

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. NUTRIFOOD INDONESIA, TROPICANA SLIM DAN IKLAN TROPICANA SLIM STEVIA WEBSERIES “SORE-ISTRI DARI MASA DEPAN”

A. PT. Nutrifood Indonesia

Nutrifood adalah perusahaan yang memproduksi produk makanan dan minuman kesehatan. Didirikan pada tanggal 2 Februari 1979 di Semarang oleh Hari Budianto Darmawan, M.Sc, kemudian pada tanggal 2 November 1980 disahkan oleh Menteri Kehakiman RI Y.A. No, 5/586/2, pada awalnya kantor pusat PT Nutrifood Indonesia berlokasi di Jalan Tanah Abang III No. 31 Jakarta, sedangkan pabriknya berlokasi di Semarang. Pada bulan Februari 1995 kantor pusat PT Nutrifood Indonesia berpindah ke Jalan Rawabali II/No.3 Kawasan Industri Pulo Gadung Jakarta Timur. Pada Bulan April 1980 Pabrik Pemanis Indonesia (TSI) dan Sari Buah Indonesia (NSI) dipindahkan ke Jalan Raya Ciawi No.280 A Ciawi Bogor.

Visi dan Misi Nutrifood dijelaskan dalam XT Life yang merupakan filosofi perusahaan untuk mencapai puncak performa. Kunci dari perfoma yang baik adalah nutrisi, kebugaran fisik, dan kesehatan mental. Nutrifood ingin sadarkan menjaga kesehatan sejak dini hingga mendapatkan kesehatan samapai tua. Pada tahun 2006 Nutrifood menggunakan budaya perusahaan (*corporate culture*) baru yang disebut I-CARE, Budaya ini merupakan suatu akronim yang terdiri dari beberapa kata dalam bahasa Inggris, yaitu *Integrity, Collaboration, Innovation, Respect, dan Excellence*. Struktur organisasi tertinggi di PT. Nutrifood Indonesia dipegang oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO), Bapak Mardi WU.

Tropicana Slim merupakan salah satu dari berbagai merek yang dinaungi di bawah Departemen Nutrisi.

Visi dan Misi dari PT Nutrifood Indonesia yaitu Nutrifood berusaha untuk menjadi pionir dan pemimpin pasar dalam memberikan solusi atau cara yang tepat kepada pelanggan untuk meraih kehidupan yang lebih sehat, lebih nikmat dan penuh arti, baik untuk saat ini maupun di masa mendatang. Untuk mewujudkan misi “ *Inspiring a Nutritious Life* ” Nutrifood berusaha memahami pelanggan dalam kehidupannya, mengidentifikasi kebutuhan mereka, dan memberi solusi melalui produk dan pelayanan bernutrisi dalam meraih kehidupan yang lebih sehat. Nutrifood hadir untuk menginspirasi kehidupan yang bernutrisi. Nilai-nilai bisnis utama dari Nutrifood adalah :

- a. Nutrifood menekankan pada integritas dan keberlangsungan bisnis jangka panjang. Nutrifood berusaha mempertimbangkan dampak jangka panjang dalam setiap pengambilan keputusan, berkomitmen dalam memberikan solusi yang telah teruji efektif.
- b. Nutrifood bergerak sebagai *boutique company* yang memiliki karakter, unik, inovatif, dan premium.
- c. Nutrifood percaya bahwa pencegahan lebih baik daripada mengobati. Oleh karena itu, Nutrifood memberikan produk dan jasa yang bersifat preventif untuk dimanfaatkan oleh pelanggan.

Nutrifood percaya bahwa kesehatan dan kenikmatan dapat berjalan selaras, Berbagai produk yang Nutrifood produksi merupakan kombinasi dari sesuatu yang sehat, nikmat dan mudah untuk dikonsumsi. Nutrifood memproduksi

produk-produk dalam kategori makanan dan minuman (*food and beverage*) yang sehat, beberapa varian produk yang diproduksi yakni NutriSari, WRP, L-Men, HiLo, W'dank dan Tropicana Slim yang menjadi objek dalam penelitian ini. Dengan jaringan distribusi yang luas, produk Nutrifood tidak hanya dipasarkan di dalam Negeri, namun berhasil diterima dengan baik di pasaran ekspor, khususnya di negara-negara berkembang.



