Bisa aja sih!” “Makasih ya!”</p>
20.		<p>Music: Saxophone bergembira MVO:”Sambil jungkir balik? ” “Bisa..Bisa..”</p>
21.		<p>Music: gendang bergembira SFX: Music ngezoom MVO:”Beli token listrik buat orang tua di beda kota ? “Bisa dong!”</p>
22.		<p>Music : drum Announcer: “Bisa ini.. Bisa itu..” MVO:”Semua bisa di Flip!”</p>

	 A man with glasses and a white shirt is smiling and holding up a smartphone. The phone screen shows the Flip app interface with a red header and various menu items. The video player controls at the bottom show a progress bar at 1:18 / 1:23 and the text "Semua Bisa di Flip".	
23.	 The image shows the Flip app logo, which is a red circle with the word "flip" in white lowercase letters. Below the logo is the hashtag "#FlipBuatSemua" in bold black text. At the bottom, there are buttons for "GET IT ON Google Play" and "Available on the App Store". The video player controls at the bottom show a progress bar at 1:21 / 1:23 and the text "Ditawar dan dimiliki oleh rekan dari BANK INDONESIA".	Music: gendang bergembira berhenti SFX: suara highlight

4.2 Hasil Penelitian


4.2.1 Makna iklan Flip berdasarkan sign, object, dan interpretant

Pada bagian ini berisi hasil penelitian berupa data dan fakta yang telah ditemukan secara langsung, serta disesuaikan dengan teori yang digunakan dan memaparkan hasil dari wawancara tentang representasi manusia modern pada iklan flip versi “Ada Flip Buat Semua Transaksimu”. Penentuan *scene* iklan yang dianalisis berdasarkan teori manusia modern oleh Alex Inkeles. Manusia modern adalah manusia yang dapat menyerap nilai dan pranata sosial modern. Faktor yang bertanggungjawab dalam pembentukan manusia modern adalah pendidikan. Menurut Inkeles, manusia modern akan memiliki berbagai karakteristik pokok sebagai berikut (Suwarsono & Y.So, 2013) :

1. Terbuka terhadap pengalaman baru
2. Manusia modern memiliki sikap untuk semakin independen terhadap bentuk otoritas tradisional, seperti orang tua dan raja
3. Manusia modern percaya terhadap ilmu pengetahuan
4. Manusia modern memiliki rencana jangka panjang
5. Manusia modern memiliki orientasi mobilitas dan ambisi hidup yang tinggi.
6. Manusia modern juga aktif terlibat dalam percaturan politik.


Berdasarkan kriteria diatas terdapat 17 *scene* yang sesuai untuk dianalisis, unsur *Sign*, *Object* dan *Interpretant* yang merupakan model dari semiotika Charles Sanders Peirce. *Sign* berfungsi sebagai tanda, *Object* sesuatu yang merujuk pada tanda, dan *Interpretant* bukan penafsir tanda melainkan merujuk pada makna dari tanda. Model dari semiotika Charles Sanders Peirce disebut model triadic atau sering dikenal sebagai teori segitiga makna “*triangle meaning*”.

Table 4. 2 Analisis Scene berdasarkan *Sign*, *Object* dan *Interpretant*

	<i>Scene</i>	1
	Waktu Potong Gambar	00:00
	<i>Sign</i>	
	<i>Object</i>	<i>Debt collector</i> (penagih hutang)
	<i>Interpretant</i>	<i>Debt collector</i> melambangkan seseorang yang tegas dan garang dalam menagih hutang.

Scene iklan diatas menampilkan suasana ketika seorang *debt collector* menagih hutang dan meminta kirim uangnya sekarang juga. Gambar ini menyiratkan makna bahwa berubahnya solidaritas social pada masyarakat tradisional yaitu ketika ditagih hutang tidak perlu *cash* akan tetapi dapat ditransfer menggunakan Flip. Hal ini terjadi perubahan metode pembayaran dari tradisional menjadi modern yang merupakan ciri dari modernisasi dan mengandung karakteristik manusia modern yaitu terbuka terhadap pengalaman baru, kemudian berorientasi dalam jangka panjang.

	<i>Scene</i>	2
	Waktu Potong Gambar	00:05


<i>Sign</i>	
<i>Object</i>	Tiga orang pria menggunakan sepeda BMX
<i>Interpretant</i>	Pria pada gambar diatas melambangkan kehidupan di masa modern yaitu menjalankan hobinya dengan bersepeda.

Scene iklan diatas menampilkan tiga orang pria yang menggunakan sepeda BMX seperti perkumpulan atau komunitas sepeda BMX. Pada zaman modern, sepeda tidak hanya sekedar untuk alat transportasi saja tetapi memiliki nilai lebih seperti gengsi, hobi sampai gaya hidup. Selain itu bersepeda juga ada komunitasnya dimana masing-masing anggota dapat menyadari potensi diri yang mereka punya dan mau mengembangkannya. Selain itu pria berkacamata menjawab pertanyaan dengan tangan menyilang diatas dada melambangkan sebuah keakraban dan keyakninan. Karakteristik manusia modern yang tersirat dalam *scene* ini adalah menghormati hak orang lain dan memiliki ambisi hidup yang tinggi.

<i>Scene</i>	3
Waktu Potong Gambar	00:11


	<i>Sign</i>	
	<i>Object</i>	Dua orang ”hantu” perempuan kembar
	<i>Interpretant</i>	Perempuan pada gambar diatas melambangkan identitas kembar yaitu memakai baju yang sama dan wajahnya mirip.

Karakteristik manusia modern dalam *scene* ini adalah individu yang memiliki pilihan personal yang kuat, pada gambar diatas dicerminkan bahwa anak kembar mempunyai identitas. Kaitannya dengan iklan Flip adalah narasi teks iklan yang sesuai dengan gambar yaitu “kirim uang sesama bank”. Melambangkan “sesama” seperti identitas anak kembar yaitu “sama”.

