

BAB II

KONTEKSTUALISASI PENELITIAN DAN PREFERRED READING KONTEN *FRUGAL LIVING* PADA KANAL YOUTUBE SAMUEL&CLAUDYA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai konteks gaya hidup *Frugal living* di Indonesia yang bersumber dari kanal YouTube Samuel&Claudia. Selanjutnya, dalam bab ini akan dibahas mengenai analisis teks gaya hidup *Frugal living* yang disampaikan oleh Samuel&Claudia melalui kanal YouTube-nya untuk menemukan makna dominan atau preferred reading pada konten YouTube tersebut.

2.1 Gaya Hidup *Frugal living*

Frugal living adalah gaya hidup yang menekankan kebijaksanaan dalam mengelola keuangan dengan menghindari pengeluaran yang tidak diperlukan. Pendekatan ini mendorong individu untuk hidup sesuai kemampuan dengan fokus pada pembelian barang atau jasa yang benar-benar penting. Pada intinya, *Frugal living* membantu seseorang memahami nilai uang dan membuat keputusan keuangan yang lebih bijak. Gaya hidup ini mengajarkan pentingnya kesadaran finansial sekaligus mendorong individu untuk menahan diri dari belanja impulsif atau berlebihan. Prinsip utama dari *Frugal living* bukanlah sekadar membatasi kebutuhan, tetapi mencari cara yang efektif untuk menjalani hidup melalui pengelolaan keuangan yang bijak dan terencana. (Rainstrom, Luna Z, 2023)

Tujuan utama dari *Frugal living* adalah mencapai kebebasan finansial dengan memprioritaskan pengeluaran yang bermakna dan menghindari pembelian yang tidak diperlukan. Dengan gaya hidup ini, seseorang dapat mengalokasikan penghasilan mereka untuk kebutuhan yang lebih produktif, seperti menabung, berinvestasi, atau melunasi utang. Selain mengurangi beban finansial, pendekatan ini memberikan ruang untuk lebih fokus pada tujuan hidup yang lebih besar. Liputan6.com (2024) melansir, gaya hidup *Frugal living* memungkinkan seseorang untuk mengoptimalkan setiap pengeluaran melalui keputusan keuangan yang cerdas dan bertanggung jawab, sehingga menciptakan stabilitas keuangan jangka panjang tanpa harus mengorbankan kebahagiaan atau kualitas hidup. Dengan kemajuan teknologi berbasis internet saat ini, terdapat salah satu langkah populer dalam menerapkan *Frugal living* adalah menjual barang-barang yang sudah tidak digunakan, yang dikenal sebagai barang *preloved*. Langkah ini tidak hanya membantu menciptakan ruang yang lebih rapi dan terorganisir di rumah, tetapi juga memberikan manfaat finansial. Hasil dari penjualan barang *preloved* dapat dialokasikan untuk menabung, berinvestasi, atau mendukung pola konsumsi yang lebih bijaksana dan berkelanjutan. Penerapan gaya hidup *Frugal living* juga sangat fleksibel karena dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan prioritas masing-masing individu. Misalnya, beberapa orang lebih fokus pada penghematan biaya transportasi, sementara yang lain mengutamakan efisiensi dalam pengeluaran rumah tangga. Dengan strategi yang tepat, gaya hidup *frugal living* ini dapat diterapkan di berbagai tingkat pendapatan untuk menciptakan kehidupan yang lebih terorganisir dan berkelanjutan.

Frugal living bukan hanya tentang mengurangi pengeluaran, tetapi juga menciptakan keseimbangan hidup yang lebih baik. Gaya hidup ini membantu mengurangi tekanan finansial, meningkatkan stabilitas keuangan, dan bahkan mendukung kesehatan mental. Dengan menerapkan *Frugal living*, seseorang tidak hanya belajar menghargai nilai uang, tetapi juga menciptakan kehidupan yang lebih bermakna, penuh kesadaran, dan berorientasi pada masa depan.

2.2 Frugal living di Indonesia

Frugal living kini menjadi tren yang banyak diperbincangkan oleh masyarakat, terutama di kalangan Generasi Millennial dan Generasi Z di Indonesia. Beragam faktor memengaruhi adopsi gaya hidup ini, seperti meningkatnya biaya hidup, dampak ekonomi berkepanjangan dari pandemi Covid-19, rencana kenaikan pajak, hingga kesadaran akan pentingnya menabung dan investasi jangka panjang. Berdasarkan Siaran Pers Bank OCBC pada 16 Agustus 2024, laporan Financial Fitness Index (FFI) menunjukkan bahwa 80% anak muda menghabiskan uang demi menyesuaikan diri dengan gaya hidup teman-teman mereka, naik dari 73% di tahun 2023. Fenomena ini mencerminkan masih kuatnya pengaruh FOMO (Fear of Missing Out) di kalangan generasi muda. Kondisi ini menegaskan pentingnya literasi keuangan untuk membantu generasi muda membuat keputusan pengeluaran yang lebih bijak demi keberlangsungan hidup di masa depan.

Popularitas *Frugal living* di Indonesia juga diterapkan oleh berbagai kalangan, mulai dari pelajar yang ingin menghemat uang saku, mahasiswa perantau yang ingin menabung, hingga pekerja kantoran yang berupaya mencapai stabilitas ekonomi dan investasi jangka panjang. Penelitian yang dilakukan oleh

Sunawang,dkk (2024) menunjukkan bagaimana mahasiswa perantau di Universitas Pertamina menerapkan gaya hidup *Frugal living* sebagai salah satu strategi mengatasi tantangan finansial akibat tingginya biaya hidup di Jakarta. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa *Frugal living* tidak hanya berfungsi sebagai metode pengelolaan keuangan yang cerdas dan disiplin, tetapi juga mencerminkan nilai kesederhanaan dan tanggung jawab. Mahasiswa yang mengadopsi gaya hidup ini menunjukkan peningkatan kemandirian serta kemampuan beradaptasi di lingkungan baru. Beragam upaya dilakukan untuk mendukung peningkatan kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup *Frugal living* yaitu dengan penguatan literasi keuangan, baik melalui pendidikan formal maupun nonformal. Dalam pendidikan formal, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengembangkan program edukasi literasi keuangan yang menyasar siswa dan mahasiswa di berbagai daerah. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya menabung, mengelola keuangan, dan mulai berinvestasi sejak dini, sejalan dengan prinsip-prinsip *Frugal living* (OJK,2024). Di sisi lain, pendidikan nonformal juga memainkan peran penting melalui kontribusi influencer di media sosial.

Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, digunakan para influencer untuk membagikan pengalaman pribadi dan memberikan edukasi terkait gaya hidup yang mereka jalani. Salah satu konten creator yang menjalankan gaya hidup *Frugal living* di Indonesia adalah Samuel Ray dan Claudya Abednego adalah pasangan konten kreator yang berkecimpung di industri kreatif, yaitu sebagai Youtuber. Samuel dan Claudya saat ini aktif mengedukasikan mengenai gaya hidup yang mereka jalani melaui Chanel YouTube Samuel dan Claudya. Samuel dan

Claudia saat ini dikenal sebagai salah satu pasangan inspiratif di Indonesia yang sedang menjalankan gaya hidup *Frugal living* dengan tujuan utama untuk memperoleh kebebasan finansial atau *FIRE (Financial Retire Early)* di usia 33 tahun.

Pasangan ini memulai perjalanan mereka di dunia konten kreatif pada tahun 2021 dengan video perdana berjudul “Cara Kami Melunasi KPR di Usia Muda”, yang kini telah ditonton lebih dari 213 ribu kali. Hingga saat ini, kanal mereka telah memiliki lebih dari 225 ribu subscriber dengan koleksi 315 video yang membahas berbagai tema terkait keuangan dan gaya hidup *frugal living*. Konten di kanal Samuel & Claudia mencakup berbagai topik edukatif, seperti strategi investasi, pengelolaan keuangan, tips hidup hemat, hingga perencanaan keuangan untuk keluarga muda. Daya tarik utama kanal ini terletak pada narasi personal dari Samuel dan Claudia, yang sering mengangkat pengalaman hidup mereka sebagai pasangan muda dari generasi milenial. Salah satu ciri khas kanal ini adalah cara mereka mengemas setiap topik dengan gaya santai, menarik, dan *relatable*, sehingga konsep keuangan yang rumit menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens. Dengan gaya bahasa yang ringan, mereka berbagi tantangan dan solusi nyata dalam menjalani gaya hidup *frugal living*, termasuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan, serta pentingnya komunikasi dalam mengelola keuangan keluarga. Konten-konten kreatif ini mampu menarik perhatian masyarakat, terutama generasi muda, untuk lebih sadar akan pentingnya literasi keuangan. Dengan pendekatan yang lebih informal dan *relatable*, influencer berperan sebagai pendidik nonformal yang dapat mendorong masyarakat untuk mengadopsi gaya hidup *Frugal living*.

Dengan adanya kolaborasi antara program formal dari pemerintah dan pendidikan informal yang dilakukan oleh para influencer, *Frugal living* dapat menjadi solusi yang tidak hanya bersifat individual, tetapi juga mampu memberikan dampak positif bagi stabilitas ekonomi masyarakat secara keseluruhan.

2.3 Analisa Teks

Penelitian ini menggunakan Analisis Semiotika John Fiske pada buku berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga untuk mengidentifikasi makna dominan dalam video yang disajikan. Pendekatan semiotika Fiske memungkinkan peneliti menemukan kode-kode televisi dalam tayangan kanal YouTube Samuel & Claudya, yang berkaitan dengan konsep *Frugal living*. Melalui analisis ini, dapat dipahami bagaimana pasangan kreator tersebut membentuk dan menyampaikan nilai-nilai gaya hidup frugal living, serta bagaimana makna tersebut diterima oleh audiens. Samuel & Claudya saat ini mengelola kanal YouTube mereka sebagai platform edukatif yang berfokus pada *Frugal living*, strategi investasi, dan pengelolaan keuangan. Selain itu, mereka juga menyoroti prinsip *FIRE* (*Financial Independence Retire Early*) sebagai tujuan akhir dari praktik keuangan yang mereka anut. Dengan menekankan pentingnya penghematan, investasi yang optimal, serta perencanaan keuangan yang matang, mereka mendorong audiens untuk mencapai kebebasan finansial lebih awal dan memiliki fleksibilitas dalam menentukan masa depan mereka. Dalam pendekatan semiotika Fiske, makna dalam media dianalisis melalui tiga tingkat kode televisi, yaitu:

1. Tingkat Realitas. Pada tingkat ini, analisis berfokus pada bagaimana peristiwa disajikan sebagai representasi kenyataan atau fakta. Elemen seperti penampilan, pakaian, tata rias, gaya bahasa, ekspresi, gestur, suara, perilaku, dialog dan latar dalam video Samuel & Claudya dianalisis untuk memahami bagaimana mereka membangun citra *Frugal living* sebagai realitas yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Tingkat Representasi. Tingkat ini mengkaji bagaimana tindakan dalam video merepresentasikan suatu konsep atau nilai di luar apa yang ditampilkan secara eksplisit. Teknik sinematografi, penyuntingan video, serta penggunaan elemen visual dan audio dalam konten mereka menjadi aspek utama dalam membangun narasi tentang kesuksesan melalui gaya hidup frugal living
3. Tingkat Ideologi. Pada tingkat ideologi, analisis berfokus pada bagaimana konten mereka mencerminkan sistem keyakinan dan nilai sosial yang lebih luas. *Frugal living* tidak hanya direpresentasikan sebagai strategi keuangan, tetapi juga sebagai bentuk perlawanan terhadap budaya konsumtif dan sebagai sarana mencapai kebebasan finansial yang lebih berkelanjutan.

2.4 Analisis Semiotika John Fiske

Analisis Semiotika John Fiske digunakan untuk menemukan makna dominan yang terkandung dalam video Samuel & Claudya dengan menelusuri berbagai elemen *Frugal living*, yaitu *planning and control*, *usefulness*, *deals as temptations*, *triumph of a good deal*, *durability*, dan *bargain hunting tendency*. Melalui kerangka ini, penelitian dapat menyoroti bagaimana pesan-pesan mengenai

pengelolaan keuangan yang hemat dan terencana, penekanan pada kegunaan praktis suatu produk, serta kecenderungan berburu penawaran terbaik ditampilkan dan dimaknai oleh audiens.

2.4.1 Planning and Control

Video berjudul “5 Langkah Mengatur Resolusi Keuangan di tahun 2025” dipilih karena topiknya sangat relevan dengan elemen *planning and control* dalam *Frugal living*. Melalui lima langkah yang ditawarkan, video ini memberikan panduan sistematis untuk menyusun rencana keuangan, mengatur pengeluaran, dan membangun disiplin dalam mencapai tujuan finansial. Berikut analisis lengkap mengenai video tersebut.

1) Level Realitas

- a. Penampilan. Samuel dan Claudya merepresentasikan gaya hidup *Frugal living* yang mengedepankan kesederhanaan di dalam video ini. Penampilan Samuel dengan kaos berwarna hitam dan kacamata berbingkai hitam terlihat rapi dan simple. Sedangkan, Claudya tampil cantik dengan rambut yang di ikat dengan kaos putih. Baju berwarna hitam dan putih merupakan warna netral, menunjukkan kesederhanaan serta efisiensi dalam berpakaian, warna netral memiliki makna versatile dimana dapat dipadu padankan dengan berbagai warna dan dapat digunakan untuk segala jenis acara, baik santai maupun formal.
- b. Pakaian. Dalam video ini, Samuel dan Claudya menggunakan baju kaos berwarna hitam dan putih. Kaos yang mereka kenakan tampak sederhana, pada baju Claudya terdapat tulisan SLOW. Tulisan “SLOW”

pada baju yang digunakan Claudya memberikan makna bahwa artinya pelan-pelan dan tidak terburu-buru. Hal ini, merepresentasikan makna bahwa di dalam menjalankan hidupnya, Claudya sangat menikmati setiap proses, lebih sadar (*mindful*) dalam mengambil keputusan, termasuk dalam mengonsumsi suatu barang. Konsep ini sejalan dengan gaya hidup *Frugal living* yang ia jelaskan, bahwa dalam mengonsumsi suatu barang harus menekankan kesadaran dalam pengeluaran, memilih barang yang benar-benar dibutuhkan, dan tidak tergesa-gesa membeli barang karna hanya ingin mengukuti tren di lingkungannya. Sedangkan Samuel mengenakan kaos hitam polos. Samuel dan Claudya melalui pakaiannya, mencitrakan kehidupan yang sederhana dengan tidak menggunakan pakaian yang terlalu mencolok dan aksesoris yang berlebihan. Dengan hal ini, Samuel dan Claudya sebagai host telah merepresentasikan kesederhaan sesuai dengan prinsip gaya hidup *Frugal living* yang sedang mereka jalani.



Gambar 2. 1 Pakaian Samuel&Claudya
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

Tata Rias. Dalam video ini, Claudya tampil dengan makeup yang natural untuk memberikan kesan segar pada camera, sedangkan untuk Samuel tampil dengan tidak ber makeup.

- c. Latar. Pada video ini, Samuel dan Claudya terlihat berada di ruang tengah rumah mereka dengan latar belakang pohon natal memaknai bahwa Samuel dan Claudya merupakan umat kristiani yang sedang merayakan natal di tahun 2024 kemarin, foto buah hati mereka yang memberikan makna bahwa mereka memilih personalisasi rumah dengan sentuhan kenangan keluarga yaitu, anaknya saat bayi dibandingkan dengan menggunakan dekorasi rumah yang mahal, terdapat figura foto hasil lukisan tangan, pot bunga kecil di atas rak sebagai hiasan ruangan. Terdapat pintu kayu berwarna coklat dan tangga berwarna putih dengan ornament kayu di dalam foto tersebut. Pemilihan material kayu dinilai lebih tahan lama, alami dan memberikan kesan klasik sehingga dapat menjadi salah satu investasi jangka panjang karena materialnya yang kuat dan tidak mudah rapuh. Fathia, Pribadi and Utami, 2021, dalam V, Selly, et al (2024). Pada gambar diatas terlihat Samuel&Claudia menempati rumah minimalis dengan hidup dalam kondisi yang nyaman dengan memanfaatkan penggunaan hiasan dan perabotan rumah yang berkualitas untuk memberikan kenyamanan di dalam hidupnya.