Gambar 1.3

(Sumber: [\)](https://www.google.co.id/search?q=logo+nutrifood&tbn=isch&source=iu&ictx=1&fir=09Xmqh5Glxq9IM%253A%252Cy15BCkJKfXW0aM%252C_&usg=__9QksJxi_gQpBaSnyGWjU_kSAtkI%3D&sa=X&ved=0ahUKEwjH6rTRqdPXAhUWR48KHx9hBMMQ9QEILjAD#imgrc=09Xmqh5Glxq9IM:)

Logo pada Nutrifood menggambarkan dua kecambah yang diartikan sebagai sumber kehidupan dan keseimbangan. Dua kecambah tersebut juga membentuk huruf N yang menjadi inisial Nutrifood. Selain itu, warna hijau pada logo mengartikan kesehatan. Produk-produk yang dihasilkan oleh Nutrifood dapat dikategorikan menjadi tiga jenis yaitu : kelompok minuman berbentuk serbuk, kelompok *ready to drink*, dan kelompok makanan dan minuman untuk kesegaran, kesehatan dan *appearance*.

B. Gambaran Umum Tropicana Slim

Tropicana Slim adalah produk asli Indonesia yang dimiliki oleh Nutrifood. Tropicana Slim berdiri pada tahun 1979 dan produknya dikonsentrasikan untuk mengontrol dan mencegah diabetes. Tropicana Slim Stevia adalah produk bebas gula dan nol kalori, gula nol kalori alami dari daun stevia. Produk Tropicana Slim *Sweetener Stevia* ini diklaim memiliki Gula nol kalori, dibuat dari daun stevia dan Cocok untuk diabetes dan diet (Tropicana slim. *Product stevia*, diakses dari www.tropicanaslim.com 23 November 2017 07.20.06. WIB).

Brand Manager Tropicana Slim Noviana Halim juga menuturkan, kehadiran Tropicana Slim Stevia diharapkan dapat menjadi pilihan bagi konsumen yang memiliki preferensi mengkonsumsi makanan alami. Pemanis ini terbuat dari ekstrak daun tanaman *stevia*, yang daunnya telah lama digunakan secara luas di berbagai negara seperti Amerika, Jepang, dan negara-negara Eropa untuk memmaniskan makanan dan minuman secara alami. (Shelvy Dwi Citra (2017) *Tropicana slim stevia pemanis alami dari daun stevia*. Diakses dari www.marketplus.co.id 19 November 2017 16.10.25 WIB).

Menurut dr. Mulyani Anny Suryani Gultom, SpPD, dokter spesialis penyakit dalam dari RS Siloam Jakarta menuturkan, angka penderita penyakit tidak menular, seperti penyakit jantung, hipertensi, diabetes, dan stroke, terus meningkat. “Ketidakmampuan penderita diabetes dalam melakukan metabolisme gula dengan baik, dapat menyebabkan terganggunya fungsi organ tubuh lainnya, yang berujung pada berbagai macam komplikasi,”(Shelvy Dwi Citra (2017)

Tropicana slim stevia pemanis alami dari daun stevia. Diakses dari www.marketplus.co.id 19 November 2017 16.10.25 WIB).

Catatan *World Health Organization* menyebut, pada tahun 2015 ada 415 juta orang yang mengidap penyakit gula diabetes di seluruh dunia. Pada tahun 2040, diprediksi 624 juta jiwa akan menjadi korban dari penyakit tidak menular, namun mematikan itu. Masih menurut laporan yang sama, pada tahun 2015 lima juta orang harus kehilangan nyawa lantaran diabetes. Itu sama artinya dengan setiap 6 detik, satu orang meninggal akibat penyakit tersebut.

Asia Tenggara merupakan kawasan dengan jumlah diabetes terbesar setelah Eropa. Di daratan berpenghuni 600 juta jiwa ini, ada sekitar 96 juta jiwa penduduk yang memiliki kadar gula darah (glukosa) di atas normal atau lebih dari 200 mg/dL. Indonesia pun menyumbang angka tertinggi, bahkan berada di sepuluh besar negara dengan penduduk diabetes terbanyak. Pada tahun 2013, Indonesia berada di posisi 10 besar pengidap diabetes terbesar di dunia dengan jumlah 8,5 juta jiwa. Tahun 2014, jumlah itu meningkat menjadi 9,1 juta jiwa, dan pada tahun 2015 meningkat menjadi 10,5 juta jiwa yang membuat Indonesia berada di posisi lima besar.