	<i>Scene</i>	4
	Waktu Potong Gambar	00:15
	<i>Sign</i>	

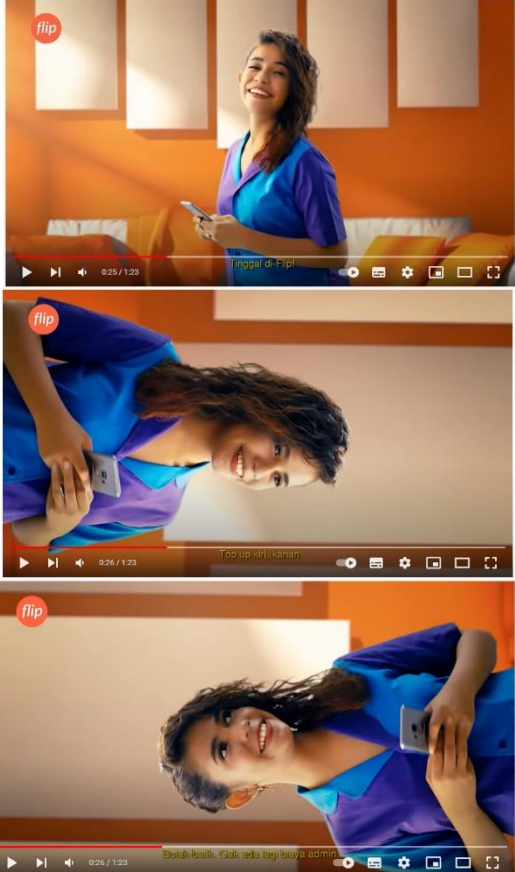
	<i>Sign</i>	
	<i>Object</i>	Seorang pria dengan logat Indonesia Timur.
	<i>Interpretant</i>	Indonesia Timur melambangkan tempat yang jauh dari ibukota atau Indonesia bagian Timur.


Seorang pria Indonesia Timur yang menggunakan logatnya “Sekarang kirim uang su gampang!” melambangkan sebuah kemudahan dalam mengirim uang. Indonesia Timur melambangkan tempat yang jauh dari ibukota dan khususnya Papua adalah provinsi yang memiliki area hutan lindung terluas di Indonesia. Hal ini didukung dengan visual yang terdapat dalam *scene* ini yaitu dedaunan atau bunga yang mengelilingi pria tersebut. Salah satu karakteristik manusia modern adalah keterbukaan terhadap pengalaman atau ide baru, dalam hal ini sebuah aplikasi yang dibuat untuk mengirim uang lebih mudah.

	<i>Scene</i>	5
	Waktu Potong Gambar	00:18
	<i>Sign</i>	
	<i>Object</i>	Seorang pria yang sedang santai sambil selonjoran


	<i>Interpretant</i>	Dengan selanjoran seorang pria dapat dengan mudah melakukan kirim uang.
--	---------------------	---

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa pola hidup manusia mengalami perubahan seiring perkembangan zaman. Kehidupan yang semakin modern membawa manusia pada pola perilaku yang unik, seperti gambar diatas pola hidup bermalas-malasan dan mandiri, mandiri berarti tidak perlu orang lain hanya mengandalkan sebuah *gadget*. Ciri manusia modern salah satunya adalah berorientasi ke masa sekarang dan masa depan. Kaitannya dengan iklan Flip adalah kemudahan dalam transfer uang, sambil selanjoran dan tidak perlu pergi ke Bank.

	<i>Scene</i>	6
	Waktu Potong Gambar	00:23
	<i>Sign</i>	


		
	<i>Object</i>	Memutar scene iklan 360°
	<i>Interpretant</i>	Memutar objek melambangkan bahwa bolak-balik kirim uang atau top up <i>e-wallet</i> tidak dikenakan biaya admin

Dalam *scene* ini transisi yang digunakan bolak-balik atau diputar ke kanan, kiri, atas dan bawah, bermakna bahwa aplikasi Flip sangat efisien karena dapat bolak-balik kirim uang ke Bank tujuan hanya satu kali transaksi dan tidak dikenakan biaya admin. Hal ini terkandung karakteristik manusia modern yaitu memiliki rencana jangka panjang.

	<i>Scene</i>	7
	Waktu Potong Gambar	00:34
	<i>Sign</i>	
	<i>Object</i>	Seorang <i>businessman</i> yang ingin berangkat dinas
	<i>Interpretant</i>	Seorang <i>businessman</i> dilambangkan dengan setelan jas rapi dan berpergian dengan pesawat.

Gambar diatas mempresentasikan narasi iklan yang sesuai dengan *scene*, seorang *businessman* melambangkan ingin berpergian ke luar negeri menggunakan setelan jas rapi berkata “kirim uang ke luar negeri?”. Hal ini berhubungan dengan ciri manusia modern yaitu

memiliki orientasi mobilitas dan ambisi hidup yang tinggi. Contohnya bisa kirim uang ke luar negeri dengan mudah dan aman dengan Flip, berbeda dengan sebelumnya apabila ingin kirim uang ke luar negeri harus menggunakan Bank Internasional. Dan pesawat dalam *scene* tersebut melambangkan sebuah mobilitas yang ada dizaman ini.


<i>Scene</i>	8
Waktu Potong Gambar	00:37
<i>Sign</i>	
<i>Object</i>	Seorang <i>businessman</i> yang kaya raya
<i>Interpretant</i>	Seorang <i>businessman</i> yang memperlihatkan mata uang asing negara <i>United States of America</i>

Seorang *businessman* memperlihatkan mata uang asing, menggambarkan ciri *businessman* yang menjalankan perusahaannya di banyak negara atau memiliki kolega asing yang memerlukan transaksi dengan mata uang berbeda. Oleh sebab itu, mereka memerlukan mata uang asing. Dalam *scene* ini karakteristik manusia modern yang terkandung adalah memiliki rencana jangka panjang.