- d. Perilaku. Samuel dan Claudya dalam video berjudul “Langkah-Langkah dalam mengatur Resolusi Keuangan di 2025” menyampaikan dengan tenang dan informatif. Pesan yang mereka bawaikan tersusun secara detail, terarah, dan relevan dengan kondisi masyarakat saat ini. Mereka sering menggunakan analogi yang dekat dengan aktivitas sehari-hari, sehingga mempermudah audiens untuk memahami inti pesan yang disampaikan. Pada akhir video, Samuel&Claudya juga membangun interaksi kepada penontonnya dengan memberikan kesempatan bagi audiensnya untuk berinteraksi di kolom komentar mengenai langkah-langkah atau tips dan mengatur resolusi keuangan di tahun 2025. Samuel dan Claudya memberikan template *tracker net worth* dan *template balance sheet* pada deskripsi video yang dapat diakses public untuk melakukan pencatatan keuangan mereka secara lebih terstruktur.
- e. Tata Bahasa atau Dialog. Samuel & Claudya menerapkan strategi komunikasi yang sistematis dengan menyampaikan informasi secara bertahap dan terstruktur, sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens. Mereka memulai dengan mengevaluasi kondisi keuangan di tahun sebelumnya, kemudian melanjutkan ke langkah-langkah konkret seperti budgeting dan peningkatan pendapatan. Pendekatan ini menekankan pentingnya perencanaan dan pengendalian keuangan dalam *Frugal living*, yang bertujuan untuk membantu individu mengelola keuangan mereka secara lebih efektif. Terdapat 5 langkah

yang dijelaskan oleh Samuel dan Claudya pada video ini seperti yang disampaikan oleh Claudya yakni,

“Pertama evaluasi performa keuangan kita di tahun lalu, kenapa penting banget untuk evaluasi karena kita harus set the standards gimana kita tau apa yang mau kita achieve gimana kita tau sejauh mana kemampuan kita.” Claudya, YouTube 2025)

Claudya menjelaskan bahwa sangat penting untuk melakukan evaluasi performa keuangan tahun sebelumnya karena menjadi langkah awal yang krusial dalam menetapkan standar keuangan di tahun 2025 dan membantu memahami sejauh mana kemampuan finansial seseorang dalam mencapai tujuan di tahun 2025 ini.

Selanjutnya tips kedua yang disampaikan oleh Samuel mengenai cara mengatur resolusi keuangan yaitu,

“Langkah kedua kembali lagi ke resolusi keuangan kita harus punya tujuan keuangan di tahun 2025. Membuat finansial goals atau tujuan yang ditentukan di tahun 2025, dan tujuan ini akan berubah setiap tahunnya.” (Samuel, Youtube 2025)”

Pada tahap ini, Samuel menjelaskan untuk pentingnya menentukan resolusi atau finansial goals di setiap tahunnya untuk dilakukan pada tahun tersebut, ketika di tahun ini finansial goals sudah tercapai artinya, perlu mengatur resolusi keuangan di tahun depan. Sebagai contoh, Samuel mengatur resolusi keuangan untuk membeli mobil, setelah terbeli mobil ia memberikan penjelasan bahwa pembelian mobil yang ia lakukan untuk memberikan kenyamanan dan menunjang aktivitas dia bersama keluarga agar lebih aman dan nyaman.

Selanjutnya terdapat langkah ketiga yaitu Claudya menyampaikan untuk membuat budgeting simple,

“Buat Budgeting yang simple, simple itu maksudnya gimana yah caranya, aduh males, karena pasti ribet apalagi aku anak IPA gapaham sama budgeting, sedangkan anak IPS accounting juga jeblok banget..tapi jaman sekarang budgeting bisa dibuat gampang karena toolsnya sudah banyak banget dan gratisan. Bisa pakai spreadsheets atau tools yang memang gratis.” (Claudya, YouTube 2025).

Samuel menambahkan,

“Ngomong2 soal method dari tadi kalau kalian roaming ngomongin apasih daritadi, mulai aja dari 50 30 20, yaitu dari 100 persen pemasukan itu dulu : 50 30 20, yaitu 50 persen kebutuhan 30 persen keinginan 20 persen tabungan se simple itu dulu. Selanjutnya di tips yang keempat adalah harus “Pantau dan Koreksi Secara Berkala yaitu dimana kalian punya habit untuk mantau dan koreksi secara berkala budgeting kalian.” (Samuel, YouTube 2025).

Dan langkah terakhir, Claudya memberikan saran untuk meningkatkan sumber penghasilan,

“Poin lima tingkatkan sumber penghasilan, nah ini Frugal living ga bikin kaya. memang kalo Frugal living doang ga bikin kaya, tapi itu bisa membantu pendapatan kita yang terbatas jadi bisa cover kebutuhan kita. jadi, misalnya ya kalau kita mau bisa nabung lima ya kita harus naikin income dong jadi 7 sehingga kita bisa ngejar nabung sampai 5.” (Claudya, Youtube 2025)

- f. Gestur. Pada gambar 2.1 terlihat bahwa Samuel dan Claudya secara aktif menggunakan bahasa tubuh saat menjelaskan cara mengatur resolusi keuangan di tahun 2025. Gestur ini memberikan nilai tambah karena membantu mempertegas poin-poin yang sedang mereka

sampaikan, sehingga pesan menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh penonton.

- g. Ekspresi. Samuel dan Claudya pada keseluruhan video menggambarkan ekspresi yang bersahabat dan antusias. Mereka menggunakan senyuman yang hangat. Samuel dan Claudya menggunakan tatapan yang fokus saat menjelaskan poin-poin penting. Ekspresi ini mencerminkan kepercayaan diri dan keseriusan mereka dalam menyampaikan informasi, namun tetap membuat suasana terasa santai dan mudah diikuti. Hal ini membantu membangun kedekatan dengan penonton dan membuat pesan yang disampaikan lebih *engaging*. Samuel dan Claudya format *step-by-step* yang umum dalam konten edukatif di media sosial terutama YouTube, seperti, Samuel & Claudya memanfaatkan ekspresi verbal dalam konteks storytelling dengan menyisipkan pengalaman pribadi “*aku anak IPA gapaham budgeting*” yang membuat audiens merasa lebih dekat dengan mereka.
- h. Suara. Samuel dan Claudya menggunakan sound sebagai background pada opening dan closing di videonya, namun, musiknya tidak terlalu mengganggu dengan tempo yang pelan. Untuk audio utama, suara Samuel dan Claudya jernih dengan bantuan mikrofon yang berkualitas baik dan tidak ada background

2) Level Representasi

- a. Kamera. Pada video ini menggunakan Teknik *medium close-up shots* yang menyoroti ekspresi wajah dan gestur tubuh Samuel dan Claudya. Teknik *medium close up shots* adalah memperlihatkan tubuh manusia dari dada ke atas, hal tersebut membuat objek lebih dominan dibandingkan latar belakang. Teknik ini biasa digunakan untuk adegan percakapan normal antar tokoh dalam film. (Pratista, 2017, h.147). Dalam video ini terlihat Samuel dan Claudya hanya di fokuskan setengah badan saja dengan posisi duduk yang dapat membantu penonton untuk melihat visualisasi secara lebih jelas. Posisi kamera cenderung stabil dengan sudut pandang sejajar mata (*eye-level*).



Gambar 2. 2 Teknik Pengambilan Video Samuel&Claudya
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- b. Pencahayaan. Pada video ini terlihat lighting atau penyorotan yang digunakan tampak jelas dan merata sehingga wajah Samuel dan Claudya tampak jelas. Tidak ada bayangan yang mengganggu.

Pencahayaan latar cukup mendukung tanpa terlalu mencolok, menjaga fokus tetap pada pembicara dan pesan yang disampaikan.

- c. Musik. Musik dalam video ini hadir pada bagian pembuka dan penutup. Musik instrumental digunakan sebagai latar belakang (*background*) untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman dan menarik bagi penonton. Penggunaan musik yang sederhana ini sejalan dengan konsep *Frugal living*, di mana elemen pendukung tetap fungsional tanpa berlebihan.

3) Level Ideologi

Dalam video ini, Samuel & Claudya merepresentasikan ideologi Individualisme Positif. Melalui video berjudul “*5 Langkah Mengatur Resolusi Keuangan di Tahun 2025*”, mereka menekankan pentingnya perencanaan keuangan yang matang agar individu dapat mengelola keuangan pribadinya secara lebih efektif setiap tahunnya. Samuel & Claudya menjelaskan bahwa seseorang tetap bisa memperoleh pendapatan, berbelanja, dan mengonsumsi berbagai kebutuhan, namun dengan kontrol yang bijak untuk menjamin kestabilan finansial di masa depan. Dengan memahami pola pemasukan dan pengeluaran, seseorang dapat membuat keputusan finansial yang lebih cerdas, membatasi pengeluaran yang tidak perlu, serta memastikan setiap pembelian dilakukan secara rasional. Lebih dari sekadar menghemat, perencanaan dan evaluasi keuangan yang dilakukan secara berkala menjadi kunci dalam membangun stabilitas dan kendali finansial yang lebih baik. Oleh

karena itu, Samuel & Claudya mengajak audiens untuk mengutamakan strategi pengelolaan keuangan yang cerdas, menghindari konsumsi berlebihan, dan berfokus pada kesejahteraan finansial dalam jangka panjang.

Berdasarkan analisis Semiotika John Fiske yang telah dijelaskan diatas menegaskan salah satu elemen *Frugal living* yaitu Planning and Control, dimana video ini menekankan pentingnya perencanaan dan pengendalian keuangan yang terstruktur untuk mencapai resolusi finansial di tahun 2025. Melalui pembahasan yang relevan dan aplikatif, Samuel dan Claudya mengajak penonton untuk tidak hanya fokus pada penghematan, tetapi juga pada evaluasi, perencanaan, dan peningkatan pendapatan. Pendekatan ini mencerminkan elemen *planning and control* dari gaya hidup *Frugal living* yang mengutamakan efisiensi dan pengelolaan keuangan yang cerdas untuk mencapai kestabilan finansial jangka panjang.

Preferred Reading Video “ 5 Langkah Mengatur Resolusi Keuangan di tahun 2025

Pada video ini level realitas ditunjukkan dengan dialog dari Samuel dan Claudya yang menunjukkan cara mengatur resolusi keuangan di tahun 2025 dengan langkah-langkah konkret seperti melakukan evaluasi keuangan, budgeting, menekankan kebiasaan untuk mengecek kondisi keuangan secara rutin, dan meningkatkan penghasilan. Lewat narasinya, *Frugal living* mengajarkan bahwa setiap orang tetap bisa

dalam kondisi yang nyaman dalam menghasilkan uang, berbelanja, dan mengonsumsi barang dengan control yang lebih bijak. Video ini menjelaskan secara tidak langsung bahwa *Frugal living* bukan menurunkan standart kehidupan, tetapi bagaimana menjaga dan meningkatkan kesejahteraan finansial dalam jangka panjang yang mengutamakan perencanaan dan kesuksesan finansial yang berkelanjutan.

Level representatif pada video ini terlihat jelas bahwa tidak terdapat tambahan efek suara dan lighting tampak jelas sehingga menyoroti wajah Samuel&Claudia dengan baik, tidak ada tambahan efek music sehingga penonton terfokus pada suara dan pesan yang disampaikan oleh Samuel&Claudia dengan jelas. Ideologi yang disampaikan pada video ini yaitu ideologi individualisme dimana setiap individu perlu melakukan perencanaan resolusi keuangan di setiap tahunnya guna memperoleh keberhasilan finansial yang berkelanjutan.

Preferred reading pada video ini adalah gaya hidup *Frugal living* bukan berarti hidup dalam keterbatasan atau menurunkan standart hidup, melainkan menjaga kesejahteraan finansial dengan melakukan strategi pengelolaan keuangan yang bijak yakni dengan melakukan evaluasi keuangan, budgeting, dan merencanakan strategi dan tujuan finansial sehingga dapat memenuhi kebutuhan hidup secara berkelanjutan. Konsep *Frugal living* berfokus pada pengelolaan keuangan yang efisien agar individu dapat menikmati kehidupan yang

nyaman dan berkualitas serta bebas dari tekanan finansial yang berlebihan.

2.4.2 Usefulness

Video “5 Alasan Kebebasan Finansialmu Harus Dimulai dari Menabung!” dipilih untuk mewakili elemen *usefulness* dalam *Frugal living* karena kontennya menekankan kegunaan praktis dan manfaat jangka panjang dari kebiasaan menabung, mulai dari membangun dana darurat hingga meningkatkan kesejahteraan finansial secara keseluruhan. Pendekatan yang sederhana dengan contoh nyata membantu penonton memahami mengapa menabung menjadi fondasi penting untuk menjalani gaya hidup yang bijak untuk mencapai kebebasan finansial. Berikut analisis lengkap mengenai video tersebut.

1) Level Realitas

- a. Penampilan. Samuel dan Claudya mengenakan kaos berwarna abu-abu yang memberikan kesan sederhana sekaligus nyaman. Penampilan mereka tetap kasual namun rapi, mencerminkan citra profesional sebagai content creator tanpa terlihat berlebihan. Kesederhanaan ini juga tercermin dari minimnya aksesoris yang mereka kenakan sehingga membuat fokus utama tetap pada percakapan dan pesan yang mereka sampaikan. Hal ini sejalan dengan prinsip *Frugal living*, di mana mereka mengutamakan fungsi dan kenyamanan barang terutama dari berpakaian tanpa perlu tampil mencolok dan berlebihan.

- b. Pakaian. Samuel dan Claudya menggunakan kaos lengan pendek dengan warna senada. Claudya tampil cantik dengan baju berwarna abu-abu tua dengan rambut pendeknya. Sedangkan Samuel menggunakan kaos berwarna abu-abu dengan menggunakan bingkai kacamata berwarna hitam. Pemilihan warna netral dalam pakaian mereka mencerminkan kesederhanaan dan kesan minimalis, selaras dengan prinsip *Frugal living* yang mereka anut. Warna-warna ini tidak hanya memberikan tampilan yang bersih dan rapi, tetapi juga menegaskan bahwa gaya hidup frugal living tidak selalu berarti mengorbankan estetika, melainkan lebih pada keputusan yang bijak dan fungsional.



Gambar 2. 3 Pakaian yang digunakan oleh Samuel&Claudya
(Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025)

- c. Tata Rias. Claudya tampil natural tanpa riasan wajah, sementara Samuel juga tidak menggunakan makeup. Kesederhanaan ini

mencerminkan autentisitas mereka sebagai content creator yang ingin lebih fokus pada pesan yang disampaikan daripada tampilan yang berlebihan. Pendekatan ini sejalan dengan gaya hidup *Frugal living* yang mereka anut, di mana esensi dan manfaat lebih diutamakan daripada sekadar estetika.

- d. Latar. Samuel dan Claudya terlihat duduk di kursi di ruang tengah rumah mereka, yang tertata rapi dan bersih. Ruangan ini didominasi warna putih dengan sentuhan elemen kayu, menciptakan atmosfer yang hangat, nyaman, dan fungsional. Di belakang mereka, rak buku berbahan kayu yang tersusun rapi menampilkan berbagai buku, sertifikat, serta pajangan yang mencerminkan kebiasaan belajar dan pengembangan diri. Dekorasi rumah seperti lukisan, foto keluarga, dan potret buah hati mereka saat masih bayi menambah kesan personal dan autentik, menciptakan suasana yang akrab bagi audiens. Di meja, terdapat gelas dan mikrofon yang digunakan sebagai alat pendukung diskusi, menunjukkan efisiensi dalam produksi konten tanpa kesan berlebihan. Selain itu, tangga kayu berdesain terbuka memperkuat estetika minimalis yang tetap fungsional, mencerminkan prinsip hidup sederhana namun tetap berkualitas.



