

Integritas dan *Corporate Branding* Pada Tayangan *Web Series* YouTube Solusi BCA

Integrity and Corporate Branding on BCA Solutions YouTube Web Series

Shelly Anisa Nabila¹
Syifa Syarifah Alamiyah²
Oktifani Winarti³

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294
20043010082@student.upnjatim.ac.id^{1*}, syifa_syarifah.ilkom@upnjatim.ac.id²
oktifani.winarti.ilkom@upnjatim.ac.id³

Dikirim: 6 November 2024, Direvisi: 31 Desember 2024, Diterima:
31 Desember 2024, Terbit: 31 Desember 2024. Sitasi: Nabila,
Shelly A. dkk (2024). *Integritas dan Corporate Branding Pada
Tayangan Web Series YouTube Solusi BCA. Promedia: Public
Relation dan Media Komunikasi*, 10(2), 203-224.

Abstract

The era of new media has revolutionized the way we communicate and access information through digital technology. Social media platforms like YouTube play a key role in digital culture by providing easy access for users to share videos. One type of content that has grown on YouTube is the web series, which is similar to TV shows but shorter in duration and divided into several episodes. Web series are now widely used as a communication strategy by many companies, including in Indonesia, which has great potential for development due to the high interest in YouTube. This study analyzes the representation of the value of integrity in the YouTube web series "Nurut Apa Kata Mama," produced by BCA, using John Fiske's semiotic approach. The web series is designed as both an educational tool and a branding strategy, showcasing corporate values such as integrity, teamwork, and customer focus. Through three levels of analysis—reality, representation, and ideology—this study finds that integrity is represented through several characters who

demonstrate consistency between words and actions, honesty, and responsibility. This web series strengthens BCA's corporate branding by presenting the company's identity as an entity that prioritizes integrity in all aspects.

Keywords: *Representation, Semiotics, Integrity, Corporate branding*

Abstraksi

Era new media telah merevolusi cara berkomunikasi dan mengakses informasi melalui teknologi digital. Platform media sosial seperti YouTube memainkan peran penting dalam budaya digital dengan menyediakan akses mudah bagi pengguna untuk berbagi video. Salah satu konten yang berkembang di YouTube adalah *web series*, yang mirip dengan acara TV namun berdurasi lebih pendek dan terbagi dalam beberapa episode. *Web series* kini banyak dimanfaatkan sebagai sarana strategi komunikasi oleh banyak perusahaan, termasuk di Indonesia yang memiliki potensi besar untuk pengembangannya berkat tingginya minat terhadap YouTube. Penelitian ini menganalisis representasi nilai integritas dalam *web series* YouTube "Nurut Apa Kata Mama" yang diproduksi oleh BCA, menggunakan pendekatan semiotika John Fiske. *Web series* ini dirancang sebagai sarana edukasi sekaligus *branding*, menampilkan nilai-nilai perusahaan seperti integritas, kerjasama tim, dan fokus pada nasabah. Melalui tiga level analisis semiotika John Fiske menghasilkan hasil penelitian bahwa nilai integritas direpresentasikan melalui beberapa karakter tokoh cerita yang menunjukkan kesatuan ucapan dan tindakan, kejujuran, serta tanggung jawab serta pembawaan alur cerita yang membangun hubungan emosional dengan penonton yang mana BCA mengansumsikan *brand* sebagai manusia yang diringkas dalam *web series* ini sebagai bentuk memperkuat *corporate branding* BCA.

Kata Kunci: *Representasi, Semiotika, Integritas, Corporate branding*

I. PENDAHULUAN

Era new media telah membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang komunikasi yang kini melahirkan komunikasi digital. Kemunculan beragam media baru ini didorong oleh kombinasi antara komputer dan internet, di mana teknologi digital mengubah suara, teks, foto, dan film menjadi kode biner. Dengan kehadiran media sosial seperti Facebook, Twitter, dan YouTube, jumlah pengguna internet terus meningkat. Media sosial ini mudah diakses oleh berbagai kelompok usia dan menawarkan berbagai kemudahan serta fasilitas gratis, yang menjadikannya sangat populer di kalangan pengguna internet. Salah satu fasilitas tersebut adalah kemampuan untuk berbagi video, seperti di YouTube, yang memudahkan pengguna mengunggah dan mengunduh video tanpa batas durasi.

YouTube adalah salah satu digital platform yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi atau menikmati berbagai macam video secara online maupun offline. Video yang dapat dinikmati oleh pengguna yaitu seperti video klip musik, film pendek, trailer film, video blog, video tutorial, video hiburan, dan lain sebagainya. Selain menikmati berbagai video, YouTube memiliki berbagai fitur yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan penggunaannya seperti fitur autoplay, anotasi, mengatur kecepatan video, subtitle, hingga download video yang memudahkan pengguna untuk menonton ulang video ketika sedang offline. (Alamiyah, 2024).

