



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

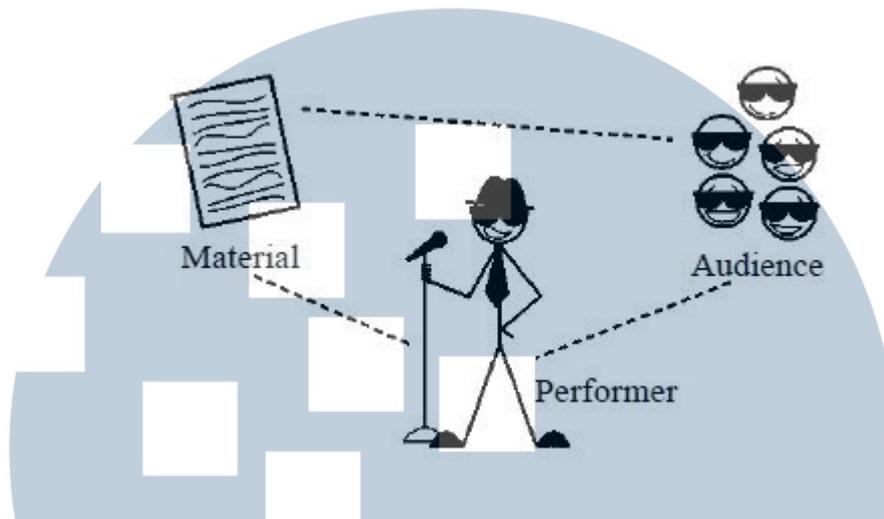
BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komed

Bataille, Hegel, dan Derrida (2001) mengatakan komedi pada masa lalu sudah dikategorikan sebagai seni kelas rendah dan memalukan yang hanya dilakukan oleh orang-orang kelas rendah. Menunjukkan ekspresi yang berlebihan sehingga cukup untuk menarik perhatian dan hanya dilakukan oleh orang-orang yang membutuhkan perhatian dalam bidang pendidikan (hlm. 15).

Dengan berjalannya waktu hal ini dikembangkan dan dibantah dengan teori yang dikemukakan oleh Helitzer & Shatz (2005) bahwa komedi adalah sebuah seni yang memiliki nilai tersendiri, seni yang bertujuan untuk membuat orang tertawa. Memiliki struktur dan formula yang dapat dipelajari dan diterapkan, namun untuk membuat hal ini berfungsi dengan baik adalah *imagination* dan *creativity* dalam menyampaikannya. Menurutnya ketika komedi yang disampaikan terkesan *absurb* namun ketika *imagination* dan *creativity* berjalan dengan baik maka komedi dapat tersampaikan dengan baik. Pendengar atau penonton harus memiliki *imagination* dan *creativity* yang sesuai untuk mendapatkan komedi yang disampaikan, sehingga ketika seseorang menyampaikan komedi harus menyesuaikan tingkat dari *imagination* dan *creativity*-nya terhadap pendengar atau penonton. Karena itulah dibentuk "MAP" yang terdiri dari *Material*, *Audience*, *Performer* yang saling mendukung dan ketiganya harus ada ketika harapan komedi yang berhasil muncul.



Gambar 2.1. MAP

(Comedy Writing Secrets, Helitzer & Shatz, 2005)

2.1.1. *Material*

Materi yang disampaikan untuk tujuan komedi menurut Helitzer & Shatz (2005) harus sesuai dengan latar belakang dari pendengar atau penonton, dan setidaknya materi yang disampaikan dimengerti oleh pendengar (hlm. 7-15).

2.1.2. *Audience*

Penonton atau pendengar dari sebuah komedi menurut Helitzer & Shatz (2005) harus dapat menerima atau mengerti materi yang ingin disampaikan dan bagaimana pelaku komedi menyampaikannya (hlm. 7-15).

2.1.3. *Performer*

Pelaku komedi menurut Helitzer & Shatz (2005) harus mempersiapkan materi yang sesuai dan tepat bagi *audience* dan harus mengetahui bagaimana penyampaian yang tepat (hlm. 7-15).