Gambar 2. 4 Latar Video Samuel&Claudya
 Sumber: YouTubeSamuel&Claudya, 2025

- e. Perilaku. Analisis perilakunya terlihat dari cara Samuel dan Claudya mendorong audiens untuk mengambil tindakan nyata melalui perubahan sikap dan perilaku finansial. Dalam pernyataan tersebut, pembicara menggunakan analogi “*menanam pohon*” untuk menekankan bahwa meskipun waktu terbaik untuk memulai mungkin sudah berlalu, langkah terbaik selanjutnya adalah memulai sekarang juga, bahkan dengan jumlah yang kecil. Ini menunjukkan perilaku proaktif dan disiplin, di mana individu diajak untuk tidak menunggu kondisi sempurna, melainkan segera membangun kebiasaan menabung sebagai bentuk kontrol diri. Selain itu, dengan menggarisbawahi keterbatasan sumber daya seperti uang, umur, dan tenaga, Samuel dan Claudya mendorong perubahan perilaku dari konsumtif menjadi lebih terstruktur dan bijaksana dalam mengelola keuangan. Pesan ini tidak hanya berkaitan dengan pengelolaan finansial yang efektif, tetapi juga

menumbuhkan kesadaran akan pentingnya prioritas dalam memenuhi kebutuhan hidup. Secara keseluruhan, perilaku yang diharapkan oleh Samuel dan Claudya adalah peningkatan disiplin finansial melalui tindakan kecil yang konsisten, yang akhirnya akan membantu mencapai tujuan kebebasan finansial dan kualitas hidup yang lebih baik

- f. Tata Bahasa atau Dialog. Pada video berjudul “5 Alasan Kebebasan Finansialmu Harus Dimulai dari Menabung!” Samuel dan Claudya menekankan bahwa kebiasaan menabung berperan penting dalam mewujudkan kebebasan finansial di masa depan. Claudya secara khusus menyarankan para penonton untuk mulai menabung sebagai wujud pengendalian diri terhadap pengeluaran, sehingga mereka dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan,

“Bagaimana kita punya self control, bagaimana kita punya mindset yang tepat, bukan yang kalap, ada yang habis, ada uang makan enak, hm.. hari ini ada uang gatau besok ada uang apa ga, jadi kit habiskan.. jadi mindset-mindset seperti itu harus di.. di apaa ya.. di rewire gitu ya..dari temen-temen untuk membiasakan mindset diri menabung..”(Claudya, YouTube 2025).

Selanjutnya, Samuel menjelaskan pentingnya bersifat sabar dan tidak mengharapakan hasil yang instan seperti yang ia sampaikan,

“Jadi kita terbiasa untuk sabar, kita terbiasa untuk tidak mau instan, ya menyadari bahwa proses adalah bagian dari hidup. Kalau kita tidak mau berproses, kita lihat semua instan-instan aja. Kita datang dari mindset, hm... 'saya adalah I'm the sun and daughter of the universe, everything. I wish all be granted.' Kan ada ya mindset merasa kita nih berhak mendapatkan

segala sesuatu yang ada di dunia ini." (Samuel, YouTube 2025).

Pernyataan tersebut menyoroti pentingnya bersikap sabar dan tidak mengharapkan hasil yang serba instan, karena proses adalah bagian alami dari kehidupan. Jika kita hanya berfokus pada segala sesuatu yang "*instan*," kita cenderung mengabaikan upaya dan tahapan yang perlu dilalui. Selain itu, kalimat "*saya adalah 'I'm the sun and daughter of the universe, everything I wish all be granted'*" mengkritik pola pikir entitlement merasa diri berhak mendapatkan apa saja tanpa usaha. Intinya, kita diingatkan bahwa segala hal membutuhkan proses dan tidak bisa didapatkan secara instan hanya karena merasa "*berhak*." Dalam konteks gaya hidup *Frugal living*, Samuel menjelaskan bahwa kesabaran dan proses adalah kunci dalam mengelola keuangan. Seseorang diharapkan tidak tergoda oleh kepuasan instan atau berbelanja secara impulsif; dengan menghindari pola pikir "*semua harus serba cepat*" dan "*berhak mendapatkan apa saja tanpa usaha*," kita dapat menahan diri dari pengeluaran yang tidak perlu, menabung secara konsisten, serta berinvestasi untuk jangka panjang. Selanjutnya, Claudya menjelaskan bahwa salah satu tempat untuk menabung yang aman adalah yang berbentuk likuiditas karena memiliki kemudahan untuk mengubah asset menjadi uang tunai dengan cepat tanpa mengurangi nilainya, seperti yang disampaikan Claudya yakni,

“Ketika kita menabung yang susah di cairin seperti tanah, ketika kita lagi butuh uang kan menjualnya perlu waktu, bisa jadi jual murah atau jual rugi, kan sayang juga mending ke instrume nliquid seperti obligasi, reksadana, bibit di instrumen yang liquid kalo amit-amit ada apa-apa misal di bulan tertentu menabung, lebih mudah kita cairin bisa, gausah diperpanjang, gapakai ribet, gada pinalti. jadi enak nya nabung di istrumen yang liquid kalau ada apa2 enak langsung di cairin” (Claudya, Youtube 2025)

Pernyataan tersebut menegaskan bahwa menabung di instrumen yang likuid seperti obligasi, reksadana, bibit memiliki kegunaan yang diterapkan (*usefulness*) karena memudahkan pencairan dana kapan pun dibutuhkan. Berbeda dengan aset kurang likuid, seperti tanah, yang memerlukan waktu dan prosedur lebih panjang untuk dijual, instrumen likuid memungkinkan seseorang untuk segera memperoleh uang tunai tanpa harus menanggung risiko kerugian akibat penjualan darurat atau di bawah harga pasar. Dengan demikian, menabung di instrumen yang likuid dapat memberikan rasa aman dan fleksibilitas finansial, terutama saat menghadapi keadaan mendesak, sehingga menjadi bagian penting dari strategi keuangan yang efektif.

Selanjutnya Claudya menambahkan bahwa, ia dan Samuel dan Claudya memiliki prinsip yakni,

“Time to plan a tree is 20 years ago, em... second best time is now. Dengan menabung ini teman-teman bisa memprioritaskan sesuatu, karena semuanya terbatas, seperti, uang, punya umur terbatas, resources terbatas, punya tenaga terbatas sedangkan semuanya mau, sehingga kita harus memprioritaskan untuk hidup lebih layak. Sudah pasti di penuhi dulu” (Claudya, YouTube 2025)

Ungkapan “*The best time to plant a tree was 20 years ago, the second best time is now*” menegaskan urgensi untuk segera memulai kebiasaan baik, termasuk menabung. Meskipun waktu terbaik mungkin sudah berlalu, kita tetap bisa memulainya saat ini juga bahkan dari jumlah yang kecil. Mereka adalah *strong believer* bahwa menabung tidak harus menunggu uang berlebih, yang terpenting adalah konsistensi dan komitmen. Dengan menyadari keterbatasan sumber daya seperti uang, umur, dan tenaga, kita diajak untuk memprioritaskan kebutuhan utama agar dapat hidup lebih layak. Prinsip ini memiliki kegunaan praktis karena menabung sejak dini membangun landasan finansial yang kuat untuk berbagai rencana jangka panjang, mulai dari dana darurat hingga persiapan pensiun. Selain itu, kebiasaan menabung membantu mengurangi stres akibat pengeluaran mendadak dan memberi ketenangan pikiran, sehingga secara keseluruhan meningkatkan kualitas hidup.

- g. Gestur. Samuel dan Claudya aktif untuk menggunakan bahasa tubuh sebagai cara untuk mempertegas makna yang mereka sampaikan. Pada gambar 2.5 Terlihat bahwa Samuel sedang berbicara dengan tangan terangkat untuk menjelaskan informasi terkait menabung. Ia seolah-olah ingin menekankan poin yang sedang ia sampaikan, dimana hal ini merepresentasikan sikap asertif dan keinginan untuk menegaskan informasi. Sementara, Claudya menoleh kearah Samuel memperhatikan dengan seksama apa yang disampaikan oleh Samuel,

yang menunjukkan kerja sama dan rasa hormat terhadap pendapat satu sama lain. Pada gambar. Pada gambar 2.6 Terlihat Claudya terlihat lebih aktif berbicara dengan mengerakkan kedua tangannya, menandakan keinginan untuk menekankan point-point penting dengan penuh semangat. Adanya pergantian peran untuk membagikan informasi keuangan yang dilakukan Samuel dan Claudya menciptakan kesan diskusi yang hangat dan saling menghargai sehingga membuat suasana obrolan lebih kolaboratif.



Gambar 2. 5 Gestur Tangan Samuel
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025



Gambar 2. 6 Gestur Tangan Claudya
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- h. Ekspresi. Claudya tampak cukup ekspresif ketika berbicara, dengan mulut sedikit terbuka seolah sedang menjelaskan pendapatnya kepada Samuel. Terkadang ia tersenyum dan mengangkat alis, menandakan antusiasme serta keterlibatan emosi dalam topik yang dibahas. Keduanya menunjukkan sikap hangat dan terbuka, seolah mengajak penonton untuk mulai menabung demi meraih kebebasan finansial. Sementara itu, Samuel terlihat menoleh ke arah Claudya, mendengarkan dengan saksama. Mereka pun tampak serius dan penuh keyakinan saat memaparkan berbagai manfaat menabung untuk perencanaan keuangan jangka panjang.
- i. Suara. Sound utama bersumber dari mikrofon di depan Samuel&Claudya terlihat sangat jelas tanpa gangguan.

2) Level Representasi

- a. Kamera. Dalam video ini, Samuel & Claudya menggunakan teknik *medium shot* dengan posisi duduk. Medium shot biasanya menampilkan subjek dari pinggang atau dada ke atas, memberikan keseimbangan antara ekspresi wajah dan bahasa tubuh. Teknik ini umum digunakan dalam wawancara, vlog, atau percakapan karena memungkinkan penonton untuk melihat gestur dan ekspresi tanpa kehilangan konteks latar belakang. Secara lebih spesifik, medium shot yang digunakan dalam video ini dapat dikategorikan sebagai *medium close-up*, yang sering disebut sebagai komposisi "potret setengah badan." Dalam

komposisi ini, subjek tetap menjadi fokus utama, sementara latar belakang masih terlihat untuk memberikan konteks visual. Teknik ini membantu memperjelas profil, bahasa tubuh, serta emosi dari subjek yang direkam, sehingga pesan yang disampaikan lebih efektif dan terasa lebih personal bagi penonton (Naratama, 2004:76).

Pada awal video Samuel dan Claudya memasukkan footage video iklan Deposito BPR by Komunal sebagai sponsor dari video ini. Footage iklan di awal video ini tidak hanya berfungsi sebagai sponsor, tetapi juga sebagai strategi yang selaras dengan tema finansial yang dibahas. Dengan menyertakan iklan Deposito BPR by Komunal, Samuel & Claudya memberikan konteks yang relevan mengenai pentingnya menabung dan berinvestasi sejak dini yaitu sebuah konsep yang sejalan dengan prinsip *Frugal living* dan kebebasan finansial. Topik utama dalam video ini, yaitu memulai kebebasan finansial dengan menabung yang semakin diperkuat melalui integrasi iklan ini. Selain itu, pendekatan ini juga menjaga kesinambungan antara konten organik dan promosi, sehingga audiens tetap mendapatkan manfaat edukatif dari materi yang disampaikan oleh Samuel & Claudya.



Gambar 2. 7 Footage pada Video Samuel&Claudya
 Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- b. **Pencahayaan.** Pencahayaan dalam video ini tampak alami dan merata, dengan memanfaatkan sinar matahari dari jendela serta pencahayaan ruangan yang optimal. Hal ini memastikan wajah Samuel dan Claudya terlihat jelas tanpa bayangan yang mengganggu, menciptakan tampilan yang nyaman dan profesional bagi penonton.
- c. **Musik.** Musik dalam video ini hadir pada bagian pembuka dan penutup. Musik instrumental digunakan sebagai latar belakang (*background*) untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman dan menarik bagi penonton. Penggunaan musik yang sederhana ini sejalan dengan konsep *Frugal living*, di mana elemen pendukung tetap fungsional tanpa berlebihan.

3) Level Ideologi

Level Ideologi pada video “5 Alasan Kebebasan Finansialmu Harus Dimulai dari Menabung!” adalah ideologi Individualisme positif. Pesan yang dibawakan Samuel dan Claudya menekankan setiap individu memiliki kemandirian finansial, tanggung jawab pribadi, dan kontrol diri masing-masing. Mereka memperlihatkan bahwa kebebasan finansial tidak datang dengan sendirinya, melainkan melalui kebiasaan dan keputusan yang konsisten, seperti menabung secara rutin dan mengelola pengeluaran dengan bijak. Gaya hidup *Frugal living*, yang mereka usung, menyiratkan penolakan terhadap kepuasan instan dan menekankan pentingnya memprioritaskan kebutuhan utama terlebih dahulu. Dengan demikian, video ini secara keseluruhan mengonstruksi perilaku baru yang diharapkan dapat diadopsi oleh penonton, di mana menabung menjadi landasan kuat untuk mencapai kebebasan finansial dan kualitas hidup yang lebih baik.

Preferred Reading Video 5 Alasan Kebebasan Finansialmu Harus Dimulai dari Menabung!

Pada level realitas Samuel dan Claudya secara konsisten mendorong audiens untuk mengambil langkah nyata dalam mengelola keuangan. Mereka menekankan pentingnya memulai kebiasaan menabung meskipun dalam jumlah kecil, menggunakan analogi “menanam pohon” untuk menegaskan bahwa waktu terbaik untuk memulai mungkin sudah berlalu, tetapi kita tetap bisa segera

mengambil tindakan. Pendekatan ini mencerminkan perilaku proaktif dan disiplin, di mana setiap individu didorong untuk membangun kontrol diri daripada menunggu kondisi sempurna. Selain itu, Samuel dan Claudya juga menyoroti keterbatasan sumber daya seperti uang, usia, dan tenaga, yang menuntut perubahan perilaku dari gaya hidup konsumtif menjadi lebih terstruktur dan bijaksana. Pesan mereka tidak hanya tentang pengelolaan finansial yang efektif, seperti memilih instrumen menabung yang likuid tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya prioritas dalam memenuhi kebutuhan utama. Dengan demikian, perilaku yang diharapkan adalah peningkatan disiplin finansial melalui tindakan-tindakan kecil yang konsisten, yang pada akhirnya membantu audiens mencapai kebebasan finansial serta kualitas hidup yang lebih baik.

Pada level representasi, penggunaan *medium shot* dalam video Samuel & Claudya memberikan fokus seimbang pada ekspresi wajah dan bahasa tubuh mereka. Komposisi “potret setengah badan” semacam ini memudahkan penonton untuk menangkap gestur dan emosi tanpa kehilangan konteks latar belakang, sehingga pesan yang disampaikan terasa lebih personal. Di awal video, penyisipan *footage* iklan Deposito BPR by Komunal sebagai sponsor menegaskan relevansi tema keuangan yang dibahas, memperkuat ajakan menabung dan berinvestasi sejak dini. Pendekatan ini menciptakan kesinambungan

antara konten edukatif dan promosi, menjadikan iklan tersebut bagian integral dari narasi *Frugal living* dan kebebasan finansial.

Video ini merepresentasikan ideologi individualisme dengan menegaskan bahwa kebebasan finansial tidak terjadi secara instan, melainkan melalui kebiasaan dan keputusan yang konsisten, seperti menabung rutin dan mengelola pengeluaran dengan bijak. Samuel dan Claudya menekankan bahwa setiap individu bertanggung jawab atas keuangan dan memiliki kontrol diri. Dari sisi kegunaan praktis, pendekatan ini memberikan manfaat nyata bagi penonton, karena mendorong terbentuknya kebiasaan menabung serta perencanaan keuangan yang lebih terstruktur. Dengan menolak kepuasan instan dan memprioritaskan kebutuhan utama, seseorang dapat lebih mudah meraih kebebasan finansial dan meningkatkan kualitas hidup.