Menurut data terbaru dari We Are Social yang diterbitkan di laman Databoks pada 24 November 2023, Indonesia berada di posisi ke-4 dunia dalam jumlah pengguna YouTube, dengan 139 juta pengguna. Fasilitas ini telah memicu kebiasaan rutin mengunggah video dan lahirnya saluran-saluran mandiri atau channel. Webisode adalah cerita serial yang dibagi menjadi

bagian-bagian pendek, dengan setiap episode berdurasi beberapa menit dan sering kali berakhir menggantung. Istilah ini kemudian berkembang menjadi web TV series atau web series.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan platform ini adalah BCA, yang merilis web series YouTube berjudul ‘Nurut Apa Kata Mama’ untuk mengedukasi konsumennya sekaligus membangun branding perusahaan yang baik sesuai dengan visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan. Tayangan ini mendapat respon positif dan engagement tinggi dari masyarakat, dengan nilai-nilai perusahaan BCA seperti integritas, kerjasama tim, fokus pada nasabah, dan usaha mencapai yang terbaik, yang diangkat dalam alur cerita dan karakter yang ada. Nilai-nilai perusahaan atau corporate values memainkan peran penting dalam menjalankan sebuah perusahaan, karena membentuk identitas dan budaya perusahaan serta memandu perilaku dan keputusan sehari-hari. Nilai-nilai ini mencerminkan prinsip-prinsip yang dijunjung dan membantu menciptakan branding perusahaan yang kuat dan kredibel, yang dapat membedakan perusahaan dari pesaing, menarik pelanggan yang sejalan dengan nilai-nilai mereka, serta membangun kepercayaan dan loyalitas. BCA, dengan nilai-nilai integritas, kerjasama tim, fokus pada nasabah, dan usaha mencapai yang terbaik, menunjukkan komitmennya terhadap prinsip-prinsip yang dijunjung.

Penelitian ini akan menganalisis representasi integritas dalam tayangan web series YouTube Solusi BCA ‘Nurut Apa Kata Mama’ menggunakan analisis semiotika John Fiske. Analisis akan dilakukan pada tiga level: realitas, representasi, dan ideologi. Tayangan ini menggambarkan nilai-nilai BCA seperti integritas, kerjasama tim, usaha mencapai yang terbaik, dan fokus pada nasabah, yang tercermin dalam cerita dan karakter. Penggambaran integritas ini merupakan bagian dari upaya branding perusahaan yang telah diakui dengan penghargaan sebagai World’s Most Trustworthy Company dalam kategori per

bankan, serta bank terbaik di dunia dari perspektif nasabah, investor, dan karyawan menurut survei majalah Newsweek. *Web series* ‘Nurut Apa Kata Mama’ yang diproduksi oleh BCA berkolaborasi dengan Imajinari, dengan Ernest Prakasa sebagai produser dan Muhadkly Acho sebagai sutradara, bertujuan mengedukasi masyarakat dengan tema keluarga. Cerita ini menampilkan kehidupan sehari-hari keluarga Pak Nyoto, dengan konflik-konflik ringan dan isu penipuan yang relevan dengan kehidupan saat ini, sehingga mudah dipahami oleh masyarakat. Penelitian ini akan mendalami bagaimana representasi integritas dalam web series ini mencerminkan corporate values BCA dan memperkuat branding perusahaan di mata masyarakat.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif sebagaimana yang diungkapkan oleh Bogdan dan Taylor (L.J. Maleong, 2011) sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Teknik pengumpulan data yang diambil penulis sesuai kebutuhan penelitian ini yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya tanpa perantara. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui studi dokumentasi, yaitu mengumpulkan dokumen atau data yang berupa tulisan, lisan, gambaran, atau arkeologis. Penelitian ini mengumpulkan screen capture dari adegan yang menunjukkan objektifikasi integritas dalam web series Solusi BCA ‘Nurut Apa Kata Mama’. Sementara data sekunder diperoleh dari literatur, buku, penelitian terdahulu, dan bahan pustaka lainnya yang relevan.

Analisis akan dilakukan pada tiga level: realitas, representasi, dan ideologi. Analisis data dalam penelitian ini

menggunakan model Miles dan Huberman (Prastowo, 2012), yang terdiri dari tiga tahap yakni reduksi data, penyajian data, penarikan simpulan. Reduksi data yakni memilih dan menyederhanakan data, seperti memilah adegan yang menunjukkan integritas dalam Solusi BCA ‘Nurut Apa Kata Mama’. Penyajian data yakni menyusun data yang telah dikelompokkan dalam bentuk teks naratif. Penarikan simpulan yakni menyimpulkan temuan penelitian yang diverifikasi selama proses berlangsung.