Jumlah tersebut pada dasarnya bisa lebih tinggi, karena jumlah orang yang tidak tahu bahwa dirinya memiliki diabetes (*undiagnosed diabetic*) berjumlah 4,6 juta jiwa. Meski angka diabetes terus melonjak, pengeluaran kesehatan pencegahan diabetes dinilai masih rendah di Indonesia. Rata-rata orang Indonesia menghabiskan US\$ 143 selama mereka hidup untuk penyakit tersebut. Jumlah itu

menurut *International Diabetic Federation* hanya bisa mencegah 1% dari prevalensi kematian akibat diabetes. (Saviq Bachdar. *cara brand melawan manisnya gula*, diakses dari www.marketeers.com 23 November 2017 23.40.08).

Cara terbaik untuk terhindar dari penyakit diabetes adalah dengan membatasi asupan gula harian dalam tubuh. Akan tetapi, hal itu tak semudah dikatakan. Sebab, manusia kini dihadapkan oleh banyak makanan-minuman berkalori tinggi. Seolah-olah tak ada pilihan baginya untuk menghindar. Mulyani Anny Suryani Gultom, dokter spesialis penyakit dalam dari RS. Siloam Jakarta menuturkan, gaya hidup tidak sehat menjadi faktor utama meningkatnya jumlah diabetes. Konsumsi makanan dan minuman kemasan serta tinggi kalori adalah “biang keladi” glukosa darah meningkat.

Kebiasaan itu membuat tubuh sulit memproduksi insulin, hormon yang bertanggung jawab atas metabolisme karbohidrat di tubuh manusia. Perlu perhitungan untuk menerapkan pola hidup sehat agar terhindar dari diabetes. Konsumsi gula melebihi 50 gram sehari dapat meningkatkan risiko diabetes hingga 25%, penyakit kardiovaskular 35%, dan stroke 15%. Ia lantas menyarankan, masyarakat yang terbiasa menjalani gaya hidup sehat untuk menggunakan gula rendah kalori. Akan tetapi, menurut dokter, tetap saja mengurangi kadar gula jauh lebih baik ketimbang mengonsumsi gula rendah kalori. Apalagi, gula jenis ini sebenarnya hanya direkomendasikan bagi diabetes. Sedangkan mereka yang tidak diabetes, menggunakan gula pasir sehari-hari dalam batas normal, sah-sah saja. (Saviq Bachdar. *cara brand melawan manisnya*

gula, diakses dari www.marketeers.com 23 November 2017 23.40.08 WIB).

Produk yang disediakan diantaranya Bebas gula, Bebas/rendah lemak dan pelengkap makanan. Tujuan Tropicana Slim menghadirkan rangkaian produk bebas gula dan rendah kalori untuk melengkapi gaya hidup sehat masyarakat.

Produk-produk Tropicana Slim dibagi menjadi tiga :

1. Produk Bebas Gula:

- Stevia
- I♥Sweet
- *Sweetener Classic*
- *Sweetener Diabtx*
- *Sweetener Lemon-C*
- *Sweetener Sucralose Stick*
- Gula jawa
- Madu
- *Strawberry jam*
- *Cafe late*
- Sirup *cocopandan*, leci dan *orange*
- *Sugar free Cookies*
- Susu *high fiber chocolate dan Vanilla*

2. Bebas/rendah lemak:

- Susu *Low Fat Vanilla*
- *Skim Milk original, chocolate dan coffee*
- *Skim Milk Fiber pro plain*

3. Pelengkap Makanan:

- Minyak Kanola
- Beras merah organik
- Kecap Manis
- Minyak jagung



Gambar 1.4

(Sumber:https://www.google.co.id/search?q=tropicana+slim+stevia&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=zHLyYb7iLzKuwM%253A%252CbPJw3nSHd2QezM%252C_&usg=__pAa5oyhM5twfY2za12p9uU1DryA%3D&sa=X&ved=0ahUKEwiJ1f7ZpN3XAhUKvI8KHZR3C18Q9QEISjAJ#imgrc=zHLyYb7iLzKuwM:)

Novi menuturkan, produk *Stevia* ini ditujukan kepada mereka yang sudah sangat sadar kesehatan, yang sudah membeli produk pemanis berbahan dasar alami. Sedangkan selain *stevia*, bahan dasar gula alami lain yang bisa dimanfaatkan industri sebagai pemanis buatan yaitu madu, tanaman nektar, gula merah, fruktosa (pemanis dari buah), maltosa (gula gandum), gula kurma, dan lain-lain. (Saviq Bachdar. *cara brand melawan manisnya gula*, diakses dari www.marketeers.com 23 November 2017 23.40.08).

