

BAB IV

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti akan menjelaskan secara singkat mengenai objek penelitian yang akan diteliti. Objek penelitian tersebut adalah video komersial yang ditayangkan pada media sosial YouTube. Video ini ditayangkan pada youtube dengan tujuan untuk mengiklankan produk berupa barang yaitu shampoo *Head and Shoulders* agar dikenal konsumen. Iklan tersebut ditayangkan pada tanggal 27 mei 2022 dengan durasi dua menit delapan detik.

Pada penelitian ini, penulis akan mendeskripsikan atau menggambarkan alur cerita yang terdapat pada video iklan shampoo *Head and Shoulders* secara spesifik sehingga video tersebut mampu dipahami oleh pembaca lainnya. Tetapi sebelum mendeskripsikan iklan tersebut, penulis akan menjelaskan secara garis besar mengenai sejarah *Head and Shoulders*.

4.1 Profil PT. Procter & Gambele

Procter & Gambele didirikan di Amerika Serikat pada tahun 1837 oleh dua orang pria yang bertemu secara kebetulan. William Procter (warga Inggris) dan James Gambele (warga Irlandia) keduanya sedang melakukan perjalanan terpisah menuju Amerika Serikat yang dimana perjalanan berakhir di Cincinnati dan disitulah cerita P&G dimulai. Procter & Gambele merupakan perusahaan internasional yang memproduksi barang keperluan sehari-hari *consumer goods*. Salah satu produk Procter & Gambele yaitu *Head and Shoulders*. *Head and Shoulders* diluncurkan pada tahun 1961, yang mana pertama kali orang-orang mengalami kedasyatan pembasmi ketombe.

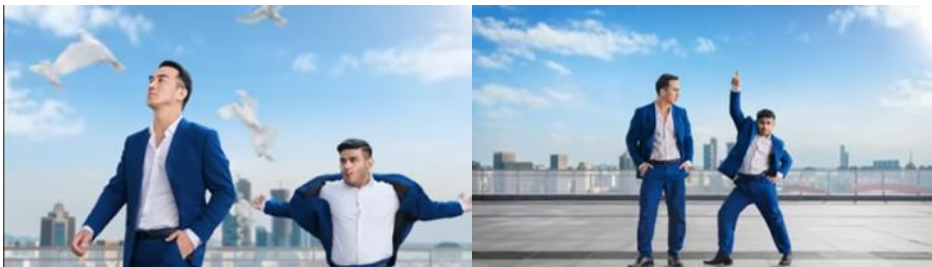
Dalam PT Procter & Gambele memiliki merek yang telah dipercaya untuk digunakan di jutaan ruangan keluarga, dapur, ruang cuci dan kamar mandi dan telah diwariskan dari generasi ke generasi. Selama lebih dari 181 tahun, merek mereka telah menantang konvensi, memimpin inovasi, dan membantu membentuk budaya.

4.2 Deskripsi iklan shampo *Head and shoulders* versi Joe Taslim dan Fadil Jaidi

Iklan shampo *Head and Shoulders* merupakan salah satu produk shampo yang diproduksi oleh PT Procter & Gamble. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang bergerak pada industri barang konsumen yang bergerak cepat memproduksi shampo. Pada Mei 2022, shampo *Head and Shoulders* versi Joe Talim dan Fadil Jaidi dipromosikan melalui iklan yang ditampilkan melalui YouTube. Menurut peneliti, iklan tersebut berbeda dari iklan shampo lainnya karena pada iklan ini, tidak hanya menampilkan kehebatan dari shampo ini tetapi pada iklan ini juga menampilkan adengan lucu yang dapat menarik perhatian masyarakat, khususnya dalam iklan ini ada selebgram yang memiliki pengaruh positif dari tingkahnya yang banyak disukai masyarakat indonesia. Gambar serta video yang peneliti bahas bersumber dari www.youtube.com, oleh karena itu deskripsi iklan secara detail dapat dilihat sebagai berikut.

Gambar 4.1

Fadil jaidi menunjukkan tingkah kocaknya



(Sumber: olahan data primer, 2022)

Detik ke 0:03 dan 0:07 menggambarkan tingkah kocak Fadil Jaidi sambil menunjukkan ekspresi bahagia dengan menghempaskan jasanya dan mengangkat tangan kanannya ke atas dan bergaya.