III. PEMBAHASAN

A. Konstruksi Representasi Integritas dalam *Web Series* ‘Nurut Apa Kata Mama’

Tabel 1. Level Realitas

No	Kode Sosial	Representasi dalam Film
1.	Penampilan (<i>Appearance</i>) & Kostum (<i>Costume</i>)	Tokoh Bu Nyoto dan Icha memiliki penampilan dengan figur badan yang ideal dan terawat dengan tataan rambut yang rapi dan penggunaan pakaian yang santai namun rapi meskipun berada di rumah. Penggunaan kostum dan tampilan kedua tokoh ini didalam rumah menggambarkan kesan keluarga sederhana dan berkecukupan karena tampilan rapi, bersih dan <i>simple</i> . Adapun di salah satu <i>scene</i> yaitu <i>scene 6</i> memperlihatkan tokoh Icha yang berpenampilan rapi, tidak berlebihan dengan kemeja dan aksesoris biru muda. Disini membentuk persepsi bahwa kerapihan, keteraturan serta pemilihan busana yang professional mengartikan bahwa seseorang yang memiliki integritas

cenderung menunjukkan kepedulian terhadap penampilan mereka untuk rapi dan teratur dalam cara berpakaian, orang yang menunjukkan integritas sering memilih busana yang menunjukkan kesopanan, profesionalisme serta mencerminkan nilai integritasnya melalui pakaian yang sederhana dan sesuai dengan konteks atau situasi tertentu seperti pada *scene* diatas adalah kegiatan formal yaitu *interview* pekerjaan. Menurut Jacob Olesen dalam laman situs *color-meanings.com* menyatakan bahwa biru adalah simbol dari 4 hal yaitu kepercayaan, loyalitas, tanggung jawab, kepercayaan, dan keamanan. Pemilihan warna biru pada tampilannya mengartikan simbol percaya diri, kejujuran dan kesederhanaan.

-
2. Riasan
(*Make Up*)
- Dalam *web series* ‘Nurut Apa Kata Mama’ semua tokoh memakai riasan yang sederhana dan tidak mencolok sehingga memperlihatkan kesan natural. Contohnya seperti di setiap adegan yang berada di rumah tokoh Icha dan Ibunya tetap mengenakan riasan tipis menunjukkan bahwa keluarga ini mepedulikan dan merawat diri yang terlihat dari wajahnya yang bersih serta riasan natural mencerminkan bentuk wanita-wanita yang menghargai dan peduli pada dirinya sendiri dimana hal ini adalah bentuk nilai kesederhanaan yang melekat di nilai integritas juga. Selain itu riasan yang dikenakan sekeluarga saat mereka sedang melakukan kejutan perayaan di *scene 4* juga tetap menggunakan riasan natural yang mana menunjukkan nilai
-

	kesederhanaan yang erat dengan integritas keluarga dimana disini seluruh keluarga menyatu dan bekerjasama selayaknya tim.
3. Lingkungan (<i>Environment</i>)	Pada <i>scene 3</i> dan <i>scene 20</i> memperlihatkan lingkungan tempat keluarga Icha tinggal dimana <i>setting</i> lingkungan rumahnya berada di kompleks perumahan yang padat penduduk dan pada <i>scene 20</i> menunjukkan situasi kompleks saat melaksanakan kerja bakti. Hal ini menunjukkan keluarga Icha tinggal di lingkungan perumahan kalangan biasa atau menengah hingga kebawah yang terlihat dari adanya budaya kerja bakti yang masih dilaksanakan, adanya pedagang kaki lima yang berjualan dipinggir jalan atau depan rumah, kompleks perumahan yang bersih dan asri serta tidak kumuh. Masyarakat yang tinggal di pemukiman kompleks seperti ini umumnya masih menganut paham tradisional ditengah pengaruh modernisasi yang berasal dari pusat kota, seperti adanya kerja bakti. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka masih memiliki nilai kekeluargaan, kerjasama, kebersamaan yang erat, hal ini tentunya berkaitan dengan nilai integritas yang didalamnya dimaknai sebagai kesatuan, keutuhan serta kerjasama.
4. Ucapan (<i>Speech</i>)	Pada <i>scene 21</i> menampilkan Icha yang sedang bercerita bagaimana <i>interview</i> pertama dia yang tidak berjalan lancar. Disana Eyang menyuruh Icha untuk bercerita kepada papanya (Pak Nyoto) karena Pak Nyoto berpengalaman menjadi HRD agar dibantu namun Icha menolak mengira itu adalah tindakan curang. Dialog <i>scene 21</i>

Icha: "Iya tapi aku takutnya di interview yang lain aku juga gugup kaya gini ma"

Eyang: "Ntar kamu cerita ke papa dia pernah jadi HRD siapa tahu dia bisa bantu"

Icha: "Engga engga, aku gamau curang pake koneksi segala"