Hal ini didukung dengan pendapat dari Horton (2012) yang mengatakan tujuan komedi adalah untuk membuat penonton tertawa. Tertawa mempunyai kekuatan 10 kali lipat dibandingkan dengan teriakan hanya jika komedi dilakukan

di tempat dan waktu yang sesuai dengan isi komedi. Tidak semua komedi dapat diterima di semua tempat, setiap komedi harus memperhatikan penonton atau *audience*-nya. Bahkan terkadang beberapa komedi dapat menjadi sebuah hal yang *offensive* untuk beberapa orang sehingga rumus MAP ini sangatlah penting untuk diterapkan (hlm. 497-498).

2.2. Unsur Komedi

Menurut Helitzer (1992) angka 3 mempunyai sebuah kekuatan, seperti dalam Alkitab yaitu *the Tre Wise Men, the Trinity, the Hebrew forefathers* Abraham, Isaac, dan Jacob. Sama seperti dalam komedi, menurutnya komedi mempunyai sebuah formula 3 tahap yaitu PAP (*preparation, anticipation, punch line*). Menurut formula ini adalah yang paling tepat ketika seseorang ingin menyampaikan sebuah komedi dan formula ini banyak dipakai untuk keperluan komedi pada umumnya. Kombinasi formula PAP ini bervariasi, dapat digabung, dikurangi tergantung maksud dari komedi tersebut (hlm. 117-119).

Teori tersebut didukung oleh Lang (dalam buku *Comedy Writing Secrets*, 1992) yang mengatakan 3 tahap adalah sebuah format yang sempurna dalam sebuah komedi karena menurutnya hanya ada 3 tahap yang mempunyai tendangan komedi yang sangat kuat (hlm. 117-119).

2.2.1. *Preparation (Situation Setup)*

Menurut Helitzer (1992) *Preparation* adalah proses di mana *mind set audience* dibentuk dengan sebuah kenyataan dan menerima dengan sadar situasi yang terjadi (hlm. 117-119).

2.2.2. *Anticipation (Triple)*

Anticipation adalah proses di mana ada suatu hal yang mendukung proses *preparation* menuju suatu situasi yang normal atau ideal sehingga *audience* mengharapkan suatu hasil sesuai *mind set* yang sudah dibentuk sebelumnya (hlm. 117-119).

2.2.3. *Punch line (Story Payoff)*

Punch line adalah situasi yang harusnya terjadi menjadi tidak terjadi, begitu juga sebaliknya. Inilah yang menendang emosi tertawa dari *audience* (hlm. 117-119).

Helitzer (1992) mengatakan, sebuah komedi sebisa mungkin jangan dilakukan dengan durasi yang lama, namun dilakukan dengan durasi yang relatif pendek. Jika dilakukan dengan durasi yang lama *audience* dapat kehilangan tension di proses *anticipation* (hlm. 117-119).

2.3. Comedy in Film

Menurut Suzy Nakamura (2012, *The Comedy Film Nerd Guide to Movies*) komedi dalam film tidak mempunyai umur, waktu sehingga dapat diterima hampir semua zaman. Komedi sudah diterapkan dalam film sejak zaman *Silent Film*, salah satu tokoh yang terkenal adalah Charlie Chapline dengan komedi *Slapstick*-nya. Tentu saja tidak semua komedi dapat bertahan lama, menurutnya hanya komedi yang baguslah yang akan bertahan dalam jangka waktu yang lama (hlm. 54-57).

Hal ini didukung oleh Balducci, A (2011) yang mengatakan terdapat satu bintang komedi bernama Buster Keaton. Tahun 1923 dia membuat film berjudul

Our Hospitality sebuah film dengan komedi *satire*. Film inilah yang menjadi inspirasi besar dibalik kesuksesan film produksi dari Pixar yang berjudul “WALL-E” tahun 2008. Ini menunjukkan sebuah komedi yang bagus dapat diterima dan dikembangkan sekalipun dengan rentan waktu yang sangat lama (hlm. 4-6).

Untuk menampilkan suatu komedi yang berhasil menurut Dancyger (2010) membutuhkan suatu kreatifitas dan ide-ide yang cemerlang. Tanggung jawab tersebut biasanya diberikan kepada penulis dan juga sutradara untuk membuat komedi berhasil. Penulis akan lebih mementingkan komedi dalam bentuk *verbal* sedangkan sutradara akan lebih mementingkan membentuk visual seperti apa yang sesuai dengan komedi dalam bentuk *verbal* yang sudah dibentuk. Di sinilah seorang *editor* memiliki peran yang penting ketika menyusun kedua hal tersebut menjadi satu kesatuan. Karena *editor* akan lebih mempunyai peran yang lebih besar ketika komedi sudah disampaikan dengan *visual*. Agar lebih mengerti tentang komedi, Dancyger memilah-milah beberapa jenis komedi.