<i>Scene</i>	9
Waktu Potong Gambar	00:39


<i>Sign</i>	
<i>Object</i>	Seorang pria pelajar Sekolah Menengah Pertama
<i>Interpretant</i>	Pakaian biru putih melambangkan jenjang pendidikan Sekolah Menengah Pertama

Pelajar pria melambangkan seseorang yang masih SMP tetapi tidak dapat bahasa Inggris, hal ini berkaitan dengan karakteristik manusia modern yang ingin terus belajar dan mengikuti perubahan zaman untuk orientasi ke masa depan.

<i>Scene</i>	10
Waktu Potong Gambar	00:42
<i>Sign</i>	
<i>Object</i>	Seorang wanita menggunakan Kimono
<i>Interpretant</i>	Kimono melambangkan pakaian tradisional Jepang


Pakaian Kimono yang dipakai oleh seorang wanita melambangkan budaya tradisional Jepang yang berarti walaupun berbeda budaya tetapi

masih bisa melakukan interaksi yaitu seperti kirim uang ke Jepang. Hal ini juga merupakan ciri manusia modern yaitu menghargai ilmu pengetahuan (budaya Jepang)

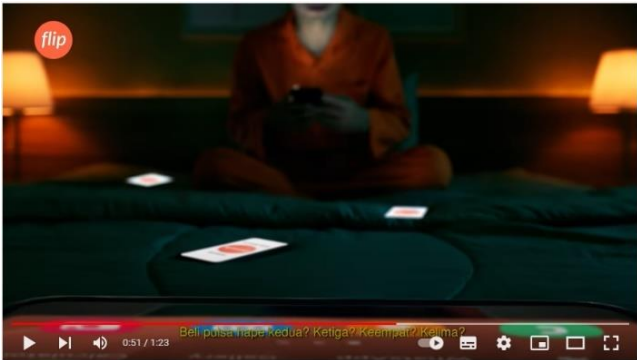
<i>Scene</i>	11
Waktu Potong Gambar	00:44
<i>Sign</i>	
<i>Object</i>	Seorang pria Korea berdandan seperti Oppa
<i>Interpretant</i>	Oppa merupakan panggilan oleh perempuan untuk kakak atau laki-laki yang usianya lebih tua darinya. Akan tetapi saat ini mengalami pergeseran makna menjadi panggilan sayang dari seorang perempuan kepada pria yang sedang dekat dengannya.

Seorang laki-laki dewasa yang biasa disebut Oppa di Korea melambangkan sikap manusia modern yang *up to date* menerima hal baru dan terbuka untuk perubahan. Seperti kita ketahui saat ini budaya K-Pop sedang digemari oleh masyarakat Indonesia dari music, pakaian, make-up hingga drama Korea.

<i>Scene</i>	12
Waktu Potong Gambar	00:46

	<i>Sign</i>	
	<i>Object</i>	Seorang nenek sedang merajut
	<i>Interpretant</i>	Hobi seorang nenek pada zaman dahulu adalah merajut.

Seorang nenek pada zaman dahulu memiliki hobi merajut, yang dimana hobi ini telah menempel di benak masyarakat dan menjadi identitas nenek-nenek. Hal ini melambangkan ciri manusia modern yaitu menghormati hak kewajiban orang lain dan menerima perubahan baru.


	<i>Scene</i>	13
	Waktu Potong Gambar	00:51
	<i>Sign</i>	
	<i>Object</i>	Seorang pria yang mempunyai banyak handphone

	<i>Interpretant</i>	Handphone yang menyala banyak melambangkan seseorang menggunakan handphoneya untuk berbagai macam keperluan.
--	---------------------	--

Seorang pria yang menggunakan handphone lebih dari satu melambangkan kehidupan modernisasi yaitu mempunyai banyak kepentingan dan semua perubahan dalam hidupnya dari yang tradisional menjadi modern. Handphone melambangkan alat komunikasi yang dapat digunakan sebagai penyimpanan data, pengoperasian aplikasi yang mendukung pekerjaan, mengakses internet hingga sebagai hiburan. Di zaman modern saat ini handphone sangat berguna bagi kehidupan, maka dengan adanya handphone terkandung karakteristik manusia modern yaitu memiliki sikap yang semakin independen.


	<i>Scene</i>	14
	Waktu Potong Gambar	00:56
	<i>Sign</i>	
	<i>Object</i>	Seorang wanita mengalami mati lampu
	<i>Interpretant</i>	Menyalakan korek api melambangkan sedang mati lampu, tidak ada cahaya. Apabila korek api dinyalakan akan memudahkan untuk melihat sekitar dengan cahaya dari api.

Perubahan zaman juga berpengaruh kepada penggunaan listrik, yang sebelumnya menggunakan listrik pascabayar sekarang menggunakan listrik Prabayar. Hal ini dilambangkan oleh seorang wanita yang kehabisan daya listrik dan ruangnya menjadi gelap. Berkaitan dengan sikap manusia modern yaitu percaya terhadap ilmu pengetahuan, Ilmu Pengetahuan yang dimaksud adalah listrik Prabayar. Apabila listrik Prabayar sudah dibeli kemudian dipasang di alat meteran listriknya maka dapat mencerahkan ruangnya kembali.

	<i>Scene</i>	15
	Waktu Potong Gambar	01:06
	<i>Sign</i>	
	<i>Object</i>	Tempat wisata yang berbeda-beda
	<i>Interpretant</i>	Tempat wisata yang berbeda-beda melambangkan seseorang yang liburan di banyak tempat yang berada di luar kota.