Eyang: "Bukan, maksud Eyang kamu tanya ke Papa tutorial wawancara check"

Pada *scene* ini menunjukkan bahwa Icha adalah pribadi yang teguh pada prinsipnya untuk selalu jujur walaupun ia mengalami banyak rintangan dalam usahanya mencari pekerjaan, ia tetap memilih jalan yang benar dan jujur sesuai dengan prinsipnya. Walaupun yang Eyang maksud hanya untuk membantu belajar cara *interview*, bukan sesuai prasangka Icha yang mengira tindakan curang juga menunjukkan bahwa Eyang adalah orang berintegritas dan mendukung nilai dan prinsip Icha, tidak mengajarkan hal yang melenceng. Hal ini merepresentasikan integritas dimana seseorang yang berintegritas memegang teguh nilai dan prinsip dalam hidupnya bahkan ketika dihadapkan pada tekanan atau godaan untuk berkompromi. Konsistensi ini menunjukkan bahwa nilai dan prinsip tersebut benar-benar menjadi bagian dari identitas mereka. Disini penulis memaknai bahwa BCA mencoba menggambarkan salah satu *corporate value* BCA yaitu integritas melalui karakter tokoh pada *web series* ini yang nampak pada Icha dan keluarganya.

-
5. Perilaku (*behavior*),
gestur (*gesture*),
ekspresi (*expression*)
- Pada scene 1, Icha dan Bu Nyoto berbincang santai tentang cara menjalankan pesanan online untuk bisnis kue Bu Nyoto. Icha memastikan ibunya memahami langkah-langkah yang harus diambil untuk memproses pesanan sambil bercanda, menciptakan suasana santai dan menunjukkan kedekatan ibu dan anak. Suara mereka normal, mencerminkan percakapan terbuka, dan gerakan tubuh mereka menandakan keakraban dan kenyamanan. Meskipun Bu Nyoto sedang sibuk, ia tetap fokus mendengarkan Icha. Ekspresi mereka yang bahagia dan tawa bersama menonjolkan kedekatan emosional karena saling berani terbuka untuk jujur dan dukungan yang saling diberikan.
- Di *scene 6* ini menampilkan Icha sedang melakukan *interview* atau tes wawancara kerja di perusahaan yang dilamar, disini gestur tubuh Icha atau gerak tubuhnya menandakan ia dalam keadaan siap, fokus dan memperhatikan setiap pertanyaan yang diberikan serta menjawabnya dengan tegas terlihat dari ekspresinya yang sungguh-sungguh dan nada bicaranya yang tegas dan jelas serta cara berbicaranya yang lugas. Hal ini menandakan bahwa segala yang ia ucapkan sungguh-sungguh dan jujur sehingga tidak terlihat ragu-ragu atau terbata-bata dalam menjawab pertanyaannya. Sikap dan ekspresi yang ditunjukkan Icha menunjukkan ia adalah pribadi yang memiliki prinsip dan nilai integritas sehingga ia menghargai kejujuran yang dicerminkan dari gerak tubuh, perilaku hingga ekspresinya dalam *scene 6*.
-

Pada scene 11, keluarga Pak Nyoto berdiskusi di ruang keluarga bersama Jejen, asisten rumah tangga. Eyang dan Bu Nyoto menegur Pak Nyoto karena memberikan uang kepada penipu, yang ia lakukan karena rasa empati. Eyang merasa Pak Nyoto tidak hati-hati. Pak Nyoto menunjukkan rasa bersalah dan kesedihan melalui bahasa tubuh dan ekspresinya yang menunduk. Ia menjawab pertanyaan Eyang dengan nada rendah dan pelan, menunjukkan kejujuran dan kemampuan mengakui kesalahan. Scene ini menggambarkan Pak Nyoto sebagai orang yang empatik, mudah percaya dan orang yang jujur serta berani mengakui meskipun ia tahu dimarahin oleh Eyang.

Pada scene 18 dan 19, konflik keluarga Pak Nyoto terpecahkan setelah keluarga menyadari bahwa perubahan sikap Pak Nyoto disebabkan oleh usahanya mencari uang tambahan untuk memenuhi janji membeli barang yang diminta oleh Bu Nyoto, Icha, dan Eyang. Pak Nyoto digambarkan sebagai kepala keluarga yang pekerja keras dan bertanggung jawab, bekerja ekstra untuk menepati janjinya setelah gagal naik pangkat. Meskipun lelah, Pak Nyoto sabar dan ceria saat menjelaskan tindakannya kepada keluarganya, menunjukkan integritas dan komitmennya. Karakter Pak Nyoto mencerminkan nilai perusahaan BCA, seperti integritas dan usaha mencapai yang terbaik sebagai *branding* BCA melalui karakter tokoh Pak Nyoto pada *web series*.