Preferred reading dari video ini adalah, kebebasan finansial tidak datang secara instan, melainkan melalui disiplin, kontrol diri, dan kebiasaan menabung secara konsisten. Samuel dan Claudya menekankan bahwa setiap individu memiliki tanggung jawab untuk mengelola keuangan mereka dengan bijak, dengan menolak kepuasan instan dan berfokus pada prioritas kebutuhan utama. Melalui analogi "menanam pohon," mereka menyampaikan pesan bahwa meskipun waktu terbaik untuk memulai mungkin sudah lewat, langkah terbaik adalah memulainya sekarang bahkan dengan jumlah yang kecil sebagai

fondasi untuk mencapai stabilitas finansial dan kualitas hidup yang lebih baik.

2.4.3 Deals As Temptations

Video “*Empat Kiat Frugal Saat Belanja Barang Mewah (Hobi & Tersier)*” dipilih untuk mewakili elemen *deals of temptations* karena kontennya membahas strategi menghadapi godaan diskon atau penawaran menarik saat membeli barang-barang berharga tinggi. Video ini relevan dalam konteks *Frugal living*, mengingat godaan untuk berbelanja impulsif kerap muncul ketika seseorang menemukan “*deals*” yang terlihat menguntungkan. Berikut adalah analisis lengkap mengenai konten video tersebut. Berikut analisis lengkap mengenai video tersebut.

1) Level Realitas

- a. Penampilan. Pada video berjudul “Empat Kiat Frugal Saat Belanja Barang Mewah (Hobi & Tersier), Samuel dan Claudya tampil menggunakan kaos rumahan. Samuel menggunakan baju warna abu-abu dan Claudya menggunakan baju warna kuning. Keduanya, menggunakan kacamata dengan frame berwarna hitam. Tidak ada penggunaan aksesoris yang mencolok, mereka terlihat nyaman dan sederhana dengan pakaian yang mereka gunakan yang menampilkan gaya hidup frugal living dimana mengutamakan kenyamanan terutama dalam berpakaian



Gambar 2. 8 Penampilan Samuel&Claudya
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- b. **Pakaian.** Dalam gambar, Samuel dan Claudya terlihat mengenakan pakaian santai berupa kaos. Samuel memakai kaos berwarna abu-abu gelap dan kacamata hitam, sementara Claudya mengenakan kaos berwarna kuning dengan kacamata. Claudya hanya menggunakan satu aksesoris sederhana yaitu, cincin yang ia sematkan di jari manisnya. Pilihan pakaian dan aksesoris mereka mencerminkan kesederhanaan yang tetap mengutamakan kenyamanan dan nilai kegunaan barang yang mereka kenakan.
- c. **Tata Rias.** Samuel tampak tidak menggunakan Makeup, sedangkan Claudya berias natural tidak mencolok yang memberikan tampilan lebih segar di depan kamera.
- d. **Latar.** Video ini tampaknya dibuat di salah satu ruangan rumah Samuel dan Claudya. Terdapat mikrofon berukuran besar yang digunakan sebagai penguat suara, dan pada meja kayu yang berada di depan

Samuel&Claudia terdapat kertas dan pena sebagai alat tulis yang berisi materi video untuk disampaikan kepada audiens. Latar belakangnya menampilkan berbagai barang dan dekorasi, seperti penghargaan Silver Play Button YouTube, rak buku, pot bunga kecil, lukisan dinding, jam weker, dan meja. Silver Play Button merupakan penghargaan yang diberikan YouTube kepada konten creator yang telah mencapai 100.000 pengikut. Terdapat berbagai ornament kayu yang digunakan untuk dekorasi rumah, seperti, meja, pintu, tangga, rak buku. Kayu memiliki makna klasik dan kuat, sehingga ornament kayu memberikan kesan yang sangat hangat dan *eye catching* (menarik untuk dilihat). Selain itu, kayu juga tahan lama dan awet untuk perabotan rumah. Penataan ruang yang sederhana namun fungsional ini mencerminkan nilai-nilai *Frugal living*, di mana mereka menghargai apa yang sudah dimiliki dan memanfaatkan ruang secara maksimal untuk kebutuhan sehari-hari, salah satunya adalah membuat konten. Gaya hidup *Frugal living* tercermin pada gambar diatas, dimana rumah Samuel Ray terlihat minimalis dengan mengutamakan kenyamanan dan menggunakan perabotan rumah yang klasik dan material yang awet.

- e. Perilaku. Saat menyampaikan informasi mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan sebelum membeli barang-barang mewah, Samuel dan Claudia menunjukkan sikap yang ramah dan santai. Gaya komunikasi mereka mencerminkan seorang influencer yang cerdas dan autentik, sehingga tidak terkesan kaku atau membosankan. Setiap pembahasan

tentang gaya hidup *Frugal living* disampaikan dengan penuh semangat dan keyakinan, membuat pesan mereka lebih mudah dipahami serta menginspirasi penonton untuk lebih bijak dalam membeli barang terutama barang-barang mewah di era *shopping season* tahun ini.

- f. Tata Bahasa atau Dialog. Pada video ini dimulai dengan opening yang disampaikan oleh Samuel&Claudia mengenai *shopping season* yang dimulai pada bulan November yang identic dengan pesta diskon besar-besaran. Hal ini dikarenakan banyak angka kembar, event besar yang terjadi dimulai dengan pesta diskon angka kembar, pesta diskon akhir tahun, pesta diskon saat natal hingga pesta diskon tahun baru. Hal ini menjadikan banyak masyarakat mulai tergoda untuk membeli barang-barang dengan alih-alih diskon, hal ini ternyata dapat menimbulkan pembelian barang yang tidak diperlukan.

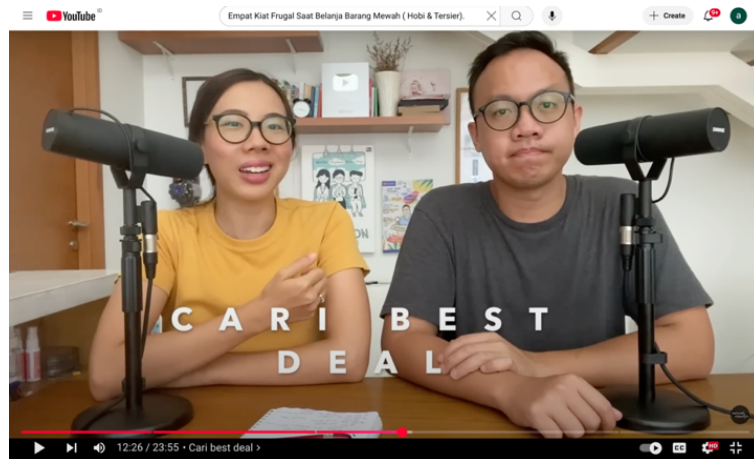
Melalui video ini Samuel&Claudia memberikan *reminder* kepada audiensnya untuk tidak tergoda oleh diskon-diskon yang akan bermunculan pada *shopping season* yang di mulai pada bulan November ini, jika ingin membeli barang lebih *wisely* dengan terlebih dahulu barang-barang tersebut benar-benar dibutuhkan dan bermanfaat. Seperti apa yang disampaikan oleh Claudia untuk memprioritaskan hal-hal yang lebih urgent yakni,

“Manajemen hutang, jika yang masih punya hutang, pastikan hutangnya sudah terkontrol, tidak mesti lunas, karena terkadang kan ada KPR atau kredit kendaraan bermotor, pastikan tenor, bunganya sudah jelas dan termanage dengan baik.”(Claudia, YouTube 2025)

Pada dialog diatas Claudya menjelaskan bahwa sebelum membeli barang barang-barang yang bersifat tersier pastikan sudah melakukan manajemen hutang dengan baik, sehingga pembelian barang tersebut tidak memberikan beban finansial. Claudya memberikan saran untuk menyiapkan dana darurat tergantung dengan pemasukan masing-masing individu, ada yang 3x pengeluaran, 6x pengeluaran, hingga 12x pengeluaran tergantung kondisi kebutuhan masing-masing. Selanjutnya, Samuel memberikan saran untuk membeli barang sesuai dengan budget yang ditentukan, yakni :

“Yang kedua dari kami adalah, pakai sesuai budgetnya. belanja sesuai budgetnya misal tadi teman-teman sudah alokasikan nih.. aku mau 5% dari gajiku untuk seneng-senang untuk kebutuhan tersier ya.. pakailah with in the budget”(Samuel, YouTube 2025)

Dengan melakukan budgeting, dengan melakukan budgeting(perencanaan keuangan), seseorang bisa lebih disiplin dalam mengatur pengeluaran untuk kebutuhan tersier, seperti hobi atau barang mewah. Jika pengeluaran tersier dikendalikan, dana yang tersedia bisa dialokasikan untuk hal lain yang lebih penting, seperti investasi atau tabungan. Sebaliknya, jika seseorang tidak pernah melakukan budgeting, mereka tidak akan tahu berapa banyak gaji yang sebenarnya dihabiskan untuk kebutuhan tersier. Akibatnya, bisa jadi tanpa sadar terlalu banyak uang yang dihabiskan untuk hal-hal yang kurang penting, sehingga menghambat pertumbuhan keuangan mereka.



Gambar 2. 9 Tips Membeli Barang Tersier
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

Pada foto diatas Claudya berbagi pengalamannya mengenai ingin membeli barang, dimana ia memikirkan sampai 2-3 bulan apakah barang tersebut benar-benar dibutuhkan atau hanya keinginan sesaat saja, yaitu membeli karena lucu, seperti yang ia katakan, yakni :

“Biasanya saya difikirkan dulu, bisa berulang-ulang kali tanya aja sama Sam, kalua mau beli satu sepatu atau satu tas bisa sebulan, dua bulan, ya kan ini budget terbatas, kalua gue salah beli, udah nih, gabisa beli lagi sampai tahun depan, jadi benar-benar difikirin....sampai 2-3 bulan ini benar-benar ga ya mau barang ini... benar-benar ga ya barang ini akan sering dipakai ga ya bukan sekedar lucu-lucu aja dan yang paling penting kita tunggu saat lagi best deal, pas lagi best deal ga nih, misalkan kita lagi jalan-jalan ke prancis, kita beli nya pas di prancis, selain lebihmurah juga bisa tax free atau tax refund gitu yaa..., atau gatau ya beli PS pas lagi di jepang bisa jadi dapat yang lebih murah juga.” (Claudya, YouTube 2025)

Samuel menambahkan,

“Perhatikan pajaknya ya teman-teman kadang ada yang lebih murah juga mungkin yang ga worth-it untuk beli di luar negeri

itu teman-teman punya planning. Intinya balik lagi, belanja cermatnya itu lagi, jangan impulsive jangan karena teman-temannya lagi ngomongin seharian jadi gue checkout aja.”(Samuel, YouTube 2025)

Samuel dan Claudya menjelaskan pentingnya untuk mempertimbangkan pembelian barang-barang tersier secara matang, agar tidak terjebak dalam keputusan yang impulsive, mereka menambahkan bahwa perencanaan yang matang untuk membeli dengan harga terbaik sangatlah penting dengan salah satu caranya, membeli barang tersier saat jalan-jalan keluar negeri dimana barang tersebut di produksi seperti perancis, dan kedua, memperhitungkan dengan bijak pajak dan tax refund yang didapatkan ketika membeli barang diluar negeri. Sering kali diskon atau promo yang ditawarkan oleh merek dapat membuat seseorang tergoda untuk membeli barang yang sebenarnya tidak perlu digunakan, maka dari itu penting hal nya membuat keputusan pembelian yang tepat.

Godaan pembelian barang impulsive juga bisa terjadi karena ikut-ikutan teman, dalam konteks ini seseorang mungkin merasa terdorong untuk membeli suatu barang hanya karena teman-temannya sedang membicarakannya atau tren tertentu, seperti yang disampaikan Samuel yakni,

“Misal kita lagi ngantor terus lihat teman-teman kita pakai tas branded, corkcicle gitu ya, tumblr baru yang sedang banyak di omongin. Itu jugaa.. apa ya.. hmm.. kalau memang suka pingin beli silahkan, tapi bukan karena ikut-ikutan teman atau tren, yang penting ngerti sih itu barang apa dan berguna atau tidak” (Samuel, YouTube 2025)

Samuel menekankan pentingnya menghindari pembelian impulsif yang dipicu oleh tren atau pembicaraan di lingkungan sekitar, seperti tumbler Corkcicle atau tas branded. Ia mengingatkan bahwa keputusan belanja sebaiknya didasarkan pada kebutuhan dan pertimbangan matang, bukan sekadar mengikuti arus. Fenomena ini berkaitan dengan *deals of temptations*, di mana seseorang tergoda membeli suatu barang hanya karena terlihat sebagai penawaran menarik atau sedang populer di lingkungannya. Tekanan sosial sering kali memengaruhi pola konsumsi, yang pada akhirnya dapat berujung pada pengeluaran yang tidak optimal atau bahkan pemborosan.

- g. Gestur. Samuel sering menggunakan gerakan tangan terbuka saat menjelaskan terutama ketika memberikan saran mengenai pembelian barang tersier. Ia juga sesekali menggunakan gestur menunjuk atau mengayunkan tangan, yang menandakan point-point penting dan menandakan bahwa ia ingin audiens lebih memperhatikan apa yang disampaikan. Hal ini menunjukkan sikap yang ramah, terbuka dan menyampaikan informasi dengan engaging. Claudya di beberapa momen, tampak menyilangkan lengannya dengan satai, yang dimaknai dengan berfikir atau mempertimbangkan sesuatu sebelum menjelaskan lebih lanjut. Ia juga aktif untuk mengerakkan tangannya untuk memperjelas pengalaman pribadinya dan menekankan pentingnya berfikir matang sbelum membeli barang.



Gambar 2. 10 Gesture Tangan Claudya
 Sumber : YouTube Samuel&Claudia, 2025

- h. Ekspresi. Samuel dan Claudya dalam video ini terlihat ramah dan penuh senyuman, menciptakan kesan hangat, keterbukaan, serta keinginan untuk berbagi informasi dengan audiens. Sikap mereka yang santai dan komunikatif menunjukkan bahwa kondisi shopping season dapat disikapi dengan bijak tanpa harus terjebak dalam pembelian impulsif. Mereka membangun interaksi yang alami dan engaging, membuat topik pengelolaan keuangan terasa lebih dekat dan mudah dipahami oleh audiens. Dengan ekspresi yang bersahabat, Samuel dan Claudya menekankan bahwa memanfaatkan diskon dan promo bisa tetap menyenangkan, asalkan dilakukan dengan perencanaan yang matang dan sesuai kebutuhan.



Gambar 2. 11 Gesture Tangan Samuel
 Sumber : YouTube Samuel&Claudia, 2025

- i. Suara. Tidak ada background dalam video ini, sound utama berasal dari standing mic tepat berada di depan Samuel & Claudia

2) Level Representasi

- a. Kamera. Pada video ini Samuel&Claudia menggunakan teknik *medium shot* dengan posisi duduk. *Medium shot* membantu untuk menampilkan subjek dengan lebih jelas, sehingga audiens dapat melihat mimik wajah dan keterlibatan mereka dalam pembahasan mengenai kiat *Frugal living* dalam membeli barang tersier. Background dalam video tetap terlihat, yang membantu memberikan konteks tambahan. Latar belakang seperti rak buku, dekorasi ruangan, ornament kayu dapat memberikan kesan yang lebih personal dan mendukung branding mereka sebagai konten kreator di bidang finansial dan *Frugal living*.

- b. Pencahayaan. Pencahayaan dalam video ini terlihat alami dan merata, Samuel&Claudia pada video ini memanfaatkan sinar matahari dari jendela dan pencahayaan ruangan yang baik, sehingga memastikan wajah mereka terlihat jelas tanpa ada bayangan yang mengganggu.
- c. Musik. Musik dalam video ini hadir pada bagian pembuka dan penutup. Musik instrumental digunakan sebagai latar belakang (*background*) untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman dan menarik bagi penonton. Penggunaan musik yang sederhana ini sejalan dengan konsep *Frugal living*, di mana elemen pendukung tetap fungsional tanpa berlebihan.