Gambar 4.2

Adegan melompat pagar Joe Taslim dan Fadil Jaidi

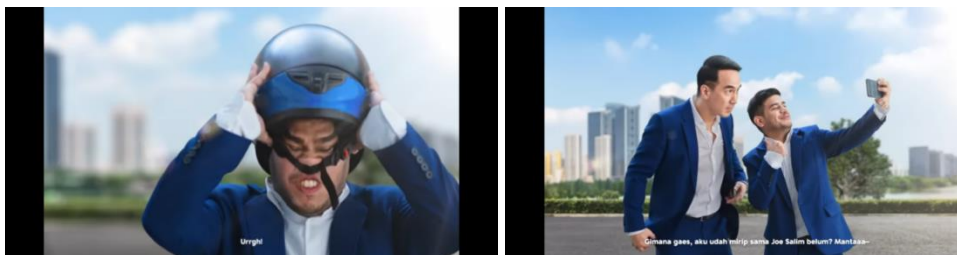


(Sumber: olahan data primer, 2022)

Detik ke 0:21 menunjukkan adegan Joe Taslim dengan keren melompati pagar dan mengatakan bahwa rambutnya tetap bersih dari ketombe saat panas sesuai skrip dan detik ke 0:27 Fadil Jaidi masuk dengan lucunya menggunakan setelan jas birunya melalui pintu kayu belakang yang dilompati Joe Taslim dan berkata “yallah bro, ini ada pintu!” yang mana adegan itu tidak dibuat.

Gambar 4.3

Adengan fadil membuka helm



(Sumber: olahan data primer, 2022)

Setelah selesai menaiki motor bersama Joe Taslim, pada detik ke 0:43 fadil jaidi kelihatan kesusah untuk membuka helmnya dengan mengatakan “urrgh! Ngaak bisa” dan itu membuat ekspresi mukanya terlihat lucu. Detik ke 0:57 adegan fadil jaidi sebagai youtuber terselip adegan khusus ala opening vlog. Fadil berkata “gimana gaes, aku udah mirip sama Joe salim belum? Mantaaa-“ tetapi kalimatnya terhenti karena ditegur joe taslim sebab kesalahan penyebutan nama, yang sebenarnya joe taslim menjadi joe salim.

Gambar 4.4

Mengendarai mobil terbuka

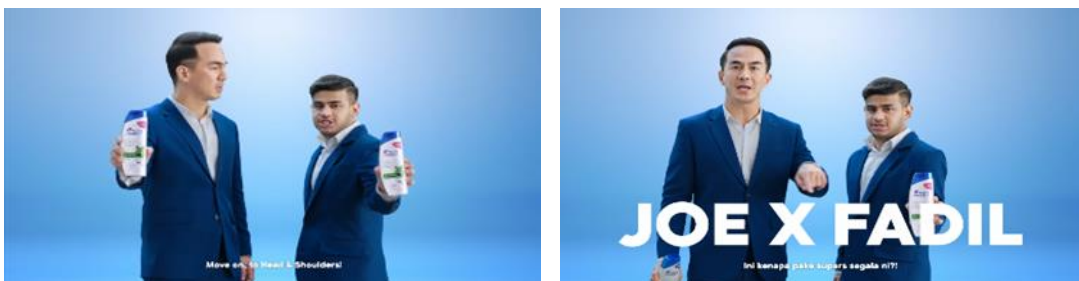


(Sumber: olahan data primer, 2022)

Pada adegan ini memperlihatkan Joe dan Fadil yang mengendarai mobil terbuka dan membicarakan rambut yang tetap bersih dari ketombe saat panas-panas berada di bawah sinar matahari dan tidak takut akan polusi. Pada 1:15 memperlihatkan Fadil Jaidi yang kesusahan bernapas dan terbatuk dengan mengeluarkan lidahnya.

Gambar 4.5

Penggunaan Supers



(Sumber: olahan data primer, 2022)

Pada menit 1:46 memperlihatkan Joe Taslim yang salah menyebutkan nama produk tidak menggunakan bahasa Inggris yang baik “Move on, ke hed en soljer” yang kedengarannya tidak bagus dan pada menit ke 1:49 Fadil Jaidi masuk dan menyebut nama produk dengan baik aksen bahasa Inggris yang bagus “Move on, to Head and Shoulders” dan

membuat kalimat terdengar bagus, selanjutnya pada menit 1:53 Joe Taslim yang tidak terima dengan munculnya supers namanya dengan fadil bersamaan setelah kesalahan penyebutan nama produk.

Gambar 4.6

Crew jyang bergosip di belakang layar



(Sumber: olahan data primer, 2022)

Setelah iklannya selesai pada menit ke 2:02 terlihat dua orang crew perempuan sedang bergosip di belakang layar tentang pendapat mereka siapa yang lebih lucu dalam iklan ini. Cewek baju kuning berbicara “ah, tapi gue tetap milih fadil sih” dan di sambung cewek baju biru “iya. Dia lucu ya”. Tetapi tanpa mereka sadari apa yang mereka bicarakan di dengar oleh Joe Taslim dan langsung berbicara “woi, gue masi di sini! Ngomong apa kalian hah?!” yang membuat kedua cewek tersebut terkejut.