1. *Character Comedy*

Character Comedy menurut Dancyger (2010) adalah komedi yang disebabkan oleh tingkah bodoh dari sang tokoh. Kebodohan itu bisa disebabkan dari dirinya sendiri atau pengaruh dari keadaan. Jenis ini sering digunakan ketika era film bisu, karena belum ada suara sehingga penonton hanya bisa melihat tingkah laku tokoh utama. Contohnya adalah film ketika Charlie Chaplin dipermainkan oleh mesin makan siang pada film *Modern Times* tahun 1936 (hlm. 315-316).

2. *Situation Comedy*

Situation comedy adalah komedi yang disebabkan dari keadaan, lingkungan ataupun orang lain yang dibuat berdasarkan realita. Komedi ini biasanya muncul dari percakapan antar tokoh atau performa acting dari sang aktor (hlm. 315-316).

3. *Satire*

Comedy yang membutuhkan kreatifitas seorang editor, seperti dinamika pembukaan dalam film *The Hospital* (1971) buatan Paddy Chayefsky atau *Dr. Strangelove* (1964) buatan Terry Southem dan Stanley Kubrick. Fantasi keabsurban yang diinterpretasikan ke dalam film bergaya dokumenter, sangat menantang kreatifitas dari seorang editor (hlm. 315-316).

4. *Farce*

Sebuah hal yang mustahil di dalam kategori *Farce* maka hal tersebut tetap akan diterima. Seperti contohnya di film *The Black Panther*, cut cepat ketika Wegner yang basah kuyup dari kepala hingga kaki menyelip keluar kamar milik Clouseau tanpa ketahuan. Secara logika hal tersebut tidak mungkin, namun tetap ditrima di dalam *Farce* (hlm 315-316).

5. *Editing Concern*

Comedy yang tercipta dikarenakan teknik dan konsep editing yang digunakan oleh editor untuk menyusun materi-materi komedi yang sudah disiapkan oleh sutradara, namun sebelumnya seorang editor harus mengetahui keadaan/komedi tersebut berasal dari mana. Apakah komedinya terletak di narasinya, aktornya,

situasinya, target komedinya, atau ada visual-visual yang mendukung komedi tersebut (hlm. 315-316).

6. *Director Concern*

Comedy yang tercipta berdasarkan masing-masing sutradara yang mengerjakannya. Sehingga *comedy* akan memiliki berbagai macam jenis berdasarkan keinginan sutradara. contohnya sutradara Frank Capra yang mengandalkan dialognya yang hidup dan kejadian kejadian yang mengejutkan dalam filmnya untuk menghidupkan komedi dalam filmnya. Contoh sutradara lainnya adalah Richard Lester yang sering mengandalkan *editing* untuk mencapai *juxtaposition* dan kejutan dalam filmnya.

Hal tersebut ditambahkan oleh Blake (2005) yang membagi dan menyederhanakan komedi menjadi dua macam yaitu :

1. *Visual Humour (slapstick, exaggeration, repetition, mimicry)*
2. *Verbal Humour (Simple, sophisticated, wordplay, others)* (hlm. 18-21).

2.4. **Konsep *Editing***

Menurut Dancyger (2006) seorang *editor* bertugas untuk bertanggungjawab menggabungkan *shots* yang telah direncanakan oleh *director*. *Editor* tidak bisa bekerja sendiri namun harus bekerja bersama dengan sutradaranya, sehingga dapat mengerti maksud dari tiap adegan yang telah dibentuk. Sehingga *editor* tidak hanya menggabung-gabungkan *shots*, namun dengan konsep *editing* yang benar

sehingga dapat menyampaikan pesan yang sudah direncanakan oleh sutradara (hlm. xx – xxii).

Teori ini didukung oleh Pudovkin (1926) yang mengatakan bahwa dalam membuat cerita seorang harus mengerti maksud dari cerita dan juga mengetahui bagaimana menyampaikannya, untuk itu beliau membuat *five principles* untuk membantu seorang *editor* menggabungkan gambar yaitu:

1. *Contrast*
2. *Parralelism*
3. *Symbolism*
4. *Simultaneity*
5. *Leitmotif* (hlm. 44-46).