3) Level Ideologi

Level Ideologi yang tercermin pada video ini adalah, *Individualisme*. Samuel & Claudia memiliki pola pikir yang rasional, disiplin dalam keuangan dan visioner, hal ini tercerminkan di dalam video ini, dimana Samuel & Claudia mengajak audiens untuk berfikir secara kritis sebelum membeli barang mewah, dengan memastikan bahwa keputusan tersebut tidak berdampak negative bagi kondisi keuangan pribadi. Dalam konteks *Frugal living*, video mereka menekankan pentingnya manfaat jangka panjang dalam membeli barang mewah yang sifatnya tersier, seperti, kegunaan dan nilai barang tersebut, bukan karena mengikuti tren atau dorongan lingkungan sosial. Mereka memberikan tips-tips kepada audiensnya untuk menghindari

jebakan konsumsi berlebihan dengan memanfaatkan promo dan harga miring. Hal ini membantu audiens untuk tetap memperoleh barang impian mereka dengan cara yang lebih hemat dan menguntungkan..

Preffered Reading Video “ Empat Kiat Frugal Saat Belanja Barang Mewah (Hobi & Tersier)

Level Realitas dalam video ini menampilkan Samuel & Claudya dalam format podcast video, di mana keduanya duduk berdampingan dengan mikrofon di depan mereka. Mereka terlihat ramah dengan gestur yang aktif, menunjukkan keterbukaan dan antusiasme dalam berbagi informasi tentang strategi berbelanja barang mewah secara bijak. Samuel dan Claudya menggunakan gaya komunikasi yang santai dan relatable, mereka membagikan pengalaman serta kiat-kiat seperti menentukan skala prioritas, mencari best deal, dan memastikan pembelian dilakukan karena kebutuhan, bukan sekadar mengikuti tren.

Level Representasi menyoroti bagaimana ekspresi dan bahasa tubuh mereka memperkuat pesan yang disampaikan. Pemilihan latar belakang dengan rak buku, dekorasi minimalis, ornamen kayu, serta pencahayaan alami mendukung citra mereka sebagai pasangan muda yang cerdas, terorganisir, dan menjalani gaya hidup sederhana. Level Ideologi dalam video ini menegaskan bahwa *Frugal living* bukan berarti menolak konsumsi barang mewah yang bersifat tersier, tetapi lebih kepada bagaimana mengelola keuangan dengan bijak agar setiap pembelian memberikan nilai yang optimal. Samuel & Claudya

menanamkan pemahaman bahwa kebebasan finansial tidak hanya soal menghemat, tetapi juga tentang membuat keputusan finansial yang cerdas dan berkelanjutan.

Preferred Reading dalam video ini menekankan bahwa membeli barang tersier tidak bertentangan dengan prinsip *Frugal living*, asalkan dilakukan dengan penuh pertimbangan dan strategi yang tepat. Samuel & Claudya menyoroti pentingnya perencanaan, riset harga, serta memanfaatkan momen terbaik untuk berbelanja, seperti shopping season atau tax refund di luar negeri, guna mendapatkan nilai maksimal dari setiap pembelian. Video ini juga mengingatkan audiens agar tidak mudah terbawa euforia shopping season dan lingkungan yang kerap memicu keputusan impulsif.

2.4.4 Bargain Hunting Tendency

Video “*Tips Belanja Bahan Bangunan Rumah (Beli Rumah Series Part 2/3)*” dipilih untuk mewakili elemen *bargain hunting tendency* karena membahas cara memperoleh penawaran terbaik saat membeli material untuk membangun atau merenovasi rumah sebuah contoh konkret di mana perilaku membandingkan harga, menawar, dan memanfaatkan promo dapat menghemat pengeluaran secara signifikan. Dengan demikian, konten video ini secara langsung mencerminkan kecenderungan mencari *bargain* dalam praktik *Frugal living*. Berikut analisis lengkap mengenai konten video tersebut.

1) Level Realitas

- a. Penampilan. Samuel&Claudia pada video berjudul Tips Belanja Bahan Bangunan Rumah (Beli Rumah Series Part 2/3) tampil dengan gaya yang sederhana dan kasual. Mereka mengenakan pakaian rumahan berupa kaos polos berwarna netral. Samuel menggunakan kacamata berwarna hitam dan Claudia menggunakan kacamata berwarna bening dengan rambut terikat.



Gambar 2. 12 Penampilan Samuel&Claudia
Sumber : YouTube Samuel&Claudia, 2025

- b. Pakaian. Samuel dan Claudia pada video ini terlihat sangat nyaman dengan kaos yang mereka kenakan. Keduanya tampil sederhana dan rapi. Samuel mengenakan kaos berwarna hitam dengan kacamata berwarna senada, sedangkan Claudia tampil cantik dengan baju kaos berwarna abu-abu dengan kacamata berwarna putih. Pilihan pakaian ini yang mereka kenakan mencerminkan prinsip *Frugal living*, di mana mereka lebih mengutamakan kenyamanan dan fungsi daripada mengikuti tren mode atau mengenakan pakaian bermerek mahal.

Kesederhanaan dalam berpakaian juga sejalan dengan tema video yang membahas cara berbelanja bahan bangunan secara cerdas dan hemat, memperkuat citra mereka sebagai pasangan yang mengedepankan efisiensi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam berpakaian.

- c. Riasan Wajah. Samuel tidak terlihat menggunakan riasan wajah, dan Claudya terlihat menggunakan makeup natural, dengan alis berwarna coklat, serta lipstick senada dengan warna bibir yang memberikan kesan *my lip but better*. Tampilan riasan wajah Claudya sangat fresh dan terkesan professional di depan kamera. Rambut yang di ikat *pony tail* memberikan kesan kesederhaan dan kerapian.
- d. Latar. Lingkungan tempat perekaman video ini mencerminkan suasana yang nyaman, sederhana, dan estetik, selaras dengan konsep minimalis modern. Ruangan terlihat bersih dan rapi, didominasi oleh warna putih yang dipadukan dengan elemen kayu, menciptakan atmosfer yang hangat dan *homey*. Di belakang Samuel & Claudya, terdapat rak buku yang tertata rapi, serta dekorasi rumah seperti lukisan, foto keluarga, dan potret buah hati mereka saat masih bayi, memberikan sentuhan personal yang memperkuat kesan akrab dan autentik. Selain itu, tangga kayu berdesain terbuka semakin menambah nuansa modern dan simpel, mencerminkan efisiensi serta estetika yang tidak berlebihan.
- e. Perilaku. Samuel & Claudya menyampaikan informasi dengan tenang, jelas, dan informatif, menunjukkan bahwa mereka benar-benar memahami topik yang dibahas. Saat memberikan tips berbelanja

perlengkapan rumah, mereka saling melengkapi dalam berbicara, tanpa ada yang mendominasi, sehingga tercipta suasana diskusi yang harmonis dan nyaman. Penyampaian mereka terstruktur dan mudah dipahami, tanpa kesan terburu-buru atau terlalu kaku. Setiap poin disampaikan secara alami dan jujur, memperlihatkan niat mereka untuk benar-benar membantu audiens. Selain itu, ekspresi wajah yang ramah dan antusias semakin menambah kesan bahwa mereka menikmati berbagi pengalaman serta pengetahuan dengan penonton.

- f. Tata Bahasa atau Dialog. John Fiske memandang speech sebagai cara di mana bahasa mengomunikasikan makna budaya dan nilai-nilai sosial. Hal ini sesuai dengan prinsip penyampaian nilai-nilai ekonomi dalam membeli barang untuk kebutuhan rumah yaitu seperti yang disampaikan Claudya yakni,

“Kenapa pakai mitra 10, bukan karena kami di endorse ya, tapi karena bisa ngumpulin point ya. Ya jadi waktu itu.. ee.. ya ada pointnya juga yang bisa dikumpulin karena memang di awal kita taunya toko bangunan yang rasanya seperti supermarket, yang feelnya tidak terlalu pasar gitu.. ya kita di mitra 10. Ohya, bayarnya bisa pakai kartu kredit, kalau di toko bangunan biasa kan biasanya cash only, nah ini lumayan nih bisa kumpulin point lagi.” (Claudya, YouTube 2025)

Pada percakapan diatas Claudya menggunakan bahasa yang menekankan manfaat konkret dalam membeli barang untuk perabot rumah yaitu di Mitra 10. Mitra 10 dipilih oleh Samuel dan Claudya karena kemudahan dalam proses pembayaran, dimana toko bangunan pada umumnya, hanya bisa membayar secara tunai namun, Mitra 10

dapat menggunakan kartu kredit yang memberikan manfaat yaitu, dapat menambah point. Samuel dan Claudya melalui strategi ini telah mengkomunikasikan nilai-nilai ekonomi yang cerdas dan terencana dengan menunjukkan bahwa mereka tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga manfaat jangka panjang (misalnya *reward point*) yang dapat menghemat pengeluaran untuk pembelian selanjutnya di kemudian hari. Claudya menjelaskan ia telah mempersiapkan barang-barang seperti granit, keramik untuk rumah dan service area, parket untuk kamar dan aksesoris pintu di Mitra 10. Pemilihan parket atau lapisan kayu memberikan kesan hangat dan tahan lama jika dibandingkan dengan bahan-bahan lain, selain designnya yang estetik dan minimalis parket stabil terhadap perubahan suhu dan kelembapan. Berikut pada gambar dibawah ini adalah, keramik di service area yang dibeli oleh Samuel dan Claudya di Mitra 10 yang telah digunakan di rumahnya,



Gambar 2. 13 Area Service Rumah Samuel&Claudya
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

Selanjutnya, Claudya bercerita bahwa dalam membeli daun pintu ia bersama Samuel mendatangi beberapa workshop kayu di dekat rumahnya, untuk mencari daun pintu dengan harga yang murah dan kualitas yang baik, seperti yang disampaikan Claudya, yakni :

“Lalu kusen dan pintu nya kita beli di workshop dekat rumah, kita naik motor kelilingin, jadi ada beberapa workshop, kita ngobrol-ngobrol di beberapa tempat sampai dapat harga yang pas. Pas secara harga dan kualitas kita melihatnya cukup bagus gitu ya dari daun - daun pintu yang mereka buat”
(Claudya, YouTube 2025)

Samuel dan Claudya, dalam membangun rumahnya telah merencanakan pembelian barang dengan melakukan survey di beberapa tempat untuk menemukan harga terbaik tanpa mengorbankan kualitas barang yang ingin dimilikinya.

Samuel pun memberikan tips kepada kita untuk membeli perabotan rumah khususnya dengan harga miring untuk kebutuhan di dapur, yakni

“Untuk area kitchen, kita belanja di Pinangsia satu jalan di dekat manga dua daerah kota sana, dimana satu jalan itu banyak ruko yang jualan aksesoris kitchen semua, dengan harga yang relatif lebih murah ya daripada online ataupun beli di departement store. Selanjutnya untuk kompor dan Hooknya juga kita pakai Ariston. Nah, ini cara berhemat juga, coba jalan-jalan ke toko resminya, di mall gitu ya, coba tanya barang-barang display yang dijual, ya memang kondisinya ada beret-beret halus, terus juga mungkin knop nya ada yang diganti segala macem, tapi harganya bisa miring jauh dibandingkan dengan harga segel. Nah, kebetulan kita pilih yang barang display ada satu Knop yang kurang kenceng, terus kita minta di replace dan free of charge dari Aristonya. Nah temen-temen bisa coba nih trik ini sama dengan kita, siapa tau bisa hermeet disini.” (Samuel, YouTube 2025)

Terlihat pada dialog diatas Samuel memberikan informasi mengenai tempat yang bisa dijadikan referensi untuk membeli keperluan aksesoris dapur dengan harga yang murah dengan kualitas yang baik. Samuel memberikan saran bagaimana cara mendapatkan harga terbaik serta memanfaatkan situasi (*barang display*) untuk keuntungan maksimal. Melalui bahasa yang mereka digunakan, kedua pembicara membentuk identitas sebagai konsumen yang cerdas, hemat, dan paham strategi belanja. Bahasa mereka bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menyiratkan bahwa perilaku *Frugal living* dan *bargain hunting* adalah tindakan yang logis dan menguntungkan. Speech di sini berfungsi sebagai alat menyebarkan praktik *Frugal living* di lingkungan sosial mereka, sekaligus memberi contoh kepada orang lain tentang bagaimana “berhemat” dapat dilakukan secara cerdas. Menurut Fiske, bahasa merupakan medium di mana kita merundingkan makna dan nilai dalam kehidupan sehari-hari. Dalam percakapan ini, pilihan kata seperti “*ngumpulin point*”, “*bayar pakai kartu kredit*”, “*belanja di Pinangsia*”, dan “*barang display*” mengandung makna bahwa konsumen harus peka terhadap peluang dan selalu mencari cara untuk mendapatkan nilai lebih dalam setiap transaksi. memberikan keuntungan serupa Samuel menyebutkan belanja di area Pinangsia karena di sana harga aksesoris kitchen lebih murah dibandingkan online atau di department store. Ini adalah contoh khas dari *bargain hunting*, yaitu aktif mencari tempat yang

menawarkan harga paling kompetitif. Dia juga menunjukkan strategi lain, yaitu membeli barang display dengan kerusakan kecil (knop kurang kencang) dan meminta penggantian secara gratis. Hal ini menggambarkan bagaimana memanfaatkan situasi untuk mendapatkan nilai lebih dari transaksi yang dilakukan.

- g. Gestur. Samuel & Claudya aktif menggunakan gerakan tangan saat menjelaskan informasi kepada penontonnya, dimana hal tersebut membantu memperjelas poin-poin yang mereka sampaikan.. Mereka tidak terlalu banyak bergerak atau menggunakan gestur yang berlebihan, mencerminkan gaya komunikasi yang santai tetapi tetap profesional. Claudya cenderung lebih ekspresif dengan gerakan kepala dan tangan yang aktif, sementara Samuel lebih tenang dengan gestur yang lebih terkendali. Keduanya duduk dengan *postur* tubuh yang terbuka, yang menunjukkan keterbukaan dalam berbagi informasi kepada audiens.



Gambar 2. 14 Gestur Tangan Samuel
Sumber : YouTube Samuel&Claudia, 2025



Gambar 2. 15 Gesture Tangan Claudya
 Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- h. Ekspresi. Dari segi ekspresi wajah, Samuel & Claudya tampak ramah dan antusias, mencerminkan kesenangan mereka dalam berbagi pengalaman dan pengetahuan. Mereka kerap tersenyum dan menjaga kontak mata dengan kamera, menciptakan kedekatan serta rasa akrab dengan penonton. Saat menjelaskan poin-poin penting, ekspresi mereka menjadi lebih serius namun tetap santai, menunjukkan pemahaman mendalam serta keyakinan terhadap informasi yang disampaikan. Gaya penyampaian yang natural dan jujur membuat audiens lebih mudah memahami serta mengikuti tips yang mereka bagikan.
- i. Suara. Suara mereka terdengar jelas, terstruktur, dan nyaman didengar, dengan intonasi yang natural sehingga penyampaian informasi terasa lebih efektif dan mudah dipahami. Tidak ada efek suara berlebihan atau musik latar yang terlalu dominan, menciptakan suasana yang sederhana

dan fokus pada isi pembahasan. Kualitas audio yang baik didukung oleh penggunaan mikrofon clip-on yang disematkan pada pakaian Samuel dan Claudya. Penggunaan perangkat ini memastikan suara tetap jernih dan profesional tanpa perlu perlengkapan rekaman yang berlebihan, mencerminkan pendekatan yang praktis, efisien, dan tetap berkualitas dalam produksi konten mereka.

2) Level Representasi

- a. Kamera. Video ini menggunakan *angle* yang stabil dan *well-framed* dengan komposisi *two-shot*, menampilkan Samuel & Claudya dalam satu frame untuk menekankan interaksi alami di antara mereka. Kedalaman bidangnya seimbang, sehingga latar belakang tetap terlihat tanpa mengalihkan fokus dari pembicara. Kamera menggunakan lensa *focal length medium* yang menghasilkan tampilan profesional, tajam, dan nyaman ditonton. Selain itu, penggunaan *eye-level shot* membuat video terasa lebih relatable dan *engaging*, seolah-olah mereka sedang berbicara langsung kepada audiens. Untuk memperjelas poin yang disampaikan, Samuel & Claudya juga memasukkan beberapa *footage* atau potongan video berisi visualisasi yang mendukung, sehingga informasi yang dijelaskan lebih mudah dipahami oleh penonton. Berikut *footage* dari rumah Samuel & Claudya, mereka menjelaskan mengenai pembelian AC, Kulkas, Dispenser dan mesin cuci yang membeli di *electronic city*, alasan mereka membeli di toko tersebut karena terdapat

diskon atau promo “mengisi rumah” yang sedang berlangsung saat pameran di atrium mall Gandaria City.