Tabel 2. Level Representasi

No.	Kode Teknis	Representasi dalam Film
1.	Kamera (Camera)	<p>Dari <i>scene</i> 1 terlihat pengambilan gambar <i>shot</i> termasuk kedalam medium <i>shot</i> yang mana menampilkan ujung kepala sampai pinggang (setengah badan). Hal ini memiliki pemaknaan adanya hubungan personal, menunjukkan ekspresi dan emosi objek. Pengambilan gambar pada <i>scene</i> ini membantu penonton memahami adanya kedekatan yang terjadi antara ibu dan anak. Di <i>scene</i> 6 pengambilan gambar ini adalah medium <i>shot close up</i> yang mana disini menekankan fokus pada wajah Icha, pemaknaan dari tipe <i>shot</i> ini adalah untuk menunjukkan karakter wajah dari tokoh cerita tersebut dengan detail dan mengaburkan objek dengan konteksnya ditujukan untuk memfokuskan pada perasaan, emosi atau reaksi dari tokoh. Dari <i>shot</i> ini terlihat jelas ekspresi Icha yang bersungguh-sungguh dan percaya diri, tatapan matanya yang tegas memberi kesan meyakinkan dan jujur dalam berbicara. Membantu penonton memahami dan merasakan emosi dan karakter Icha yang teguh dan berintegritas.</p> <p>Di <i>scene</i> 20 teknik pengambilan gambarnya adalah <i>long shot</i> dimana pengambilannya menunjukkan semua bagian dari objek dan menekankan pada <i>background</i>. Biasanya memperlihatkan banyak orang dan lingkungannya sebagai fokusnya. Disini penulis memakanai bahwa <i>scene</i> ini mencoba menggambarkan kehangatan, kekompakkan dan supportif keluarga Pak</p>

Nyoto yang mencerminkan *value* BCA yaitu integritas dan kerjasama tim. Pada *scene* ini juga memperlihatkan lingkungan sosial dan *background* keluarga Pak Nyoto yang sederhana merakyat sehingga memberi efek pada penonton akan kesamaan atau kemiripan dengan kehidupan nyata masyarakat yang menonton.

-
2. **Pencahayaan** (Lighting) Sumber pencahayaan *web series* YouTube ‘Nurut Apa Kata Mama’ menggunakan konsep pencahayaan yang menampilkan cahaya natural. Pencahayaan natural dipilih agar film terlihat realistis dengan tujuan mendukung cerita. Pencahayaan natural disini diartikan pencahayaan dari *lighting* yang dibentuk seolah-olah sumber dari cahaya matahari, bulan dan lampu yang terlihat pada *frame*. Pada scene 6 dan 20, digunakan teknik pencahayaan natural, memanfaatkan cahaya alami di lokasi tanpa tambahan lampu. Di scene 6, pencahayaan ini menyoroti kegiatan wawancara Icha dan menegaskan karakternya yang teguh dan berintegritas. Di scene 20, pencahayaan terang pada pagi hari menampilkan keharmonisan keluarga Pak Nyoto, dengan obrolan ringan, canda tawa, dan keakraban, termasuk Jejen dan Roy. Pencahayaan terang memperkuat suasana kebahagiaan dan keceriaan, serta menunjukkan aktivitas dan latar secara realistis dengan kehidupan masyarakat.
-
3. **Perevisian** (Editing) Teknik *editing* yang sering digunakan pada *web series* YouTube ‘Nurut Apa Kata Mama’ adalah teknik *cut to cut*.
-

Teknik ini melakukan penggabungan adengan untuk membentuk sebuah cerita yang berkesinambungan. Teknik *cut to cut* digunakan untuk memindahkan satu *shot* ke *shot* lainnya secara langsung tanpa adanya transisi sama sekali. Teknik *cut* ini sering digunakan pada kondisi seperti aksi yang dilakukan memiliki kontinuitas dari satu *shot* ke *shot* yang lain, adanya keperluan untuk mengubah visual dengan alasan untuk memberikan perubahan suasana dan *mood* serta perubahan informasi maupun lokasi. Seperti yang digunakan dalam *web series* YouTube ‘Nurut Apa Kata Mama’ teknik *editing cut to cut* dapat membangun suasana yang emosional dan membawa emosi penonton dengan menerapkan perpindahan *shot* satu ke *shot* lainnya tanpa adanya efek maupun transisi apapun. Adanya teknik ini membuat jalan cerita *web series* lebih menarik dan membarikan nuansa cerita yang bermakna

-
4. Suara & Musik (*Sound* & *Music*) Menurut Djohan (dalam Pratama & Rozak, 2021) musik memiliki fungsi untuk memberikan kesan imaji dengan memperkuat latar suasana dan membentuk kesatuan cerita dengan ide tertentu. Di *web series* ini tidak ada latar belakang musik atau *backsound* pada *scene* yang dipilih sehingga hanya berfokus pada dialog antar tokohnya, hal ini memberi kesan natural dan mudah dirasakan penonton karena realistis seolah menggambarkan kejadian yang terjadi di masyarakat. Penggunaan *music* seperti *original music* yang dibuat hanya ditaruh di setiap *opening* setiap
-

episode web series YouTube ‘Nurut Apa Kata Mama’ dan *opening music* bernuansa ceria karena *web series* ini *genre* komedi.