Seorang pria yang sedang liburan dilambangkan dengan tempat yang berbeda-beda, kemudian dimudahkan oleh aplikasi Flip yang dapat mengisi token listrik sambil liburan diluar kota. Ciri manusia modern pada *scene* iklan diatas adalah lebih berorientasi pada masa kini yaitu dimudahkan oleh teknologi digital yaitu Flip.

	<i>Scene</i>	16
--	--------------	----

	Waktu Potong Gambar	01:09
	<i>Sign</i>	
	<i>Object</i>	Seorang pria yang mengalami mati lampu di area kompleks
	<i>Interpretant</i>	Lampu kompleksnya yang mati melambangkan sedang mati lampu, cahaya hanya berasal dari kecerahan layar ponsel.

Seorang pria yang membelikan token listrik untuk tetangganya di area kompleks mencirikan manusia modern yaitu memiliki kepekaan terhadap masalah-masalah di sekitarnya dan memiliki sikap independen. Tanpa bantuan orang lain pria tersebut dapat membelikan listrik tetangganya, hanya dengan menggunakan ponselnya.

	<i>Scene</i>	17
	Waktu Potong Gambar	01:14
	<i>Sign</i>	

	<i>Object</i>	Rumah adat Sumatera Barat terlihat gelap
	<i>Interpretant</i>	Rumah adat Sumatera Barat yaitu Rumah Gadang terlihat gelap.

Rumah Gadang merupakan rumah adat Sumatera Barat yang melambangkan luar kota Jakarta (beda kota). Rumah Gadang tersebut gelap yang berarti mati lampu tetapi dapat dibelikan tokennya dari luar kota menggunakan Flip. Hal ini merupakan karakteristik manusia modern yaitu orientasi terhadap masa depan yang berarti akan mengalami perubahan untuk kedepannya.

4.2.2 Representasi manusia modern pada iklan Flip

Iklan Flip mengangkat manusia modern sebagai ide ceritanya memiliki maksud dan tujuan tertentu. Banyak tahapan yang dilalui sebelum tercetusnya sebuah ide cerita. Pengalaman, kebiasaan bahkan tingkah laku masyarakat di lingkungan sekitarnya yang menjadi inspirasi sebuah ide cerita. Visual yang ditampilkan berkaitan dengan ide ceritanya yaitu manusia modern. Menurut beberapa narasumber mengungkapkan bahwa terdapat konsep manusia modern dalam iklan Flip. Aryadi Budiman sebagai videografer menjelaskan adanya aspek kehidupan manusia modern dalam iklan Flip

“Sudah pasti ada aspek kehidupan manusia modernnya, karena kan salah satu aplikasi digital seperti Flip merupakan hal yang modern yang ada zaman sekarang. Seperti beda bank aja kan udah termasuk dunia digital modern.” (Juli,2022)

Menurut Dinda Dwi Damayanti sebagai *Content Creator* terdapat konsep manusia modern, karena manusia modern itu yang melek terhadap teknologi

“Pastinya iya dong,karena kan manusia zaman sekarang melek banget dengan teknologi, semuanya serba ada di handphone. Kayak mau transfer uang, isi pulsa atau belanja

pasti udah ada di hp semua. Nah itu semua udah tergambar dalam iklan Flip versi ini” (Juli,2022)

Kemudian Annisa Fakhira Wallad sebagai *design* mengungkapkan bahwa iklan Flip terinspirasi dari manusia modern.

“Menurut aku iya,iya banget. Karena kan itu udah merepresentasikan orang-orang dengan gadget nya gitu loh. Dengan apa-apa mudah, apa-apa gampang ada teknologi. Dan itu kan manusia modern, jadi menurut ku iya terinspirasi dari manusia modern.” (Juli,2022)

Jika dilihat dari sisi sosiologisnya, menurut Ichmi Yani Arinda konsep manusia modern dalam iklan Flip ini sudah menggambarkan

“Dari segi kontennya sudah menggambarkan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat modern saat ini. Cara pengemasannya juga kebiasaan yang ada di masyarakat mulai dari anak SMP sampai manula jadi sangat kompleks. Nah kalo dari sisi sosiologisnya sudah pasti menggambarkan banget representasi manusia modernnya.” (Juli,2022)

Di dalam ide cerita iklan Flip sudah terkandung konsep manusia modern, manusia modern merupakan pengkategorian dari modernitas. Modernitas adalah produk yang dicirikan oleh teknologi digital sedangkan modernisasi adalah prosesnya. Menurut pakar sosiologi Ichmi Yani Arinda peran modernitas di era modern saat ini tidak bisa dihindari.

“Modernitas saat ini tidak bisa dihindari, meskipun mencoba menghindari maka akan dapat dampaknya. Pola adaptasi masyarakat seperti dipaksa untuk mengikuti perkembangan eranya.” (Juli,2022)

Maka dari itu Flip memanfaatkan perkembangan yang sedang terjadi di era modern saat ini, yang dimana visual dan audio nya mengikuti yang sedang *happening* dan *relate* dengan kehidupan masa sekarang. Seperti yang diungkapkan oleh Annisa Fakhira Wallad bahwa iklan Flip ini mengandung pesan verbal dan non verbal

“Pesan verbal dan non verbal yang tersirat dalam iklan ini diambil dari sisi-sisi yang lagi hits atau ngetrend dikalangan orang-orang sekarang. Verbalnya dapet banget kayak trend enggak bisa Bahasa Inggris, terus scene galauin mantan menurutku verbalnya dapet dan non verbalnya juga masuk dan relate gitu. Apalagi dari gambarnya aja kita yang nonton udah paham” (Juli,2022)