Five principles adalah konsep *editing* yang dibuat oleh Pudovkin untuk membantu *editor*. Selain kelima hal itu ada beberapa konsep lain yang dapat membantu seorang *editor* dalam dunia *editing* film.

2.4.1. Kuleshov Effect

Menurut Hensley dan Prince, S. (1992) konsep *editing* ini adalah konsep yang menunjukkan suatu perasaan tanpa dijelaskan dengan verbal atau bahkan pergerakan aktor. Hanya dengan menggunakan susunan potongan gambar seorang *editor* dapat menentukan keinginan dan kemauan dari seorang tokoh. Contohnya shot pertama menunjukkan *close-up* wajah seorang lelaki lalu shot kedua menunjukkan peti mati, maka penonton akan berasumsi bahwa lelaki tersebut sedang berduka (hlm. 59).

Teori ini didukung oleh Halliday (1989) yang mengatakan bahwa sebenarnya dalam setiap *text* itu memiliki *context*, atau setiap perkataan atau perbuatan pasti ada sebabnya. Menurutnya ketika seseorang sudah mengerti suatu *context* lalu mendengar atau membaca sebuah *text* maka seseorang tersebut akan mendasari *text* tersebut dengan *context* yang dia ketahui. Contoh mudahnya adalah ketika seseorang ingin bisa mengerjakan sebuah soal ujian maka dia harus mengerti dahulu apa yang dimaksud dari soal tersebut, sehingga dia dapat memberikan jawaban yang sesuai (hlm. 44 – 48).

2.4.2. Reaction

Menurut Chandler (2009) penyusunan potongan gambar menjadi kesatuan dapat dilakukan melalui teknik *Reaction*. Menurutnya konsep ini dapat menunjukkan kekuatan yang luar biasa, dan menjadi kunci reaksi yang akan dirasakan oleh penonton. Haruskah penonton tertawa, sedih, marah, bahkan menahan nafas hanya dari menonton film itu terkhususnya pada bagian-bagian tertentu (hlm. 14).

Hal tersebut diperkuat Dancyger (2010) yang mengatakan seorang *editor* harus dapat membawa penonton masuk ke dalam dunia film yang dilihatnya, dan harus dapat merasakan apa yang sedang terjadi dalam film tersebut. Menurutnya seorang *editor* juga harus menekankan apa maksud dari tiap potongan gambar. Karena tiap adegan mempunyai fungsi, dan fungsi itulah yang ditekankan sekaligus inilah yang akan membuat seperti apa reaksi dari penonton yang akan muncul (hlm. 255 & 267).

2.4.3. *Symbolism*

Menurut Pudovkin (1926) konsep *editing* ini dapat untuk mengibaratkan sesuatu tanpa harus mengatakannya. Hanya dengan susunan gambar yang tepat maka penonton akan tanpa sadar berasumsi bahwa *shots* yang sudah disusun dengan konsep ini mempunyai suatu hubungan satu dengan yang lain (hlm. 46-47).

2.4.4. *Match Idea*

Chandler, Gael (2009) mengatakan konsep match idea ini adalah konsep di mana perpaduan dua *shots* yang berbeda namun memiliki suatu kesamaan ide dasar. Seperti dalam contohnya di *shot 1* seorang pria sedang meraba punggung dari perempuan kesayangannya, lalu *shot* akan berpindah ke *shot 2* di mana, seorang pria sedang meraba *prototype* pesawat paling baru miliknya. Ide dasar dari kedua *shots* ini adalah mempunyai suatu hal yang dicintai atau disukai sehingga kedua *shots* ini menjadi memiliki suatu relasi secara tidak langsung (hlm. 43-44).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.2. Match Idea

(Film Editing : Great Cuts Every Film Maker and Movie Lover Must Know, Chandler, 2009)

2.5. Teknik Editing

Menurut Pudovkin (1926) *editing* yang baik adalah *editing* yang dapat membawa emosi penonton ke arah tertentu, sehingga menurutnya pekerjaan ini dapat ditentukan oleh sang penulis naskah dan juga *editor*. Membentuk tiap *shots* sebagai *guide* terhadap penonton untuk mengerti cerita terbentuk (hlm. 45).

Teori ini didukung oleh Dancyger (2010) yang mengatakan *editing* dapat menyampaikan sesuatu secara langsung atau tidak langsung dengan kata lain menyampaikan sebuah *subtext*. Untuk itu seorang *editor* harus mengetahui terlebih dahulu maksud dari cerita dan bagaimana membentuk tiap *shots* untuk mencapai *subtext* tersebut (hlm. 267).