Gambar 2. 16 Teknik Pengambilan Video Samuel&Claudya
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- b. **Pencahayaan.** Pencahayaan yang digunakan pada video ini tampak soft dan natural, yang memanfaatkan perpaduan cahaya alami dari sinar matahari dan lampu tambahan seperti *ring light* untuk memastikan wajah tetap terang dan tidak ada bayangan yang terlihat. Warna cahaya cenderung *warm & neutral*, menciptakan kesan yang ramah dan nyaman untuk dilihat, pemilihan lighting sangat cocok untuk konten edukasi melalui media sosial dengan pendekatan santai. Tidak ada efek pencahayaan dramatis atau sorotan berlebihan, yang menegaskan bahwa konten ini lebih menitikberatkan pada kesederhanaan dan kejelasan informasi dibanding visual yang mewah.
- c. **Musik.** Musik dalam video ini hadir pada bagian pembuka dan penutup. Musik instrumental digunakan sebagai latar belakang (*background*)

untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman dan menarik bagi penonton. Penggunaan musik yang sederhana ini sejalan dengan konsep *Frugal living*, di mana elemen pendukung tetap fungsional tanpa berlebihan.

3) Level Ideologi

Ideologi Individualisme tercermin pada tokoh Samuel & Claudya, keduanya sangat cermat sebagai pasangan muda dalam membangun rumah. Mereka telah memanfaatkan peluang keuangan dengan cermat dengan mengoptimalkan strategi pembelian barang yang tepat. Pada video ini, mereka mengajarkan kepada audiensnya untuk membandingkan harga di berbagai toko sebelum membeli, tak hanya itu, mereka membagikan tips untuk mencari potongan harga dan penawaran terbaik untuk bahan bangunan yang berkualitas, bukan hanya termurah. Mereka mengajarkan untuk menjadi pembeli yang cerdas, sabar dan penuh perhitungan dalam mengelola pengeluaran beserta seperti saat membangun rumah.

Preferred Reading Video “Tips Belanja Bahan Bangunan Rumah (Beli Rumah Series Part 2/3)

Level Realitas dalam video ini menampilkan bagaimana Samuel dan Claudya berburu harga terbaik untuk membeli barang dengan strategi yang tepat, mereka berupaya menunjukkan cara memilih tempat belanja yang tepat dengan harga yang murah dan berkualitas baik, menggunakan system pembayaran yang dapat mendapatkan point,

serta mencari alternatif yang lebih ekonomis yaitu membeli kompor gas display. Melalui percakapan yang mereka sampaikan, Samuel dan Claudya tidak hanya membandingkan harga barang di berbagai platform belanja online, namun, juga mendatangi tempat-tempat yang menjual kebutuhan rumah tangga dengan harga yang relative lebih murah dan kualitas yang baik. Samuel dan Claudya telah merepresentasikan proses pengambilan keputusan yang rasional, dimana konsumen diajak untuk lebih kritis dalam membeli barang.

Dari segi teknis, video ini menggunakan angle yang stabil dan well-framed dengan komposisi two-shot, yang menampilkan Samuel & Claudya dalam satu frame untuk memperkuat kesan interaksi dengan penontonnya. Untuk mempertegas pesan yang mereka sampaikan, Samuel dan Claudya memasukkan footage berupa video barang-barang kebutuhan rumah yang telah mereka dapatkan dengan harga murah dan kualitas yang baik. Pencahayaan dalam video tampak sangat natural, dengan dominasi sinar matahari sebagai sumber utama, yang kemudian didukung oleh rig light guna memastikan wajah tetap terang dan bebas dari bayangan yang mengganggu. Level Ideologi yang terlihat di video ini menekankan bahwa menjadi konsumen cerdas bukan hanya mencari harga termurah, tetapi mampu merencanakan pengelolaan keuangan untuk mencari harga terbaik dengan kualitas yang baik pula.

Preferred Reading video ini adalah Menjadi konsumen cerdas bukan sekadar mencari harga termurah, tetapi juga melakukan riset dan

perencanaan yang matang dalam berbelanja. Video ini mengajarkan audiens untuk mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kualitas produk, metode pembayaran yang dapat memberikan keuntungan tambahan seperti poin atau cashback, dan alternatif pembelian barang yang lebih ekonomis seperti barang display, dan membandingkan harga di berbagai platform belanja online dan toko fisik. Video ini mendorong sikap kritis dan rasional individu dalam pengambilan keputusan finansial dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga.

2.4.5 Triumph of a Good Deal

Video “Kenapa Pasangan Frugal Ini Suka Banget Pakai Kartu Kredit” dipilih untuk mewakili elemen *Triumph of A Good Deal* karena menjelaskan manfaat kartu kredit yang dirasakan langsung oleh Samuel dan Claudya. Mereka membagikan pengalaman bagaimana kartu kredit membantu mengoptimalkan keuangan mereka melalui berbagai keuntungan, seperti poin reward, cashback, promo belanja, dan pengaturan cash flow yang lebih baik. Pengalaman mereka menggambarkan kepuasan dalam menemukan dan memanfaatkan penawaran terbaik yang ditawarkan oleh kartu kredit untuk kebutuhan sehari-hari. Berikut analisis lengkap mengenai video tersebut.

1) Level Realitas

- a. Penampilan. Samuel dan Claudya adalah pasangan suami istri yang menerapkan gaya hidup *Frugal living* dan mengedukasinya melalui

video-video di kanal YouTube mereka. Dalam video ini, keduanya mengenakan kaos sederhana, mencerminkan kesederhanaan yang memang konsisten terlihat dalam konten-konten mereka. Pilihan pakaian yang nyaman dan fungsional ini sejalan dengan prinsip *Frugal living* yang mereka jalani, di mana kualitas dan kenyamanan barang lebih diutamakan daripada sekadar gaya semata. Kacamata berbingkai bulat yang mereka kenakan pun menambah kesan tegas dan cerdas dalam penyampaian edukasi keuangan mereka sampaikan.



Gambar 2. 17 Penampilan Samuel&Claudya
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- b. Pakaian. Pada video “Kenapa Pasangan Frugal Ini Suka Banget Pakai Kartu Kredit?” Samuel mengenakan kaos hitam dengan garis berbentuk abstrak di dadanya, lalu Claudya mengenakan kaos polos berwarna merah. Mereka tampak sederhana tanpa terlihat menggunakan aksesoris tambahan yang memperkuat kesan frugal yang memang

menjadi ciri khas mereka. Gaya berpakaian yang nyaman dan minim aksesoris ini mencerminkan prinsip *Frugal living* yang mereka jalani, dimana mereka lebih mengutamakan fungsi dan kenyamanan daripada sekadar mengikuti tren kemewahan

- c. Tata Rias. Claudya tampil dengan riasan wajah natural, dengan alis coklat yang membingkai wajahnya. Lipstik yang ia kenakan memiliki warna senada dengan bibirnya, memberikan kesan “my lips but better” yang mempertegas kecantikan alaminya. Rambutnya diikat dengan beberapa helai terurai di bagian depan, menciptakan tampilan “*effortless*” beauty. Sementara itu, Samuel tampil natural tanpa riasan, menonjolkan warna kulit alaminya dan rambut yang ditata rapi. Penampilan keduanya mencerminkan kesiapan sebagai konten kreator profesional yang tidak hanya mengedukasi, tetapi juga merepresentasikan gaya hidup sederhana yang mereka jalani.
- d. Latar. Latar dalam video ini berada di ruang tengah rumah Samuel dan Claudya, yang didominasi warna putih dengan perpaduan elemen kayu pada perabotan utama, seperti meja, rak buku, pintu, dan hiasan di ujung tangga. Material kayu memberikan kesan hangat sekaligus estetik, menciptakan nuansa homey yang nyaman. Kayu juga dikenal sebagai bahan berkualitas tinggi, yang ketika dipadukan dengan warna putih, menghadirkan keseimbangan antara klasik dan aesthetic. Di belakang tempat Samuel dan Claudya duduk, terdapat berbagai dekorasi yang tidak hanya mempercantik ruangan tetapi juga memiliki

makna tersendiri. Pertama, beberapa buku yang tertata rapi mencerminkan kebiasaan membaca untuk memperoleh ilmu baru, yang sering dilakukan oleh Samuel dan Claudya.

Kedua, Samuel dan Claudya memajang foto buah hati mereka menambah sentuhan personal yang hangat. Ketiga, di dinding ada sebuah lukisan berwarna hitam dan biru menampilkan tiga pria di dalam kendaraan umum sedang berangkat kerja dengan tulisan “Lagi Probation”, yang mungkin merepresentasikan perjalanan awal seseorang dalam dunia kerja. Selain itu, Silver Play Button dari YouTube yang dipajang di rak menjadi simbol pencapaian mereka sebagai kreator edukasi keuangan yang berpengaruh bagi masyarakat dengan telah mencapai 100.000 pengikut lebih.

Dekorasi rumah yang tertata rapi dan minimalis semakin menegaskan kesederhanaan dan efisiensi penggunaan barang selaras dengan prinsip *Frugal living* yang mereka jalani. Dengan menjadikan rumah sendiri sebagai latar syuting, Samuel dan Claudya menciptakan suasana yang hangat dan autentik, mempererat kedekatan dengan audiens dengan membuat mereka merasa lebih terhubung secara personal.

- e. Perilaku. Samuel dan Claudya merupakan pasangan konten kreator yang mengusung gaya hidup *Frugal living*. Salah satu strategi bijak yang mereka terapkan adalah memanfaatkan kartu kredit dan digital banking. Dalam video ini, mereka menjelaskan secara empiris alasan

mereka menyukai penggunaan kartu kredit, seperti memperoleh poin yang bisa ditukarkan menjadi voucher belanja, miles untuk tiket pesawat, memanfaatkan berbagai promo kebutuhan sehari-hari, hingga membantu mengatur cash flow. Secara perilaku, keduanya terlihat disiplin dalam memanfaatkan fasilitas perbankan selalu membayar tagihan tepat waktu, mencari promo terbaik, dan mengoptimalkan fitur kartu kredit demi menekan pengeluaran. Selain itu, mereka juga tampak antusias dan transparan saat berbagi pengalaman pribadi, menunjukkan sikap ramah serta keterbukaan yang membuat tips dan strategi mereka lebih mudah diterapkan oleh audiens yang ingin mengikuti prinsip *Frugal living*

- f. Tata Bahasa atau Dialog. Video ini membahas mengenai strategi yang dilakukan oleh Samuel dan Claudya dalam memanfaatkan produk perbankan, yaitu salah satunya penggunaan kartu kredit. Samuel dan Claudya menjelaskan bahwa di dalam kehidupan sehari-harinya tidak akan terlepas dari produk perbankan, seperti, transfer, penukaran valas jika sedang jalan-jalan keluar negeri, top up e-wallet. Salah satu produk perbankan yang mereka gunakan adalah kartu kredit dan digital banking. Terdapat beberapa keuntungan yang mereka rasakan ketika menggunakan kartu kredit, dimana, membantu mereka dalam mendapatkan point, harga promo tiket hingga, kemudahan dalam mengatur *cashflow* keuangan. Pertama, penggunaan kartu kredit dapat

digunakan untuk mendapatkan promo tiket pesawat dan hotel, seperti yang disampaikan Claudya yakni,

“Untuk liburan juga nih, kami bayar lewat kartu kredit, waktu booking hotel, booking tiket pesawat, bayar tiket pesawat. Nah.. tiket pesawat ini juga banyak banget promo ya.. kalau lagi travel fair pakai kartu kredit tertentu itu bisa banyak diskonnya, itu beberapa kali kami dapattiket murah, pakai kartu kredit gitu. kami biasa ditukar dengan miles, karena kami suka jalan-jalan udah beberapa kali tiket pasawat, misalkan ke Bali tiket pesawatnya PP 2juta, 2.5Jt dengan menukarkan point miles kita cuma bayar 100 sampai 200 ribu untuk biaya administrasinya aja. Dan itu sudah beberapa kali ya kami nikmati. Untuk hotel, hotel juga sama pakai fasilitas kartu kredit, kalau mau refund udah cancel gampang gitu proses refundnya langsung masuk ke kartu kredit. Lalu pas lagi jalan-jalannya juga kami juga seminimal mungkin bawa uang tunai. Apalagi.. ke negara negara-yang ee.. tingkat kriminalnya lebih tinggi gitu ya. kami juga punya pengalaman kecopetan, jadi kami lebih secure bawa kartu kredit aja, karena kalau dompet hilang tinggal telfon bank untuk blokir, prosesnya juga cepat, sedangkan uang tunai kalau hilang byee gitu. ga akan balik uangnya.” (Claudya, YouTube 2025)

Lalu, Samuel menambahkan,

“Clau tadi sudah ceritain ya, kami pernah kena copet di suatu negara lagi jalan-jalan, itu langsung kami bisa blokir semua kartu kredit yang ada di dompet tersebut jadi aman gitu, banknya juga responnya cepet begitu di telfon langsung akan di blokir saat itu juga. Pernah ada 1 kali transaksi mencurigakan di luar negeri kena ke kartu kredit nya clau dengan posisi kita di Indonesia, nah itu kita cepet-cepet complaint ke bank mereka investigasi dan dananya dikembaliin bulan depannya. Dan sekarang ada tambahan lagi Two Factor Authentication dan SMS Verification dan harusnya makin aman.” (Samuel, YouTube 2025)

Samuel dan Claudya kerap untuk menggunakan kartu kredit, terutama saat membeli tiket pesawat karena mereka memperoleh keuntungan dan kebanggaan tersendiri ketika mampu mengumpulkan

point yang didapatkan dari kartu kredit, yaitu seperti menukar point dengan miles, sehingga pergi ke Bali menggunakan pesawat hanya membayar sebesar 100.000-200.000 untuk biaya administrasi saja. Bagi mereka, hal ini tidak sekadar menghemat biaya, melainkan juga menjadi sumber kebanggaan dan kepuasan tersendiri saat berlibur. Selanjutnya, ia menambahkan mengenai manfaat penggunaan kartu kredit saat memesan hotel, dimana proses refund terasa lebih mudah ketika menggunakan kartu kredit, dana akan dikembalikan langsung ke kartu kredit. Selain itu, kartu kredit menawarkan tingkat keamanan yang lebih tinggi. Berdasarkan pengalaman mereka saat berlibur ke luar negeri, mereka memilih untuk menghindari penggunaan uang tunai karena jika hilang, uang tersebut tidak dapat dikembalikan. Sebaliknya, saat kartu kredit hilang, mereka cukup menghubungi pihak bank untuk segera memblokirnya, sehingga terhindar dari kerugian lebih lanjut. Selanjutnya, Samuel menjelaskan mengenai keuntungan penggunaan kartu kredit untuk membayar macan-macam kebutuhan, seperti, membayar Pajak Bumi dan Bangunan, membayar SPT, hingga e-billing dapat dilakukan dengan kartu kredit dan akan mendapatkan point yang bisa ditukar dengan voucher belanja hingga miles, seperti yang ia sampaikan yakni,

“Bayar pajak, Bayar spt, bayar pbb.. ee.. bayar e-billing, semuanya bisa pakai e-commerce jadi ketika checkout kalian pakai pilihan kartu kredit jadi bisa dapat point. Nah point itu tadi yang dikumpulin, tergantung ya tergantung jenis kartu kreditnya, kalian bisa kumpulinpoint untuk dapat voucher

belanja, jadi miles, dan banyak lagi tergantung jenis kartu kredit kalian.” (Samuel, YouTube 2025)

Dalam dialog ini, elemen *speech* terlihat melalui pemilihan kata dan istilah yang sangat spesifik serta penggunaan gaya bahasa yang santai dan akrab. Samuel dan Claudya menggunakan istilah teknis seperti *kartu kredit (CC)*, *digital banking*, *m-banking*, *cicilan 0%*, *miles*, *two-factor authentication*, dan *SMS verification* yang menunjukkan pemahaman mendalam tentang produk perbankan. Pilihan kata-kata tersebut tidak hanya memberikan kredibilitas pada informasi yang disampaikan, tetapi juga memudahkan audiens yang sudah memiliki pengetahuan dasar mengenai dunia keuangan untuk mengikuti penjelasan yang diberikan.