Tabel 3. Level Ideologi

No .	Ideologi	Representasi dalam Film
1.	Integritas sebagai kesatuan dan keutuhan	<p>Disini integritas perusahaan dimaknai dan digambarkan sebagai berikut:</p> <p>1. Integritas sebagai kesatuan dan keutuhan</p> <p>Secara bahasa integritas atau <i>integrity</i> berarti keutuhan, kebulatan, kejujuran, kesamaan antara hati, ucapan, dan tindakan. Integritas erat kaitannya dengan moral dan etika. Integritas sebagai kesatuan, keutuhan, dan kerjasama mencerminkan sifat individu atau kelompok yang konsisten, utuh, dan mampu bekerja sama secara harmonis dan efektif. Hal ini adalah fondasi dari hubungan yang sehat, lingkungan kerja yang produktif, dan masyarakat yang adil dan sejahtera. Dalam <i>scene 17</i> menampilkan keluarga Pak Nyoto yang sedang mengadakan kejutan dalam rangka merayakan kenaikan pangkat Pak Nyoto, disini seluruh keluarga beserta Jejen asisten rumah tangga keluarga tersebut bekerja sama dari pagi menyiapkan kejutan, mulai dari dekorasinya hingga makanannya. Kejutan sederhana ini sebagai bentuk apresiasi mereka terhadap kerja keras Pak Nyoto. <i>Scene</i> ini menggambarkan kesatuan, keutuhan serta kerjasama tim yang merupakan bagian dari integritas. Kesatuan dan keutuhan disini mencerminkan kekompakan, kesolidan antar individu serta mencerminkan keteguhan hati dan ketulusan</p>

dalam berperilaku karena orang yang memiliki integritas menampilkan sikap yang selaras dengan nilai dan prinsip yang dianut. Keutuhan menggambarkan sifat utuh dan tidak terpecah layaknya keluarga Pak Nyoto yang harmonis.

Berdasarkan analisis level realitas dan representasi, keluarga Pak Nyoto digambarkan sebagai keluarga sederhana dari kelas sosial menengah ke bawah. Kelas ini terdiri dari pekerja kantoran, pegawai pemerintah, dan profesional dengan pendapatan yang stabil namun tidak setinggi kelas menengah atas. Profesi Pak Nyoto sebagai pegawai kantoran dengan penghasilan stabil, serta istrinya yang menjadi ibu rumah tangga dan menjalankan bisnis makanan untuk penghasilan tambahan, menunjukkan stabilitas ekonomi dan pendidikan keluarga. Keluarga ini juga mencerminkan karakteristik kelas menengah yang cenderung memiliki rasa kekeluargaan yang kuat, kesadaran sosial, dan etika tinggi, serta menjunjung nilai-nilai integritas dan tanggung jawab. Menurut studi American Psychological Association (APA), individu dengan pendidikan lebih tinggi, yang umumnya ditemukan di kelas menengah, memiliki pemahaman lebih baik tentang etika dan perilaku yang konsisten dengan nilai-nilai integritas.

-
2. Integritas sebagai bentuk kesamaan ucapan & Harefa Andreas (2000) dalam bukunya mengatakan bahwa integritas itu memiliki tiga tindakan kunci (*key action*) ketika mengamati sesuatu hal. Pertama, bekerja secara jujur dan benar agar
-

tindakan menyajikan hal-hal yang objektif. Kedua, memegang komitmen (*keeping commitment*) dengan cara tidak membocorkan rahasia. Dan ketiga, konsisten melakukan aktivitas (*behavior consistenly*) dengan cara tidak menampakkan kesenjangan antara kata dan perbuatan. Integritas sebagai konsistensi dalam melakukan aktivitas berarti selalu bertindak sesuai dengan apa yang dikatakan. Hal ini melibatkan kejujuran, keterbukaan, tanggung jawab dan keteguhan dalam memegang nilai dan prinsip. Dengan berintegritas, seseorang membangun kepercayaan dan kredibilitas, yang sangat penting dalam membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan di berbagai aspek kehidupan.