Selain itu Dinda Dwi Damayanti menjelaskan *scene scene* mana aja yang mengandung pesan verbal dan non verbal

“Pas scene cewek kembar sih, menurutku pesan verbal nya bisa transfer ke sesama bank dan pesan non verbal nya berupa visual menggunakan anak kembar.” (Juli,2022)

Pesan verbal adalah pesan yang tersirat dalam komunikasi verbal, sedangkan pesan non verbal adalah pesan yang tersirat dalam komunikasi non verbal. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang berbentuk lisan ataupun tulisan di media sosial, surat, dan *chatting*. Jika komunikasi non verbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas tanpa kata kata. Komunikasi verbal dan non verbal pada hakikatnya saling terkait dan saling melengkapi. Selain pesan verbal dan non verbal, iklan Flip juga dilengkapi oleh teks atau narasi iklan yang memiliki makna. Peran teks atau narasi yang terdapat dalam iklan Flip mempunyai kelebihan dan kelemahan. Dinda Dwi Damayanti mengatakan teks dan gambarnya memiliki banyak makna, tetapi mempunyai kelemahan

“Teks sama gambarnya memiliki banyak makna, tetapi terdapat kelemahan di teks iklannya kurang besar dan kelebihannya ada di scene yaitu mudah dicerna” (Juli,2022)

Berbeda dengan Annisa Fakhira Wallad yang menyatakan bahwa dengan adanya teks iklan sangat membantu penonton

“Menurut aku iyasi sesuai maknanya dan itu tuh membantu banget ada teks nya kayak gitu. Karena kan banyak orang yang nonton, salah satunya yang mempunyai kekurangan (tuna rungu) jadi ada tulisan itu membantu banget.”
(Juli,2022)

Di dalam iklan Flip versi “Ada Flip Buat Semua Transaksimu” terdapat karakteristik manusia modern setiap *scene* nya. Ichmi Yani Arinda mengatakan tokoh yang dilibatkan beragam.

“Aktor yang dilibatkan beragam, ada orang local yang memang individu rumahan, pekerja, pelajar, sampai actor yang di idolakan. Semua golongan umur terlibat, ras, budaya dan profesi. Hal ini mencerminkan bahwa Flip dapat digunakan oleh semua kalangan masyarakat.” (Juli,2022)

Kemudian Annisa Fakhira Wallad menambahkan aktor dan *talent* nya menggunakan property dan wardrobe kekinian.

“Aktor dan talent nya menurutku si udah pas ya karena cara dia propertinya dan wardrobe nya bukan yang kayak jadul gitu loh. Jadi penonton litanya juga relate dan bagus (kekinian).”(Juli,2022)

Secara keseluruhan *scene* yang terdapat dalam iklan ini merepresentasikan manusia modern. Penggunaan tanda (audio dan visual) untuk menghubungkan sesuatu yang dilihat indera dalam bentuk fisik tertentu merupakan representasi. Bagaimana iklan Flip ini dapat merepresentasikan manusia modern terlihat antara ketertarikan gambar visual dan suara audio pada iklan. Seperti yang dikatakan oleh Dinda Dwi Damayanti bahwa mengikuti visual dan audio nya mengikuti trend zaman sekarang

“Keterkaitan visual dan audio sudah pas karena mengikuti trend zaman sekarang” (Juli,2022)

Jika menurut Annisa Fakhira Wallad keterkaitan visual dan audio nya membuat ketagihan atau penasaran di awal.

“Menurut aku si udah cocok ya, bagus gitu. Kayak missal color grading nya, transisinya, dari scene per scene nya rapi gitu. Warna nya juga ceria, walaupun bagian horror tetapi color gradingnya bagus gabikin sakit mata. Terus kita sebagai penonton ngeliatnya tuh dari awal betah nontonnya penasaran gitu sampai habis.Dan audio nya juga pas.” (Juli,2022)

1. Terbuka terhadap pengalaman baru

Manusia modern memiliki berbagai karakteristik pokok yaitu salah satunya adalah terbuka terhadap pengalaman baru. Ichmi Yani Arinda sebagai pakar sosiologi juga menjelaskan banyak indikator karakteristik manusia modern yang terkandung dalam iklan Flip salah satunya adalah terbuka terhadap pengalaman baru.

“Dari semua gambar yang ditampilkan sudah pasti iya merepresentasikan karakteristik manusia modern yaitu terbuka terhadap pengalaman baru. Saat menggunakan Flip saja itu udah termasuk pengalaman baru.”(Juli,2022)

Selain itu Ichmi Yani Arinda juga menambahkan manusia yang terbuka terhadap pengalaman baru adalah selalu berorientasi ke perubahan.

“Dalam iklan Flip, ada contohnya di scene seorang pria sedang selonjoran, kirim uang beda Negara dan kirim uang dengan mata uang asing.Contoh tersebut mencerminkan bahwa dengan selonjoran seorang pria dapat transfer uang dengan mudah. Hal ini merupakan tindakan untuk

menerima hal baru yang berorientasi ke perubahan.”(Juli,2022)

2. Memiliki sikap untuk semakin independen

Dalam karakteristik ini sangatlah kuat ciri manusia modern nya yaitu tidak terikat pada orang lain atau sering disebut individualis. Manusia di zaman modern saat ini memiliki sikap berdiri sendiri dan tidak membutuhkan orang lain . Maka selain sering disebut makhluk individual manusia juga termasuk makhluk egoism. Ichmi Yani Arinda menjelaskan ada beberapa *scene* iklan yang mengandung karakteristik ini.