C. Iklan *webseries* Tropicana slim Stevia “Sore- Istri dari masa depan”.

Fenomena *webseries* muncul setelah aksi mogok tulis atau *Writers Strike* oleh para penulis naskah televisi Amerika Serikat pada 2008. Media daring lalu dipilih sebagai pelarian. Di Indonesia, *webseries* mulai *booming* 2012 saat Dennis, Bonni Rambatan, dan Camelia Jonathan mendirikan komunitas *webseries* Indonesia beranggotakan 453 orang kala itu. Salah satu konten yang sempat mengambil hati netizen ialah Jalan-Jalan Men (2012) dan Malam Minggu Miko (2013).

Sebenarnya fenomena *webseries* yang dijadikan sebagai konten promosi bukan hal yang baru di Indonesia. Maret 2015, Molto pernah melakukan hal serupa melalui *Impression of Your Fragrance*. Total sebanyak lima episode besutan Didi Mulyadi dapat ditayangkan, yakni satu episode berdurasi 1 hingga 2 menit saja. Walaupun singkat, *webseries* bertema *romantisme* yang dibintangi aktor laga film *The Raid*, Joe Taslim, tersebut sudah ditonton lebih dari 1 juta kali per episodenya. (Thalatie K Yan. *Hiburan:webseries alternatif menonton film selain di bioskop*, diakses dari metrotvnews.com 23 November 11.25.32 WIB).

Sore adalah sebuah *webseries* dari brand gula kenamaan, Tropicana Slim Stevia. Tayang tiap minggu di *Channel* Youtube Tropicana Slim. Produksi Inhype Picture ini telah menarik penonton Youtube Indonesia dengan kisaran penonton mencapai 600 ribu hingga 700 ribu lebih per episodenya. Meskipun sudah tidak lagi muncul episode baru setelah tiga minggu berlalu, *webseries* ini terus menuai pujian dan dorongan untuk dilanjutkan, baik tetap tayang sebagai *webseries*

maupun naik ke layar kaca atau layar lebar. (Novita Arlika. *Webseries-Sore bukti marketing tak selamanya harus hard selling* , diakses dari www.colours.id 7 Maret 2018 15.39.16 WIB).



Gambar 1.5

(Sumber:https://www.google.co.id/search?q=tropicana+slim++versi+sore&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj94PC5mK_WAhUCbbwKHfqMAiEQ_AUICigB&biw=1024&bih=530#imgrc=95kqF0S4EmaKUM:)

Di tengah gaya hidup tak sehat masyarakat Indonesia lantaran aktivitas yang kian padat, serta kebiasaan malas bergerak akibat pengaruh digital, membuat penyakit diabetes di negeri ini mulai menjangkit usia muda. Tropicana Slim mulai mengomunikasikan pentingnya gula nol kalori kepada kalangan muda. Hal ini dapat dilihat dari iklan-iklan Tropicana Slim yang sejak dua tahun terakhir mulai menampilkan sosok anak muda. Komunikasi yang mulai menyasar anak muda pun tidak sebatas iklan-iklan televisi. Tropicana menyadari bahwa generasi muda, khususnya *millennials* dan Gen-Z, terbilang jarang menonton televisi di rumah. Kehadiran *gadget* membuat mereka menonton konten hiburan di media digital, baik itu media sosial maupun Youtube.

Pasalnya, kasus diabetes pada kalangan usia muda di bawah 40 tahun terus meningkat. Data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013, jumlah penderita diabetes usia di bawah 44 tahun memiliki prevalensi total 1,5% dari total penduduk Indonesia. Jumlah tersebut meningkat 5% dari hasil Riskesdas 2010. Penyebabnya bervariasi. Mengonsumsi makanan berlemak, *junk food*, kurangnya aktivitas fisik dan obesitas, menyebabkan sel-sel dalam tubuh menjadi tidak sensitif lagi terhadap insulin. (Saviq Bachdar. *Webseries sore kampanye digital tropicana slim*, diakses dari www.marketeers.com 23 November 2017 11.41.46 WIB).