Pada scene 6, Icha sedang menjalani tes wawancara pekerjaan, menunjukkan kesungguhan, keseriusan, dan kelugasan dalam menjawab pertanyaan dengan jujur. Dalam web series ini, Icha digambarkan sebagai wanita muda yang jujur, sopan, berambisi, dan tumbuh dalam lingkungan keluarga yang positif dan terdidik. Ia menjawab pertanyaan wawancara dengan percaya diri dan meyakinkan, berkat kejujuran dan keterbukaannya. Keberhasilan Icha dalam wawancara mencerminkan keselarasan antara kata dan tindakan, serta komitmen terhadap kebenaran, dengan komunikasi yang jelas dan transparan. Integritas Icha tampak dalam praktek sehari-hari yang mencerminkan nilai dan prinsipnya.

Pada scene 14, Icha mengungkapkan perasaannya terlebih dahulu kepada pria

yang dekat dengannya. Meskipun ditolak dan hanya dianggap sebagai teman, Icha tetap berani berbicara dengan jujur dan terbuka tentang perasaannya. Ini menunjukkan bahwa Icha berpegang pada prinsipnya dan tidak takut menghadapi risiko atau tanggapan yang tidak sesuai harapannya. Scene ini menyoroti keberanian Icha dalam menyatakan perasaannya, meskipun biasanya pria yang mengungkapkan perasaan lebih dahulu. Perubahan budaya dan sosial yang mendukung kesetaraan gender kini memungkinkan wanita juga untuk terlebih dahulu mengungkapkan perasaan mereka, berbeda dari norma patriarki tradisional yang menempatkan pria sebagai pihak utama dalam hubungan percintaan.

Pada scene 17, pegawai bank BCA bernama Rayhan melayani Jejen, asisten rumah tangga yang ingin membuka rekening. Rayhan menjawab semua pertanyaan Jejen dengan jelas dan jujur, meskipun Jejen kadang bercanda. Komunikasi terbuka dan lugas Rayhan membangun kepercayaan dan kredibilitas antara BCA dan nasabah. Scene ini juga menunjukkan Eyang dan Roy, penjual bakso, yang menanyakan tentang modus penipuan yang mengaku sebagai BCA. Rayhan menjelaskan bahwa itu adalah penipuan dan menegaskan integritas BCA. Scene ini menggambarkan Rayhan sebagai pegawai yang berintegritas, amanah, dan ramah.

B. Pembahasan

Representasi ini diuraikan secara rinci melalui tanda dan simbol yang terdapat dalam *web series* YouTube "Nurut Apa Kata Mama," dengan menggunakan tiga level semiotika John Fiske, yaitu level realitas, representasi, dan ideologi. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa hasil analisis dari representasi integritas serta nilai-nilai perusahaan lainnya berkaitan dengan *corporate branding* yang merupakan salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan untuk membentuk identitas dan branding perusahaan melalui proses strategis. Proses ini bertujuan untuk menciptakan, mengelola, dan memperkuat identitas serta citra merek perusahaan secara menyeluruh, yang melibatkan elemen komunikasi dalam penyampaian pesan-pesan perusahaan sehingga mencapai tujuan dan membentuk persepsi yang positif serta menciptakan kepercayaan publik.

Web series BCA adalah salah satu contoh dari bentuk *corporate branding*, di mana BCA menggambarkan identitas mereknya. Dalam hal ini, BCA berupaya menampilkan identitas dan karakter perusahaan seolah-olah sebagai seorang manusia melalui alur cerita dan karakter tokoh-tokoh yang ada dalam *web series* tersebut. Pendekatan ini masuk ke dalam kategori *brand as person* yang menggambarkan perusahaan sebagai entitas dengan karakteristik manusia. Dalam *web series* ini, integritas digambarkan melalui interaksi harmonis dalam keluarga Pak Nyoto serta karakter-karakter seperti Icha, Pak Nyoto, dan Bu Nyoto. Icha digambarkan sebagai seorang wanita yang jujur, yang menolak bantuan untuk mendapatkan pekerjaan dengan cara yang bertentangan dengan prinsip-prinsipnya. Pak Nyoto, sebagai kepala keluarga, menunjukkan tanggung jawab dan integritas melalui kerja keras dan komitmennya. Sementara itu, Bu Nyoto,

sebagai ibu dan pebisnis, juga menggambarkan kejujuran dan ketulusan dalam menjalankan usahanya.