2.5.1. Smash Cut

Menurut Chandler (2009) pemotongan gambar dengan teknik *smash cut* dapat memberikan informasi baru kepada penonton dengan dasar kejutan. Kejutan ini bertujuan agar perhatian penonton seketika berubah pada kejutan tersebut dan secara tidak sadar penonton akan mencari tahu apa sebenarnya isi dari kejutan tersebut. Bisa jadi kejutan tersebut membuat penonton marah, takut, sedih, bahkan ketawa tergantung genre dari film (hlm. 114-116).

Hal ini diperkuat dari Teori oleh Pudovkin (1926) yang mengatakan tujuan dari *smash cut* adalah untuk memberi kejutan terhadap penonton dengan perubahan *visual* dan *audio* yang tiba-tiba dan tidak terduga. Membuat penonton tidak nyaman dan penasaran apa yang akan terjadi selanjutnya. Menurutnya banyak sekali cara untuk menggunakan teknik ini ditambah yang belum ditemukan (hlm. 64).

2.5.2. Assembly Editing

Menurut Pudovkin (1926) teknik ini untuk memberikan gambaran suatu kejadian, suatu ide, suatu situasi dengan menggabungkan shot 1 dengan shot yang lain sehingga membentuk suatu cerita. Contohnya di film *Psycho* dengan urutan gambar seperti itu maka penonton akan mendapatkan informasi apa yang sedang terjadi dan apa yang akan terjadi kepada perempuan yang sedang mandi tersebut (hlm. 52-53).



Gambar 2.3. Assembly Editing

(Pudovkin's Five Editing Technique, Pudovkin, 1926)

2.5.3. Framing match

Menurut Chandler (2009) teknik ini dapat digunakan untuk memandu mata penonton agar tidak kemana-mana dan tetap fokus di salah satu objek/tokoh yang ditonjolkan pada suatu frame. Sehingga tidak terjadi kebingungan di mata penonton untuk mencari tokoh itu lagi (hlm. 32-33).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.4. Framing Match

(Great Editing Film Maker and Movie Lover Must Know, Chandler, 2009)

Teori ini dikuatkan oleh teori dari Thompson & Bowen dengan mengatur peletakan atau arah objek di dalam frame maka seorang *editor* dapat mengatur pergerakan mata dari penonton, agar perhatian dan penglihatan penonton tidak pergi dan tetap fokus ke tokoh utama. bisa dilakukan secara bersebrangan tidak harus di satu sisi seperti di contoh, shot 1 seorang pria menghadap kekanan, tanpa disadari mata penonton akan dibawah ke arah pria tersebut melihat yaitu ke kanan. Ketika berpindah shot ke 2 terdapat seorang perempuan yang sedang melihat ke kiri di kanan frame (hlm. 90-91).



FIGURE 4.6 The screen position edit in its most basic form. One subject stands frame left while the other occupies space over on frame right in the next shot.

Gambar 2.5. Framing Match b

(Grammar of the Edit, Thompson & Bowen, 2009)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.5.4. *Timing*

Menurut Pearlman (2009) *timing* adalah salah satu alat seorang *editor* untuk membuat sebuah keputusan untuk menentukan titik dimulainya sebuah *shot* dan titik berakhirnya *shot* tersebut di mana. Menurutnya ada beberapa aspek penting untuk dipertimbangkan seorang *editor* dalam penentuan *timing* yaitu menentukan *shot*, menentukan durasi, dan penempatan *shot* yang sudah dipilih. Ketika hal-hal tersebut dilakukan dengan benar, maka satu *shot* dengan *shot* yang lainnya akan memiliki sebuah relasi atau membentuk sebuah makna yang akan diterima oleh penonton (hlm. 43-47).

Teori tersebut didukung oleh Dancyger (2010) yang mengatakan *timing* adalah salah satu hal yang harus dimengerti oleh *editor*. Dengan *timing* seorang *editor* dapat menentukan *shot* yang memiliki *impact* atau *effect* yang lebih besar untuk penonton. Menurutnya *editor* harus mengerti maksud dari sebuah *sequence* sehingga dalam menentukan *shot* dan *timing* akan lebih mudah serta akan memberikan *effect* yang lebih maksimal (hlm. 381-383).