“Manusia kan makhluk sosial ya, yang tidak dapat berdiri sendiri dan memerlukan orang lain untuk memenuhi kebutuhannya. Tetapi pada zaman modern ini sepertinya pandangan tersebut sudah hilang atau tidak menjadi patokan lagi. Semakin berkembangnya zaman semakin berkembang pula kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan oleh manusia, contohnya manusia modern saat ini.”
(Juli,2022)

Selain itu, Ichmi Yani Arinda juga menambahkan *scene* lain yang terdapat karakteristik manusia modernnya.

“Scene pada saat seorang nenek merajut dan seorang pria yang mengisi token tetangga kompleknya. Perilaku actor dalam scene ini menunjukkan bahwa mereka dapat mengatasi masalah secara mandiri (independen) tanpa harus meminta bantuan orang lain. Yaitu dengan sebuah aplikasi Flip saja langsung semua masalah dapat teratasi, menurut saya cukup berkaitan ya antara makna dari isi iklannya dan visual yang ditampilkan.” (Juli,2022)

3. Percaya terhadap ilmu pengetahuan

Manusia modern memiliki karakteristik percaya terhadap ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan yang dimaksud adalah perkembangan kemajuan ilmu dan teknologi. Menurut Ichmi Yani

Arinda karakteristik ini berdampak pada perilaku manusia yang mau terus belajar. Contoh *scene* dalam iklan ini merubah persepsi masyarakat yang meontonnya

“Contoh dalam iklan Flip adalah scene pada saat visual seorang wanita yang bolak-balik layarnya dan pelajar SMP yang tidak dapat bahasa Inggris. Menurut saya kedua actor ini percaya akan adanya ilmu pengetahuan berupa aplikasi transfer beda bank yaitu Flip. Jadi sama saja iklan ini dapat merubah persepsi masyarakat khususnya remaja bahwa Flip punya fitur untuk pilihan bahasa. Jadi tidak perlu khawatir untuk menggunakan aplikasi Flip.” (Juli,2022)

4. Memiliki orientasi mobilitas dan ambisi hidup yang tinggi

Seseorang yang melakukan perjalanan sampai tujuan dengan tepat dan cepat memerlukan proses dan tahapan. Sedangkan mobilitas adalah suatu kemampuan, kesiapan, dan mudahnya bergerak dari suatu posisi ke posisi yang lainnya. Jadi orientasi adalah sebuah tujuan yang ingin dicapai sedangkan mobilitas adalah sebuah pergerakan untuk mencapai tujuan tersebut. Ichmi Yani Arinda menjelaskan penyebab bagaimana orientasi dan mobilitas sangat berkaitan dalam kehidupan manusia modern.

“Kenapa harus ada moda transportasi ? ya karena dia bekerja harus menggunakan transportasi,dimanapun orientasinya kan untuk mobilisasi atau mobilitas ya. Jadi menurut saya orientasi dan mobilisasi saling berkaitan. Kemudian Ambisi hidup yang tinggi sebagai contoh di scene adalah seseorang yang sedang berada di tempat wisata, ambisinya liburan tapi dia tetep masih bisa transfer dengan mudah.” (Juli,2022)

Scene yang cocok untuk menunjukkan karakteristik manusia modern tersebut adalah sebagai berikut :

“Contoh scene dalam iklan Flip adalah seorang pebisnis yang ingin naik pesawat. Actor tersebut mengimajinasikan bahwa pebisnis itu keren berpakaian rapi dan berdasi, kemudian menggunakan pesawat untuk perjalanan bisnisnya. Actor tersebut memiliki orientasi untuk sampai ke tempat tujuan dengan tepat dan menggunakan pesawat sebagai mobilitas” (Juli,2022)

5. Memiliki rencana jangka panjang

Manusia memiliki rencana jangka panjang di setiap kehidupannya, merencanakan sesuatu jauh di depan dan mengetahui apa yang akan dicapai di masa depan. Rencana yang dibuat beraneka ragam, memiliki setiap cadangan dalam merencakannya. Apabila rencana awal tidak terlaksanakan maka ada rencana cadangan. Dalam konteks manusia modern, rencana jangka panjang sangatlah penting. Contoh *scene* dalam iklan Flip menurut Ichmi Yani Arinda adalah

“Memiliki rencana jangka panjang sudah pasti ya, karena sangatlah penting manusia mempunyai rencana, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Contoh scene nya adalah saat seorang wanita yang kehabisan token listrik bersembunyi dalam selimut dan scene saat rumah Gadang mati lampu. Kedua visual ini menunjukkan bahwa Flip mempunyai rencana jangka panjang bagi penggunanya. Jadi saat mati lampu pengguna tidak usah repot mencari lilin, karena dengan aplikasi Flip lampu akan nyala kembali. Hal ini didukung karena bisa beli token listrik di aplikasi Flip.” (Juli,2022)