Samuel dan Claudya menambahkan, bahwa penggunaan kartu kredit dapat membantu mereka dalam mengatur cashflow keuangan secara jelas seperti saat membangun rumah, mereka memperoleh keuntungan maksimal dengan bebas bunga sampai 0% ketika membeli barang-barang untuk rumah tangannya, seperti yang disampaikan Claudya yakni,

“Waktu bangun rumah inipun kami banyak pakai kartu kredit, dengan memanfaatkan cicilan 0% selama 12 bulan. Toko bangunan kita pilih yang bisa menerima kartu kredit, lalu untuk membeli alat elektronik kita pilih tokonya yang bisa pakai CC, jadi sangat menguntungkan dari cashflownya, kita dapat cicilan 0% itu yaudah asal kita bayar tepat waktu jadi kita ga kena bunga sama sekali.” (Claudya, YouTube 2025)

Terakhir, Samuel dan Claudya menegaskan bahwa kartu kredit bukanlah sarana untuk berutang, melainkan cara menunda pembayaran guna menjaga *cashflow* tetap teratur dan selaras dengan prinsip *Frugal living*. Dengan strategi ini, mereka dapat mengoptimalkan pengeluaran sekaligus meraih beragam keuntungan, seperti promo tiket dan voucher belanja, seperti yang disampaikan oleh Samuel, yakni

“Jadi mau ingetin lagi kartu kredit adalah bukan alat untuk berhutang ya, karena kalau hutang ada bunganya ada dendanya kalau kalian bayarnya ee.. lewat berhutang, tapi CC adalah alat untuk menunda pembayaran, menunda pembayaran supaya apa? Supaya cashflow kalian lebih teratur. Jadi yang tadinya kalian bisa harus bayar hari ini, kalian bisa gesek dulu dan bayar nanti saat jatuh tempo atau jika pembayaran yang besar saat ini, Kalian bisa tunda 0% kali 12 cicilan, cicilan 12x itu adalah cara yang bijak menurut kami. Jadi jangan sampai kalian kena denda jangan sampai kalian kena bunga dan jangan sampai kalian dihitung telat bayar, itu adalah cara yang pintar banget menurut kita dalam menggunakan kartu kredit. Jadi, kuncinya itu ya guys kartu kredit selalu dibayar full dan jangan dibayar minimum dan pastikan jika kalian mau nyicil cicilannya beneran 0% ga gitu. Jadi jangan mau jika kalian harus membayarkan lebih dari nominal yang kalian bisa bayarkan cash gitu. Kita bukannya ga mampu bayar, tapi kita mau mengatur cash flow kita bisa ngeluarin uang lebih sedikit daripada dibanding kita harus bayar cash di depan.” (Samuel, YouTube 2025)

Pada kutipan tersebut, gaya bicara yang digunakan Samuel dan Claudya terlihat santai dan akrab, penggunaan ungkapan sehari-hari seperti "ya guys" dan jeda "ee.." yang mencerminkan percakapan informal. Samuel menyampaikan penekanan berulang pada risiko penggunaan kartu kredit melalui ungkapan seperti "*jangan sampai kalian kena denda*" atau "*jangan sampai kalian kena bunga*," yang

secara efektif memperkuat pesan edukatif. Tujuan utama dari kutipan ini adalah mengajak pendengar untuk lebih bijak dalam memanfaatkan kartu kredit, bukan sebagai alat untuk berutang, melainkan sebagai sarana mengatur cashflow dengan menunda pembayaran hingga jatuh tempo atau dengan memanfaatkan cicilan 0%. Konsep ini diperkuat melalui contoh konkret, seperti membayar tagihan secara penuh tepat waktu atau memastikan cicilan bebas bunga, sehingga menghasilkan apa yang dapat disebut sebagai *triumph of a good deal*, yaitu kesenangan ketika mendapatkan penawaran terbaik yang memberikan nilai lebih. Penekanan pada pengelolaan keuangan dan anjuran untuk tidak melebihi kemampuan pembayaran mencerminkan pendekatan disiplin finansial yang sejalan dengan prinsip hidup yang bijak. Selain itu, pengulangan kata kunci seperti "*promo*," "*diskon*," "*cashflow*," dan "*cicilan 0%*" semakin menegaskan manfaat penggunaan kartu kredit, mulai dari kemudahan transaksi hingga keamanan bertransaksi secara digital. Dalam konteks obrolan ini, Samuel dan Claudya juga berbagi pengalaman nyata misalnya, saat membayar tiket pesawat, memesan hotel, atau memanfaatkan promo tertentu yang meningkatkan kepercayaan dan keterhubungan emosional dengan audiens, serta menegaskan kegembiraan dalam meraih penawaran terbaik sebagai bukti nyata dari *triumph of a good deal* dalam pengelolaan keuangan sehari-hari

- g. Gestur. Samuel saat berbicara memiliki gestur yang condong ke depan saat menggunakan gerakan tangan yang cukup dinamis, seperti mengangkat atau menggerakkan tangan untuk menegaskan poin-poin penting yang ia jelaskan. Sikap tubuhnya yang terbuka memberikan kesan antusias dan meyakinkan ketika ia menjelaskan manfaat menggunakan kartu kredit serta cara mengatur *cash flow* dengan tepat. Di sisi lain, Claudya mempertahankan postur tubuh yang tegak dengan gerakan tangan ketika menjelaskan mengenai keuntungan menggunakan kartu kredit saat berlibur. Ia sering mengangguk atau sedikit menggerakkan tangannya saat merespons penjelasan Samuel, menunjukkan dukungan dan kesepahaman prinsip yang sedang dijelaskan oleh pasangannya, Samuel. Kombinasi gestur Samuel dan Claudya menciptakan suasana diskusi yang harmonis dan informatif, sehingga pesan mengenai pengelolaan keuangan yang bijak dapat tersampaikan dengan jelas kepada penonton.



Gambar 2. 18 Gestur Samuel&Claudya
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025



Gambar 2. 19 Gestur Samuel&Claudya
 Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- h. Ekspresi. Ekspresi wajah Samuel menunjukkan perubahan yang menyesuaikan dengan konteks pembicaraan. Ketika menyampaikan informasi teknis mengenai strategi pengelolaan *cash flow* dan penggunaan kartu kredit dalam gaya hidup *Frugal living*, ia menampilkan ekspresi serius yang menandakan fokus dan pemahaman mendalam. Namun, saat membahas manfaat praktis seperti akumulasi poin yang bisa ditukar dengan tiket pesawat atau voucher belanja, wajahnya berubah menjadi lebih santai dan antusias, menambah semangat pada pesan yang disampaikan. Ia juga sesekali melirik ke arah Claudya, menandakan adanya koordinasi dan interaksi yang erat untuk menjaga kelancaran ritme diskusi. Di sisi lain, ekspresi wajah Claudya mencerminkan kehangatan dan keterbukaan, ia sering tersenyum dan mengangguk, memberikan kesan ramah dan mendukung. Saat memandang Samuel, ia menunjukkan bahwa ia sepenuhnya terlibat dan

menyimak setiap poin yang disampaikan, sehingga memperkuat kesan kerjasama yang harmonis di antara keduanya. Kombinasi ekspresi ini tidak hanya menambah kecocokan atau *chemistry* komunikasi mereka, tetapi juga membantu menyampaikan pesan edukatif mengenai pengelolaan keuangan secara lebih efektif kepada audiens dengan menjelaskan manfaat konkret dari penggunaan kartu kredit, untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.



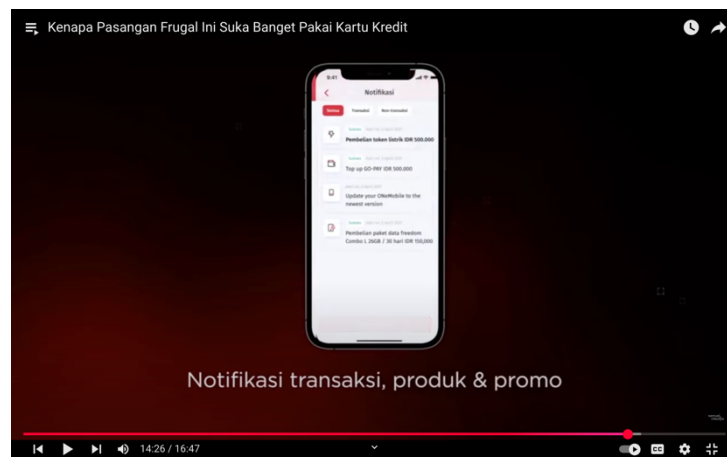
Gambar 2. 20 Ekspresi Samuel&Claudya
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- i. Suara. Suara dalam video ini terfokus pada audio utama, yaitu suara Samuel dan Claudya. Kualitasnya jernih tanpa gangguan, memungkinkan penonton untuk menyimak setiap pembahasan dengan jelas dan tetap terfokus pada isi pesan yang disampaikan.

2) Level Representasi

- a. Kamera. Video ini menggunakan angle yang stabil dan well-framed dengan komposisi *two-shot*, yaitu teknik pengambilan gambar yang menampilkan dua orang dalam satu frame. Dalam video ini, Samuel & Claudya ditampilkan bersama dalam satu frame untuk menunjukkan interaksi mereka dalam menginformasikan mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan sebelum membeli mobil kepada audiensnya. Kedalaman bidangnya seimbang, sehingga latar belakang tetap terlihat tanpa mengalihkan fokus dari pembicara. Kamera menggunakan lensa *focal length medium*, yang memberikan tampilan profesional, tajam, dan nyaman ditonton. Selain itu, video ini menggunakan *eye-level shot*, yaitu sudut pengambilan gambar yang sejajar dengan tinggi mata subjek. Sudut ini sering digunakan dalam videografi karena menciptakan kesan natural dan relatable, seolah-olah pembicara sedang berbicara langsung kepada audiens. Teknik ini juga umum digunakan dalam pemotretan human interest karena hasil yang diperoleh serupa dengan perspektif mata manusia terhadap objek (Machung.id, 2022). Untuk memperjelas poin yang disampaikan, Samuel & Claudya juga menyisipkan *footage* atau potongan video sebagai visualisasi pendukung di akhir video, sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh penonton. Seperti, pada gambar dibawah ini mereka memasukkan video dari Bank OCBC NISP yaitu One Mobile yaitu aplikasi mobile banking yang bisa menjadi salah satu referensi

bagi audiensnya jika ingin menggunakan aplikasi mobile banking dan penggunaan kartu kredit yang dapat membantu pengguna nya dalam mengelola asset keuangan pribadi.



Gambar 2. 21 Aplikasi One Mobile, Bank OCBS NISP

Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- b. **Pencahayaan.** Pencahayaan yang digunakan pada video ini tampak soft dan natural, yang memanfaatkan perpaduan cahaya alami dari sinar matahari dan lampu tambahan seperti *ring light* untuk memastikan wajah tetap terang dan tidak ada bayangan yang terlihat. Warna cahaya cenderung warm & neutral, menciptakan kesan yang ramah dan nyaman untuk dilihat, pemilihan lighting sangat cocok untuk konten edukasi melalui media sosial dengan pendekatan santai.
- c. **Musik.** Musik dalam video ini hadir pada bagian pembuka dan penutup. Musik instrumental digunakan sebagai latar belakang (*background*) untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman dan menarik bagi penonton. Penggunaan musik yang sederhana ini sejalan dengan konsep

Frugal living, di mana elemen pendukung tetap fungsional tanpa berlebihan.

3) Level Ideologi

Level Ideologi adalah Individualisme positif yang menekankan pada literasi dan pemberdayaan keuangan melalui *Frugal living*. Pesan yang disampaikan menggarisbawahi manfaat praktis ketika menggunakan kartu kredit yang disiplin yaitu, dapat mengumpulkan banyak poin yang bisa ditukarkan menjadi voucher belanja, miles untuk penerbangan, hingga pengelolaan cash flow yang terstruktur. Samuel dan Claudya mengingatkan penggunaan kartu kredit sebagai alat untuk menunda pembayaran bukan untuk berutang sehingga konsumen dapat memaksimalkan keuntungan melalui penawaran promo, diskon, dan akumulasi poin. Ideologi ini menekankan nilai-nilai kesadaran finansial, pengelolaan pengeluaran yang cerdas, dan penggunaan teknologi digital sebagai sarana pemberdayaan dalam mencapai kestabilan dan kemandirian keuangan.

Preferred Reading Video “Kenapa Pasangan Frugal Ini Suka Banget Pakai Kartu Kredit”

Level Realitas dari video ini, Samuel dan Claudya memanfaatkan kartu kredit sebagai strategi finansial yang efektif untuk kebutuhan sehari-hari, seperti membayar pajak, belanja online, dan liburan. Bagi mereka, kartu kredit bukan sekadar alat transaksi, melainkan sarana untuk mengoptimalkan keuntungan finansial, seperti mengumpulkan

poin belanja, mendapatkan harga promo, serta mengatur cash flow lebih terstruktur. Mereka tidak menggunakan kartu kredit untuk berutang demi gaya hidup konsumtif, tetapi sebagai strategi *triumph of a good deal* yaitu memanfaatkan peluang terbaik untuk efisiensi keuangan, seperti cashback, poin reward, dan promo cicilan 0%.

Level representasi, video ini menggunakan teknik *medium shot* yang menampilkan ekspresi dan gestur Samuel serta Claudya secara jelas, menciptakan kesan akrab dengan penonton. Samuel dan Claudya juga menyisipkan footage sebagai referensi pengelolaan keuangan digital bagi audiensnya, yakni, One Mobile dari Bank OCBC NISP dengan berbagai variasi keuntungan yang bisa dinikmati oleh audiensnya. Level ideologi video ini menekankan pentingnya disiplin dalam penggunaan kartu kredit untuk mengoptimalkan manfaat finansial tanpa terjebak utang konsumtif. Samuel dan Claudya mengajak audiens memanfaatkan promo, diskon, dan akumulasi poin sebagai strategi pengelolaan keuangan yang cerdas. Secara keseluruhan, video ini mengedepankan nilai kesadaran finansial dan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana mencapai kemandirian keuangan

Preferred Reading dari video ini adalah bahwa kartu kredit bukan sekadar alat untuk berutang, melainkan strategi finansial yang dapat memberikan manfaat maksimal jika digunakan dengan bijak. Sebagai instrumen keuangan, kartu kredit menawarkan berbagai keuntungan

seperti cicilan 0%, promo diskon, dan poin loyalitas yang dapat ditukar dengan beragam manfaat finansial. Dengan pengelolaan yang tepat, kartu kredit tidak hanya membantu transaksi harian tetapi juga memberikan nilai tambah yang meningkatkan kesejahteraan finansial serta menghadirkan kebahagiaan bagi penggunanya saat merasakan keuntungan maksimal dari setiap transaksi yang dilakukan.

2.4.6 Durability

Video “*Perhatikan Tiga Hal ini Sebelum Membeli Mobil*” dipilih untuk mewakili elemen *durability* karena membahas pentingnya mempertimbangkan ketahanan, biaya perawatan, dan kekuatan sebuah kendaraan sebelum memutuskan untuk membelinya. Dalam konteks *Frugal living*, fokus pada daya tahan dan kualitas produk menjadi kunci agar pengeluaran tetap efisien dalam jangka panjang. Video ini secara langsung menggambarkan bagaimana menilai ketahanan barang seperti kendaraan bermotor dapat membantu menghemat biaya perawatan serta berkontribusi pada pengelolaan keuangan yang lebih bijak.. Berikut analisis lengkap mengenai video tersebut.