Tropicana Slim memproduksi sebuah *webseries* yang berjudul "Sore", series ini menceritakan tentang seorang istri yang kembali ke masa lalu untuk menemui suaminya dengan tujuan untuk memperbaiki beberapa hal (drp, *3 kota yang digunakan untuk syuting webseries sore*, diakses dari www.famous.id 21 November 2017 20.42. 11 WIB). Iklan *Webseries* yang merupakan tayangan serupa *series* singkat yang biasanya tampil di media seperti Youtube, atau Video.com (Agestia Jatilarasati (2017). *Ketika Dion wiyoko kedatangan istri dari masa depan*, di akses dari www.tabloidbintang.com 17 Agustus 2017 41.46.17 WIB).

Sore- Istri dari masa depan merupakan Iklan *Webseries* produksi Inhyp Pictures distribusikan oleh Famous Id yang diproduseri oleh Sylvia Widjaja dan *didirect* dan ditulis oleh Yandy Laurens. Iklan *webseries* terdiri dari 9 episode dan dirilis pada tanggal 1 Februari 2017 dengan durasi penayangan 10-12 menit

dan 12-14 detik, ditayangkan setiap hari Rabu pukul 12.00 WIB di *Channel* youtube Tropicana Slim atau sebagai *endorsement* di beberapa tayangan video lain di youtube, Sekitar bulan Mei tahun 2017 iklan TVC Tropicana Slim Stevia versi Manisnya Alami ditayangkan di televisi dengan melatar belakangi cerita "Sore-Istri dari masa depan" dan diperankan oleh artis dan aktor yang sama (Tropicana Slim (2017). *Sore -istri dari masa depan*, diakses dari www.youtube.com 17 Agustus 2017 41.53.31 WIB).

Iklan *webseries* Tropicana slim versi "Sore – Istri dari masa depan" merupakan bagian dari *launching* produk Tropicana Slim Stevia, Noviana Halim selaku Tropicana Slim *Brand Manager* menuturkan bahwa "Cerita *webseries* Sore tidak hanya mengangkat romantisme saja, namun diharapkan bisa menginspirasi masyarakat untuk mewujudkan rasa sayang terhadap keluarga dan orang terdekat dengan mengajak mereka untuk menjalankan pola hidup sehat bersama-sama " (Agestia Jatilarasati (2017). *Ketika Dion wiyoko kedatangan istri dari masa depan*, diakses dari www.tabloidbintang.com 17 Agustus 2017 41.46.17 WIB).

Webseries Sore mengangkat cerita yang cukup unik dengan premis "Apa yang akan kamu lakukan jika pasangan kamu datang dari masa depan?". Dalam *webseries* ini, diceritakan seorang pria bernama Jonathan (Dion Wiyoko) yang dikagetkan dengan seorang perempuan misterius bernama Sore (Tika Bravani) yang tiba-tiba muncul di dalam kamarnya dan mengaku sebagai istrinya

dari masa depan. Mengambil latar di Italia dan Jakarta, Yandy Laurens selaku sutradara memilih komedi romantis sebagai genre dari *webseries* ini. Kedatangan tiba-tiba Sore dalam hidup Jonathan tentu saja membuat Jonathan kebingungan terhadap keberadaan Sore. Bahkan hidup Jonathan perlahan berubah karena kemunculan Sore dalam hidupnya. Hubungan unik antara Sore dan Jonathan menjadi daya tarik dari *webseries* ini.

Webseries Sore ini memiliki sebuah pesan penting dalam karyanya. Secara tidak langsung *webseries* ini mengajak penonton untuk memulai hidup sehat melalui adegan Sore yang membuang berbagai barang-barang adiktif seperti rokok hingga minuman keras milik Jonathan. *Webseries* ini akan tayang dalam 9 episode dan sudah mulai bisa ditonton setiap hari Rabu di tiap minggunya melalui *channel* youtube Tropicana Slim (nfl, *webseries sore alternatif tontonan video online sekelas layar lebar*, diakses dari www.famous.id 21 November 2017 20.42. 11 WIB).