6. Aktif terlibat dalam percaturan politik

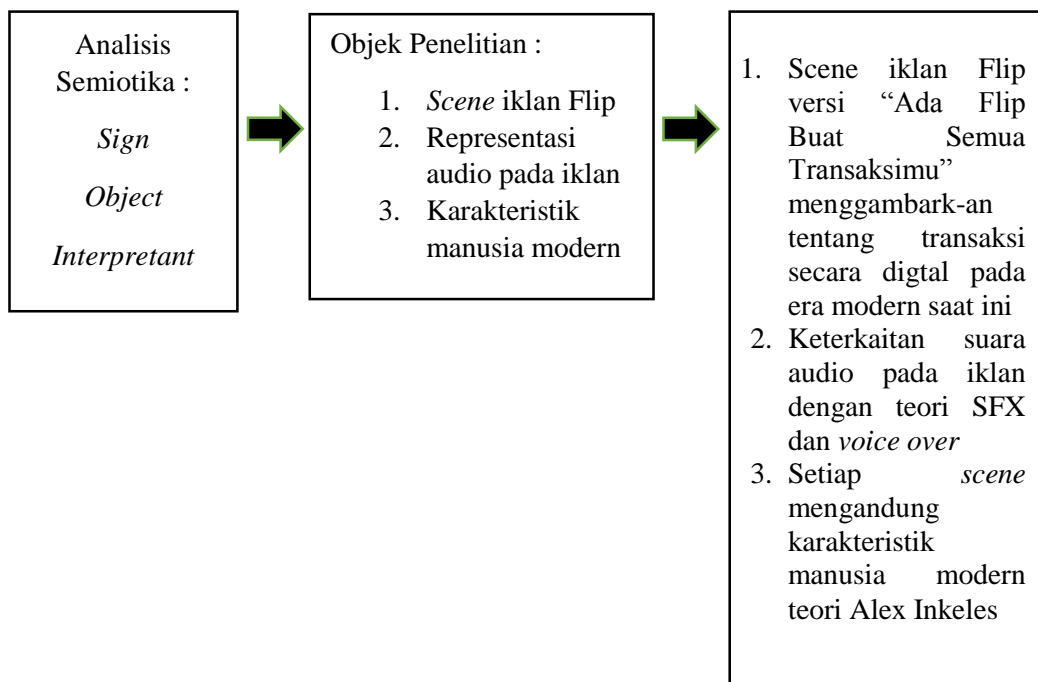
Masyarakat di daerah perlu diperhatikan untuk kebutuhan hidupnya terutama kebutuhan pokok yaitu aliran listrik. Dalam hal ini, pemerintah dapat bekerja sama dengan Flip yaitu berkontribusi ke daerah-daerah pelosok untuk membantu masyarakat dalam mengisi token dan penyediaan listriknya. Ichmi Yani Arinda menambahkan

percaturan politik sering terjadi baik kota besar maupun pedesaan di Indonesia. Berkaitan dengan karakteristik manusia modern dan *scene* dalam iklan Flip

“Sering kita ketahui bahwa wilayah Timur sebagian besar agak tertinggal, tetapi dengan adanya Flip maka kebutuhan transfer lebih mudah. Hal ini mencirikan bahwa masyarakat Timur sudah tidak terkungkung oleh otoritas tradisional disana tetapi dia mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dari wilayah Indonesia yang lain.” (Juli, 2022)

4.3 Pembahasan

Tabel 4. 3 Analisis Keseluruhan



Manusia memiliki kemampuan berkomunikasi yang lebih dibandingkan makhluk lainnya, tidak ada manusia yang sehari-hari nya tidak melakukan komunikasi. Karena komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam berinteraksi dengan manusia lain (Vera 2014:1)

Perilaku manusia berkaitan dengan perkembangan zaman, semakin berkembangnya zaman pola kehidupan manusia pun menjadi berubah. Pola kehidupan manusia terbentuk dari kebiasaan yang berlaku di masyarakat. Kebiasaan masyarakat tradisional menghasilkan pola kehidupan yang tradisional begitupun sebaliknya kebiasaan yang modern menghasilkan pola kehidupan yang modern juga. Jadi sangatlah berpengaruh antara kebiasaan yang terbentuk di masyarakat dengan perkembangan zaman. Contohnya dalam bersosialisasi atau berkomunikasi saat ini lebih mudah dan instan karena perkembangan teknologi semakin canggih.

Menurut teori evolusi, perubahan sosial pada dasarnya merupakan gerakan searah, linier, progresif, dan perlahan membawa masyarakat berubah dari tahapan primitive menjadi lebih maju. (Suwarsono & Y. So, 2013, p. 21)

Perubahan sosial yang terus-menerus dalam sistem sosial merupakan ciri modernisasi. Modernisasi bersifat sistematis dan transformatif yang berarti selalu melibatkan perubahan pada segala aspek tingkah laku sosial seperti urbanisasi, sentralisasi dan sekularisasi. Selain itu bersifat transformatif yang berarti dalam mencapai status modern, struktur dan nilai-nilai tradisional diganti dengan nilai modern. Dalam hal ini, teori modernisasi menguraikan secara rinci apa yang menjadi karakteristik manusia modern.

Manusia modern adalah manusia yang bersifat progresif atau bertahap, yang semula primitive dan sederhana kemudian menuju dan berakhir modern atau maju. Manusia modern sebagai penopang pembangunan yang memiliki ciri keterbukaan terhadap pengalaman ide baru, berorientasi ke masa sekarang dan masa depan serta mempunyai kesanggupan dalam merencanakan. Kemudian manusia modern juga bersifat homogenisasi yaitu semakin modern tahapan yang dilalui oleh manusia, maka semakin serupa bentuk dan karakteristik manusia yang terlibat dalam proses perubahan sosial ini.

Makna pesan iklan Flip yang terkandung berdasarkan *sign, object* dan *interpretant* yaitu semua transaksi yang dilakukan oleh manusia pada saat ini bisa diatasi dengan satu aplikasi yaitu Flip. Didukung dengan visual yang berisi kebiasaan masyarakat modern dapat mengubah persepsi penonton. Selain

visual, ada audio, teks iklan, *actor*, *music* sampai wardrobe yang digunakan sejalan dengan ide ceritanya yaitu merepresentasikan manusia modern.

Hasil analisis peneliti yang bertentangan oleh triangulator dalam konteks durasi iklan, yaitu durasi iklan Flip yang terlalu panjang 1 menit 30 detik dan ada banyak hal yang seharusnya tidak ditampilkan. Beberapa *scene* yang seharusnya tidak perlu diulang karena penonton yang melihatnya sudah paham. Visual yang ditampilkan sudah mewakili satu makna tanpa harus diulang kembali dengan visual yang berbeda tapi maknanya sama.