1) Level Realitas

- a. Penampilan. Penampilan Samuel&Claudia terlihat rapi dan kasual pada video ini, Penggunaan kacamata yang dikenakan oleh Samuel memberikan kesan sebagai seorang yang sangat berintelektual. Claudia mengenakan baju berwarna putih panjang polos dengan rambut yang

teurai rapih. Keduanya, tampil dengan menggunakan pakaian berwarna netral, yang memberikan kesan *timeless*.

- b. Pakaian. Video berjudul “Perhatikan Tiga Hal Ini Sebelum Membeli Mobil,” Samuel & Claudya tampil dengan gaya berpakaian yang santai namun tetap sopan di depan kamera. Samuel mengenakan kaos berwarna pink muda, yang memberikan kesan ceria, ramah, dan hangat pilihan yang tepat bagi seorang konten kreator untuk menciptakan energi positif bagi audiensnya. Sementara itu, Claudya tampil anggun dan elegan dengan baju lengan panjang polos berwarna putih. Rambutnya yang ditata dalam model *bob* dan *di-blow* sempurna semakin memperkuat kesan rapi serta enak dipandang di depan kamera. Pemilihan warna netral yang digunakan oleh Samuel & Claudya pada video ini memberikan symbol kesederhanaan, yang artinya, mereka mengedepankan kepraktisan dan efisiensi terutama dalam tren fashion. Warna-warna netral netral seperti putih, sangat mudah dipadupadakkan dan cocok untuk berbagai kesempatan.

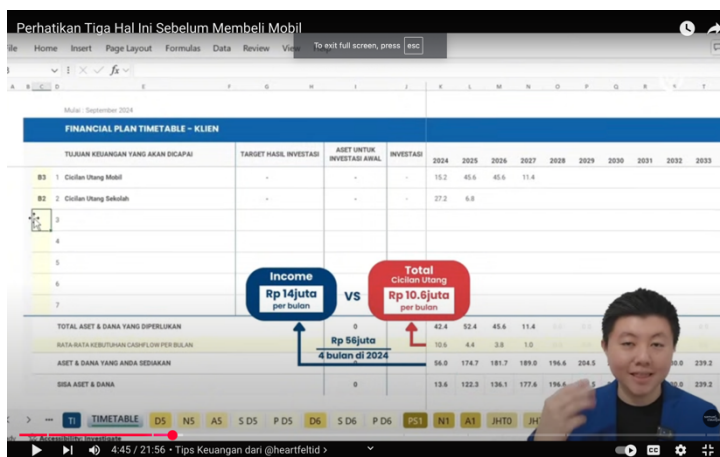


Gambar 2. 22 Pakaian Samuel&Claudya
 Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- c. Tata Rias. Samuel tampil natural tanpa riasan wajah, sementara Claudya terlihat sederhana dengan makeup natural yang tidak mencolok. Lipstik yang ia kenakan pun selaras dengan warna bibirnya, menambah kesan anggun dan *effortless beauty*.
- d. Latar. Pada video ini terlihat setting video berada di dalam rumah dengan design rumah minimalis modern. Tepat dibelakang Samuel&Claudya terdapat beberapa ornamen hiasan rumah, seperti, lukisan tangan yang sudah dibentuk di dalam figura, foto buah hati mereka, dan pot bunga kecil di atas rak. Dekorasi rumah yang mereka pilih memberikan nilai estetika rumah yang menarik tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk dekorasi rumah. Samuel dan Claudya memperlihatkan konsep memaksimalkan penggunaan barang yang sudah dimiliki sebagai dekorasi rumah yang mereka tempati. Mereka terlihat banyak menggunakan pemilihan interior menggunakan bahan-

bahan kayu jati untuk meja, pintu, dan di tangga yang menunjukkan preferensi terhadap material yang tahan lama dan mengutamakan kenyamanan berkelanjutan di dalam rumahnya. Terdapat standing mic tepat dihadapan Samuel&Claudia sebagai pengeras suara untuk memproduksi video konten yang diunggah di chanel YouTube nya.

- e. Perilaku. Sebagai konten creator yang bergerak pada gaya hidup *Frugal living*, mereka memberikan ruang bagi audiensnya untuk bertanya seputar keuangan yang bersifat lebih rumit jika ditanya melalui kolom komentar ataupun direct message. Sehingga audiens bisa bertanya langsung melalui email pribadi Samuel. Semua email akan dibaca oleh beliau, dan salah satu topik menarik akan diangkat menjadi tema video di Youtubenya. Hal ini, terlihat bahwa Samuel&Claudia interaktif dan sangat terbuka kepada audiensnya untuk mencoba memberikan bantuan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi. Serta, memberikan edukasi kepada masyarakat melalui konten video yang dibahasnya, salah satunya adalah hal yang perlu diperhatikan sebelum membeli mobil. Tak hanya itu, di dalam video ini Samuel & Claudia memasukkan video tips keuangan dari pakar yang ahli di bidangnya untuk membantu memeberikan solusi dalam perencanaan dan pengelolaan keuangan yang lebih baik.



Gambar 2. 23 Tips Keuangan dari @heartfield
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- f. Tata Bahasa atau Dialog. Pada video ini Samuel&Claudya menyori pentingnya daya tahan suatu barang terutama kendaraan bermotor sebelum melakukan pembelian. Mereka berbagi pengalaman pribadinya ketika membeli mobil VW Tiguan, yang merupakan salah satu merek mobil Eropa. VW Tiguan saat itu memiliki harga lebih murah dibandingkan dengan mobil Jepang karena depresiasi yang lebih tinggi. Namun, setelah digunakan selama 6 tahun, Samuel&Claudya menyadari bahwa biaya perawatan mobil VW Tiguan jauh lebih besar dari yang diperkirakan. Seperti yang dijelaskan Samuel, yakni :

“Jadi gini guys ini tergantung mobil apa yang dibeli, tapi dulu kami ngga ngerti kami pikir beli mobil eropa dulu itu murah, murah harganya, ya memang murah ya kalau dibandingkan dengan beli baru dan kalau diliat depresiasi mobil Jepang dan mobil eropa, Eropa tuh jauh banget depresiasinya, ee mobil umur 5 tahun tuh kalau Jepang ya mungkin paling turun 30% gitu ya kalau merek yang terkenal tapi kalau Eropa tuh bisa 50% lebih gitu tergantung merek. Nah kami ambil VW Tiguan mobil ini jatuh banget waktu tangan kedua waktu kami beli karena memang tidak populer tapi buat kami eh lucu nih mobil

terus turbo ada turbonya ccnya kecil ukurannya juga pas modelnya juga okelah dan apa namanya ya harganya miring banget itu tapi ternyata setelah berlalu 6 tahun yang kami rasakan ternyata maintenance nya lumayan juga lumayan bukan lumayan lagi tapi lumayan banget” (Samuel, YouTube 2025)

Selanjutnya, Samuel menjelaskan bahwa sebagai calon pembeli baru harus pandai dan mampu mengatur biaya perawatan yang akan dikeluarkan kedepannya, sehingga sangat penting untuk menyiapkan dana darurat jika terjadi suatu hal pada mobil tersebut di kemudian hari.

Berikut saran yang Samuel sampaikan,

“Sehingga membuat kami apa ya.. hmm.m, ternyata jangan tertipu dengan harga murah di depan karena maintenancenya bisa jadi gakuat nih, cari tau juga mobil yang kalian mau itu rewelnya di parts apa, dan siapkan juga dana nya gitu yah. Jadi mobil itu tidak cuma akuisisi saja di depan, ga cuma soal nyicil tiap bulan mungkin buat temen-temen yang nyicil, tapi kita harus siapin dana darurat kalau terjadi apa-apa sama tu mobil.” (Samuel, YouTube 2025).

Berdasarkan penjelasan diatas, Samuel&Claudia menekankan bahwa banyak orang tertarik pada harga murah di awal tanpa menyadari bahwa mobil produksi negara tertentu bisa memiliki biaya *maintenance* yang tinggi. Oleh karena itu, mereka menyarankan calon pembeli untuk meneliti lebih dalam tentang reliabilitas mobil, memahami potensi masalah pada suku cadang, serta mempersiapkan dana darurat untuk perawatan tak terduga. Dari segi *speech*, Samuel menyampaikan informasi dengan gaya yang *santai, natural, dan relatable*. Ia memulai dengan frasa “*Jadi gini guys*”, yang memberikan kesan akrab dan

mengundang audiens untuk mendengarkan ceritanya. Cara bicaranya mengalir secara spontan, dengan penggunaan filler words seperti “*hmm.. apa ya..*”, menunjukkan bahwa ia berbicara secara natural dan tidak scripted, sehingga terdengar lebih autentik. Ia juga menggunakan pengalaman pribadinya sebagai contoh, yang membuat pesan tentang pentingnya memperhitungkan biaya perawatan mobil menjadi lebih nyata dan mudah dipahami. Selain itu, pemilihan kata seperti “*jangan tertipu dengan harga murah di depan*” dan “*maintenance-nya lumayan banget*” memperkuat pesan bahwa keputusan membeli mobil harus mempertimbangkan aspek jangka panjang, bukan sekadar tergiur harga awal yang rendah.

- g. Gestur. Samuel&Claudy tampak menggunakan tangan saat berbicara, yang mencerminkan keterlibatan dan antusiasme dalam menjelaskan sesuatu. Keduanya, aktif untuk menggunakan bahasa tubuh untuk menjelaskan point-point yang mereka sampaikan secara lebih jelas agar mudah dipahami oleh audiensnya. Tangannya yang berada di atas meja juga menunjukkan sikap terbuka dan siap berdiskusi.
- h. Ekspresi. Ekspresi Samuel terlihat serius dan penuh perhatian. Meskipun tidak tersenyum, tatapannya menunjukkan bahwa ia mendengarkan dengan saksama, memperkuat kesan kredibel dan berwibawa saat mendengarkan penjelasan Claudya serta saat menyampaikan informasi kepada audiens. Sementara itu, Claudya juga menunjukkan keseriusan dalam menjelaskan setiap poin yang

disampaikan. Dengan dukungan bahasa tubuh yang tepat, ia tampil profesional dan penuh keyakinan dalam berkomunikasi dengan Samuel serta audiensnya.

- i. Suara. Sound utama bersumber dari mikrofon di depan Samuel&Claudia terlihat sangat jelas tanpa gangguan.

2) Level Representasi

- a. Kamera. Video ini menggunakan angle yang stabil dan well-framed dengan komposisi *two-shot*, yaitu teknik pengambilan gambar yang menampilkan dua orang dalam satu frame. Dalam video ini, Samuel & Claudia ditampilkan bersama dalam satu frame untuk menunjukkan interaksi mereka dalam menginformasikan mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan sebelum membeli mobil kepada audiensnya. Kedalaman bidangnya seimbang, sehingga latar belakang tetap terlihat tanpa mengalihkan fokus dari pembicara. Kamera menggunakan lensa *focal length medium*, yang memberikan tampilan profesional, tajam, dan nyaman ditonton. Selain itu, video ini menggunakan *eye-level shot*, yaitu sudut pengambilan gambar yang sejajar dengan tinggi mata subjek. Sudut ini sering digunakan dalam videografi karena menciptakan kesan natural dan relatable, seolah-olah pembicara sedang berbicara langsung kepada audiens. Teknik ini juga umum digunakan dalam pemotretan human interest karena hasil yang diperoleh serupa dengan perspektif mata manusia terhadap objek (Machung.id, 2022).

Untuk memperjelas poin yang disampaikan, Samuel & Claudya juga menyisipkan beberapa *footage* atau potongan video sebagai visualisasi pendukung, sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh penonton. Seperti, pada gambar dibawah ini mereka memberikan visualisasi berupa seseorang sedang memperbaiki ban mobil, yang artinya, hal ini memberikan makna bahwa ketika setiap calon pembeli mobil baru harus menyiapkan dana untuk perawatan mobil suatu saat nanti.



Gambar 2. 24 Teknik Pengambilan Video Samuel&Claudya
Sumber : YouTube Samuel&Claudya, 2025

- b. Pencahayaan. Pencahayaan yang digunakan pada video ini tampak soft dan natural, yang memanfaatkan perpaduan cahaya alami dari sinar matahari dan lampu tambahan seperti *ring light* untuk memastikan wajah tetap terang dan tidak ada bayangan yang terlihat. Warna cahaya cenderung warm & neutral, menciptakan kesan yang ramah dan

nyaman untuk dilihat, pemilihan lighting sangat cocok untuk konten edukasi melalui media sosial dengan pendekatan santai.

- c. Musik. Musik dalam video ini hadir pada bagian pembuka dan penutup. Musik instrumental digunakan sebagai latar belakang (*background*) untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman dan menarik bagi penonton. Penggunaan musik yang sederhana ini sejalan dengan konsep *Frugal living*, di mana elemen pendukung tetap fungsional tanpa berlebihan.

3) Level Ideologi

Samuel & Claudya melalui video ini menyampaikan setiap informasi dengan detail, rasional dan analitis. Level ideologi individualism tercermin pada mereka. Pada video ini Samuel cenderung lebih teknis dan logis, sering menggunakan data serta perhitungan dalam menjelaskan mengenai konsep keuangan terutama saat membeli mobil, Claudya, membantu dengan menjelaskan kepada audiens dengan perspektif yang lebih praktis dan *relatable*, sesuai dengan konteks kehidupan sehari-hari. Pada video ini, Samuel&Claudia memperlihatkan bahwa setiap individu harus memiliki tanggung jawab atas finansialnya masing-masing dan tidak tergoda untuk membeli barang yang murah dengan kualitas yang rendah, seperti saat membeli mobil, orang yang membeli mobil harus bertanggung jawab dan mempertimbangkan aspek biaya perawatan, depresiasi nilai, efisiensi

penggunaan, dan memiliki manfaat jangka panjang, bukan untuk memenuhi suatu standar sosial di lingkungannya. Pemilik mobil juga harus mengetahui titik kebutuhan mobil yang mereka butuhkan seperti apa, bukan hanya sekedar keren saja tapi memikirkan kualitas yang baik untuk penggunaan dalam jangka waktu yang lama. Mereka menekankan bahwa setiap pengeluaran harus dipertimbangkan matang-matang dan bermanfaat untuk kehidupan kedepannya.

Preferred Reading Video “Perhatikan Tiga Hal ini Sebelum Membeli Mobil”

Dalam video ini level realitas dilihat dari pengalaman Samuel dan Claudya dalam membeli mobil produksi Eropa yang ternyata mengeluarkan biaya perawatan dan depresiasi nilai mobil yang tinggi. Hal tersebut ditunjukkan dengan elemen dialog yaitu, Samuel&Claudya membeli mobil VW Tiguan dengan harga murah di awal, namun, setelah 6 tahun harus mengeluarkan banyak biaya untuk perawatan mobil nya, dikarenakan tergiur dengan harga murah di awal. Samuel dan Claudya memasukkan video tips keuangan dari heartlife.id untuk membantu penontonnya dalam mengatur perencanaan keuangan, terutama saat membeli kendaraan bermotor.

Level Representasi dari video ini menggunakan Teknik kamera medium shot untuk memberikan kesan interaksi yang hangat antara Samuel dan Claudya dengan penonton, dengan menampilkan tubuh dari pinggang ke atas, sehingga ekspresi wajah dan gestur tubuh tampak

jelas. Samuel dan Claudya memasukkan ilustrasi orang yang sedang memperbaiki mobil untuk menggambarkan situasi yang mungkin dialami pemilik kendaraan di masa depan. Hal ini menekankan pentingnya mempersiapkan dana darurat untuk menghadapi kemungkinan biaya perbaikan yang tidak terduga. Level Ideologi, video ini memberikan edukasi melalui pengalaman Samuel dan Claudya untuk calon pembeli mobil untuk mempertimbangkan keuntungan jangka panjang dan efisiensi dalam pengeluaran.

Preferred Reading dari video ini adalah pentingnya untuk menekankan keputusan finansial yang bijak sebelum membeli mobil dengan mempertimbangkan Total Cost of Ownership, daya tahan, dan nilai jangka panjang. Samuel & Claudya mengingatkan bahwa harga awal yang murah bisa saja merugikan jika tidak memperhitungkan biaya perawatan, depresiasi nilai barang, dan ketika membeli mobil harus disesuaikan oleh kebutuhan penggunaanya.