Tayangan ini berhasil membangun hubungan emosional yang kuat dengan penonton melalui konflik-konflik yang relevan dan realistis dengan kehidupan masyarakat saat ini. Pendekatan ini menciptakan hubungan mendalam antara merek BCA dan konsumennya, mirip dengan hubungan antar manusia seperti persahabatan dan hubungan keluarga. Dengan demikian, BCA menggunakan pendekatan ini sebagai bagian dari *corporate branding* untuk membentuk identitas mereknya, terutama dalam aspek *brand as person* yang menggambarkan karakter perusahaan sebagai manusia dengan menonjolkan sifat integritas, tanggung jawab, dan kerjasama tim. Hal ini membantu membangun kepercayaan dan citra positif perusahaan di mata publik.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Nilai integritas di *web series* ini direpresentasikan melalui penggambaran kehidupan sehari-hari beserta karakter dan perilaku tokoh-tokohnya terutama pada tokoh Icha, Pak Nyoto, Bu Nyoto yang merepresentasikan integritas sebagai kesatuan, keutuhan, kerjasama dan kesamaan ucapan dan tindakan. Representasi integritas disini saling berhubungan dengan *corporate value* BCA yang lain yaitu kerjasama tim, berusaha mencapai yang terbaik dan fokus pada nasabah sebab hal yang mendasari itu semua adalah integritas sehingga *value* integritas sangat penting.

Selanjutnya penulis juga menemukan bahwa hasil analisis representasi integritas ini berhubungan dengan *corporate branding* dimana hal ini adalah salah satu metode yang digunakan perusahaan untuk membentuk identitas atau *branding* perusahaan. Proses ini sebagai cara menciptakan, mengelola dan

memperkuat identitas serta citra merek perusahaan secara keseluruhan yang disampaikan melalui komunikasinya atau disebut *corporate brand communication* sehingga pesan tersebut membangun identitas dan persepsi yang baik seperti yang digambarkan BCA dalam *web series* YouTube yang membawakan *brand identity* BCA khususnya pada aspek *brand as person* karena pada *web series* ini penggambaran karakter (sifat kepribadian), perilaku atau tindakan dan alur ceritanya mengasumsikan *brand* sebagai manusia melalui sifat-sifat manusiawi, menumbuhkan hubungan emosional dengan konsumen dengan alur ceritanya dimana mengangkat permasalahan yang kerap terjadi di masyarakat. BCA membawakan identitas perusahaannya yang mana salah satu identitasnya adalah nilai integritas dan hal ini dibawakan melalui cara *brand as person* pada tayangan *web series* ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. 1997. *Dimensions of brand personality*. Journal of marketing research, 34(3), 347-356.
- Alamiyah, S. S. 2024. *Sensualitas Dalam Konten "Youtube's Got Talent" Pada Channel Skinnyindonesian24*. Journal of Gender and Children Studies, 4(1), 167-185.
- Geuens, M., Weijters, B., & De Wulf, K. 2009. *A new measure of brand personality*. International journal of research in marketing, 26(2), 97-107.
- Gowda, A. S., & Rodriguez, C. M. 2019. *Gender role ideology in mothers and fathers: Relation with parent-child aggression risk longitudinally*. Child Abuse & Neglect, 9(6), 104-187.
- Ismujihastuti, G. D., & Mahadian, A. B. 2015. *Representasi Wanita Dalam Sampul Album Raisa (Analisis Semiotik*
- UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 JAKARTA 223

Roland Barthes Terhadap Sampul Album Raisa Andriana “Raisa” dan “Heart to Heart”. EProceedings of Management, 2(1), 42-63.

Khurosan, H. N. 2020. *Performativitas Identitas Gender dan Seksualitas dalam Novel Imarah Yakubian Karya Ala Al-Asnawi*. Mimesis, 1(2), 1–20.

Kusuma, A. 2018. *Potret Gender Harmoni Pada Keluarga Urban*. Jurnal Ilmu komunikasi, 1(1),1-17.

Limilia, P. 2017. *Konstruksi Sosial Ibu Bekerja Vs Ibu Rumah Tangga: Analisis Semiotika Terhadap Iklan Frisian Flag Mama*. SEMIOTIKA: Jurnal Komunikasi, 10(1), 110-120.

Pradnyaparamita, P., & Widiyasa, A. 2017. *Representasi Maskulinitas Pada Sosok Ayah di Majalah Keluarga Ayahbunda*. Jurnal E-Komunikasi,5(1), 20-35.

Pratama, H. N., & Rozak, A. 2021. *Karakteristik Musik pada Film Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck*. Gorga: Jurnal Seni Rupa, 10(2), 549–558.

Rachminingsih, I., Sundari, Y., Seni, J. K., Seni, F., & Dan, R. 2022. *Analisis Gramatika Visual dalam Pemaknaan Potret Perempuan pada Sampul Majalah Mangle*. ATRAT: Jurnal Seni Rupa, 10(3), 214–221.

Siautta, S. Y., Widyaningrum, A. Y., & Setyarinata, A. W. 2020. *Selubung Ketidakadilan Peran Gender dalam Motherhood pada Film Athirah*. Tuturlogi: Journal of Southeast Asian Communication, 1(3), 165–183.

Wahjuwibowo MSi, I. S. 2019. *Semiotika Komunikasi Edisi III: aplikasi praktis untuk penelitian dan skripsi komunikasi*. *Rumah Pintar Komunikasi*, 10(3), 214–221.