Tetapi disisi lain ada juga triangulator yang memperkuat hasil analisis dari peneliti bahwa walaupun iklannya terlalu panjang tetapi tidak membosankan, selalu ingin melihatnya terus karena penasaran dengan *scene* apalagi yang ingin ditampilkan. Hal ini menunjukkan bahwa iklan Flip sangatlah variatif dan kreatif yang dapat membuat penontonya tertarik dan penasaran.

Apabila penonton merasa tertarik dan dibuat penasaran oleh sebuah iklan Flip maka efek iklan berjalan yaitu iklan mendapat respons khalayak berupa jalan pikiran calon pembeli terhadap merek. Tahap ini sering disebut sebagai tahap respon konsumen iklan yang berasal dari Rossiter dan Percy yaitu terpaan iklan – pengolahan informasi – timbulnya kebutuhan – pencarian informasi dan evaluasi – pembelian – penggunaan.

Sign merupakan segala sesuatu yang dapat diserap oleh panca indera, *sign* didasarkan pada *objectnya*. Dalam iklan Flip terdapat *sign* yang muncul selalu hingga akhir *scene* yaitu warna identitas logo Flip *orange* dan putih. Warna ini ditampilkan dalam bentuk *wardrobe*, *property* dan *backgroundnya*. Pemilihan warna yang konsisten sangat berguna bagi penonton, karena dapat menciptakan *brand awareness*.

Object adalah sesuatu yang merujuk pada tanda, tanda yang dimaksud adalah peristiwa atau kejadian yang mempunyai makna. Dalam iklan Flip ini contohnya *scene* yang diangkat adalah kejadian yang sedang trend seperti film horror yang belakangan ini banyak di Indonesia, kemudian oppa korea yang terdapat di dalam drama Korea dan galauin mantan yang dimana pernah trend galau nasional seIndonesia.

Interpretant yang terdapat dalam iklan Flip adalah *scene* seorang cewe yang merobek foto bersama pacarnya yang memiliki makna kesal atau marah dan seorang cowo yang menangis dibawah rintikan air *shower* hal ini bermakna mata yang menangis mengeluarkan air mata seperti air *shower*.

Di sisi lain berdasarkan konteks visual, hasil penelitian bertentangan dengan triangulator yaitu saat *scene* orang selonjoran, menurut triangulator orang tersebut bukan selonjoran tetapi rebahan. Menurut triangulator bahasa yang dipakai kurang pas, karena rebahan identic dengan orang yang malas. Tetapi triangulator lain memperkuat bahwa Flip menggunakan bahasa tersebut agar nyambung dengan *scene* berikutnya. Oleh sebab itu dalam memaknai sebuah pesan terkadang tidak sama antara orang satu dengan orang lainnya, karena masing-masing orang mempunyai persepsi yang berbeda.

Selain terdapat makna, iklan Flip juga menampilkan representasi manusia modern di setiap *scenanya*. Masing-masing *scene* mewakili karakteristik manusia modern secara verbal ataupun non verbal dan visualnya mengandung ide cerita. Seperti contoh di *scene* anak kembar memiliki pesan non verbal yaitu anak kembar menggunakan baju yang sama dan wajahnya mirip. Pesan verbalnya saat aktor menarasikan “kirim uang sesama bank?”. Pesan yang dapat diambil dari *scene* ini berasal dari komunikasi non verbalnya yaitu anak kembar. Hal ini merupakan tanda yang sudah dipahami dari kebudayaan yang terkonstruksi oleh masyarakat sebelumnya yaitu anak kembar selalu identik sama. Kaitannya dengan Flip adalah mewakili pesan bahwa aplikasi Flip dapat digunakan untuk transfer uang sesama bank.

Terdapat juga di *scene* seorang pria yang jungkir balik, pesan non verbal yang terkandung adalah pada saat aktor menjungkir balikkan badannya, kemudian verbalnya saat aktor menarasikan “sambil jungkir balik?”. Hal ini diwakili oleh gerakan tubuh aktor pria yaitu “jungkir balik” yang memiliki makna bahwa tubuhnya fleksibel. Kaitannya dengan iklan Flip adalah aplikasinya yang mudah dan fleksibel, bisa transfer kapanpun, dimanapun dan kemanapun.

Pesan dalam komunikasi yang melibatkan tanda harus bermakna, karena fungsi utama tanda (*sign*) adalah untuk membangkitkan makna. Misalnya dalam iklan Flip *scene* yang pria berlogat Timur sedang menyiram tanaman, tanaman bertanda sebuah hutan lindung yang ada di daerah Timur khususnya Papua. Tanda ini membangkitkan makna bahwa daerah Papua merupakan provinsi yang memiliki area hutan lindung terluas di Indonesia.

Sesuai karakternya iklan merupakan potret realitas yang ada di masyarakat sehingga dapat menyebarkan nilai-nilai sosial, budaya, politik dan sebagainya. Dalam iklan Flip tergambar potret realitas sosialnya seperti manusia zaman sekarang yang suka liburan, memiliki handphone banyak untuk kebutuhan hidupnya, sampai anak rantau yang meninggalkan orangtuanya di kampung. *Scene* yang paling merepresentasikan manusia modern adalah seorang pria yang berlogat Timur, karena dengan narasinya yang “kirim uang buat orang tua di rumah ?” “sekarang kirim uang su gampang !” itu merepresentasikan bahwa adanya perubahan yang signifikan, seperti kita ketahui bahwa Indonesia Timur khususnya Papua identik dengan tertinggal. Tetapi dengan adanya aplikasi Flip mereka mencirikan karakteristik manusia modern yaitu terbuka terhadap pengalaman baru, memiliki sikap untuk semakin independen, tidak terkungkung otoritas tradisional, memiliki rencana jangka panjang dan memiliki ambisi hidup yang tinggi.