Pengambilan gambar Sore berlokasi di beberapa kota seperti Petritoli dan Ponza di Italia, serta Jakarta (Shelvy Dwi Citra (2017) *Tropicana slim stevia pemanis alami dari daun stevia*. Diakses dari www.marketplus.co.id 19 November 2017 16.10.25 WIB). Ratu Tika Bravani atau bisanya dikenal dengan Nama Tika Bravani merupakan Artis keturunan Padang yang menganut sistem matrilineal (Regina Kunthi Rosary, *gelar sutan marajo dari keluarga tika bravani bikin dimas aditya tersanjung dan bingung*, diakses dari www.tribunnews.com 22 November 2017 20.47.20).

Tika Bravani lahir di Denpasar pada tanggal 17 Februari 1990, Perempuan berumur 27 tahun ini merupakan seorang aktris berkebangsaan Indonesia. Ia mulai tertarik dengan Seni peran sejak di bangku SMP dan SMA dalam kegiatan ekstrakurikuler teater, film pertamanya merupakan karya Deddy Mizwar yang berjudul *Alangkah Lucunya (Negeri Ini)*. Dion Wiyoko memulai kariernya sebagai model di beberapa majalah seperti Aneka Yess, Femina, dan dilanjutkan dengan aktingnya di beberapa FTV dan sinetron. Aktor berkebangsaan Indonesia keturunan Tionghoa ini lahir di Surabaya pada tanggal 3 Mei 1984, Pria berumur 33 tahun ini memulai kariernya pada dunia perfilman pada tahun 2009 yaitu film *Kuntilanak Beranak* dan pada tahun yang sama juga berperan sebagai Lukman dalam film *Serigala Terakhir*, Kemudian pada tahun 2011 ia turut serta berperan dalam film *Khalifah* yang disutradarai Nurman Hakim.

Sebagai peraih piala citra untuk film pendek terbaik 2012, Yandy mengemasnya menjadi kisah unik. Dengan *setting* pengambilan gambar dilakukan di tiga kota yaitu Jakarta, Ponza dan Petritoli, Italy." Membuat *webseries* di Eropa jelas tantangan yang baru namun bukan yang mustahil tentunya. Apalagi ide cerita yang kami pilih adalah juga sebuah ide yang orisinal, baru, berani dan sangat menarik, sehingga membulatkan tekad kami untuk mewujudkannya sampai lintas benua," terang Produser Sore, Sylvia Widjaja menambahkan. Menariknya lagi, selain menyuguhkan cerita yang hangat dan menarik, *webseries* ini didukung dengan *soundtrack* romantis yang dinyanyikan Kunto Aji (Ratih Wulan.

Lifestyle:kampanyaken hidup sehat lewat webseries sore, diakses dari www.dream.co.id 23 November 2017 11.07.05 WIB).

Uniknya serial ini mulanya merupakan proyek independen dari sang sutradara. Setelah proses syuting beres, ternyata pihak pemanis itu baru mengetahui dan suka dengan ide cerita yang ditawarkan. Oleh karena itu, produk mereka baru diselipkan pada episode kesembilan yang sekaligus merupakan episode spesial. Menurut Tika Bravani, proses produksi *webseries* sebenarnya sama persis dengan layar lebar. Mulai dari proses pengarah skrip, produksi, dan penyuntingan dilakukan layaknya sebuah film layar lebar (Thalatie K Yan. *Hiburan:webseries alternatif menonton film selain di bioskop*, diakses dari metrotvnews.com 23 November 11.25.32 WIB).

Hal yang terbesit setelah sampai pada akhir cerita ini mungkin hanya soal menjaga hidup sehat, tapi juga soal kerelaan melakukan apa saja- bahkan hal terberat sekalipun demi orang yang kamu (akan) cintai. Kalau kamu nggak bisa melakukan banyak hal baik bahkan untuk dirimu sendiri, maka pilihlah untuk melakukan banyak hal baik untuk apa-apa yang akan menyambutmu di masa yang akan datang seperti orang yang akan kamu cintai, pasanganmu, anak-anakmu, pekerjaanmu, atau keluargamu (Silmi. *Sore tak hanya istri tapi juga pesan dan cerita dari-masa depan*, diakses dari www.colours.id 7 Maret 2018 15.57.25 WIB).