

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. *Corporate Video***

Perkembangan industri *corporate video* semakin hari semakin pesat. Ada semakin banyak bentuk-bentuk baru yang bermunculan dan berani menantang batas konvensional. Mengutip dari Sweetow, sebuah *corporate video* wajib memberikan bentuk pada visi dan imej dari sebuah perusahaan, dan memiliki tanggung jawab yang cukup besar akan hal itu (Sweetow, 2011). *Corporate video* seringkali dikenal sebagai media *audio-visual* yang membosankan dan terkekang oleh batasan-batasan yang dibuat oleh kepentingan-kepentingan tertentu, tetapi semakin kesini, semakin banyak bentuk *corporate video* yang bersifat naratif dan penuh kebaruan.

Menurut Koster (2018), sebuah *corporate video*, atau pun video tutorial, yang bersifat naratif dan menggunakan pendekatan personal, memiliki kekuatan tersendiri yang mampu membuat penontonnya merasa terhubung dengan produk tersebut. Hal tersebut diperkuat dengan bagaimana bentuk naratif itu mampu menampilkan situasi-situasi yang realistis dan terasa dekat, sehingga memberikan kedalaman terhadap subjek dan informasi yang disampaikan (hlm. 41). Sebagaimana yang dikatakan pula oleh David Meerman (2011), dalam memasarkan sebuah produk ke jaringan masyarakat dan menarik perhatian mereka, dalam hal ini melalui sebuah *corporate video*, yang perlu dilakukan adalah mengkomunikasikan produk itu untuk, dari, dan oleh masyarakat sedekat mungkin, sehingga nantinya akan tercipta koneksi pada orang-orang dengan sendirinya (hlm. 80).

Media dalam mengkomunikasikannya sendiri pun sekarang tidak terbatas lewat jaringan perusahaan lagi, melainkan telah meluas dan dapat digapai oleh hampir semua lapisan masyarakat. Seperti yang juga dikatakan oleh Sweetow (2011) dalam bukunya, bahwa media *digital* dan jejaring sosial memberikan banyak pengaruh terhadap evolusi media *audio-visual*, terutama *corporate video* (hlm. 1). Hal tersebut kemudian secara tidak langsung memberikan dampak besar terhadap jalur-jalur distribusi pihak yang hendak memasarkan produk maupun karyanya.

Meerman (2011; hlm. 257) menjabarkan beberapa jalan untuk perusahaan-perusahaan yang hendak mendistribusikan *corporate video* mereka, yakni;

1. *Posting to video-sharing sites* (Youtube), pada dasarnya mengunggah video ke situs berbasis berbagi video dimana semua orang bisa melihatnya,
2. *Developing an online video channel*, menciptakan dan mengembangkan channel video sendiri yang bisa diletakkan dimana saja,
3. *Attempting stealth insertions to Youtube*, menyelundupkan video perusahaan dengan berpura-pura video tersebut adalah dari pengguna biasa, sehingga penonton bisa merasa dekat, tetapi Meerman mengakui bahwa praktek ini sedikit beresiko,
4. *Vlogging*, video yang akan diletakkan di situs pribadi perusahaan atau blog, dengan tulisan yang akan menambah konteks dari video tersebut,
5. *Vodcasting*, podcast dengan basis video, yang mana biasanya dilakukan untuk mempublikasikan hal-hal teranyar dari perusahaan,

6. *Inviting your customer to submit video*, mengundang publik untuk berpartisipasi dalam rencana *marketing* mereka dengan membuat video-video tertentu.

Dengan meluasnya jalur distribusi *digital* bagi para perusahaan, ditambah dengan semakin besarnya kesadaran masyarakat akan pertumbuhan tersebut, kita pun seharusnya menyadari bahwa digitalisasi telah mempermudah banyak sekali akses-akses yang sebelumnya tidak bisa didapat. Contohnya, kalangan menengah ke bawah sekarang sudah bisa mengikuti *trend* apa saja yang sedang dan telah terjadi melalui *platform* YouTube. Mereka tidak lagi dianggap ketinggalan jaman karena tidak mendapatkan informasi yang sedang tersebar.

Pada dasarnya, kembali mengutip dari Sweetow (2011), perusahaan-perusahaan harusnya telah mengerti pengaruh seperti apa yang dapat ditimbulkan dari produk *audio-visual*. Sebuah video, walaupun pendek, menurutnya mampu meraih target-target audiens tertentu dengan mudah dan efektif. Mengutip lagi dari Dixon (2013), “[...] *video, in the final analysis, offers us the past, the present, and the future.*” Maka dari itu, akan selalu banyak kemungkinan pada medium video-video yang baru bermunculan, seperti halnya kemudian video tutorial berbasis narasi bisa menjadi gebrakan bagi industri *corporate video*.

### **2.1.1. Video Tutorial**

Di tengah era disrupsi ini, perusahaan-perusahaan besar maupun kecil mulai beradaptasi terhadap pergeseran zaman atau digitalisasi. Beberapa perusahaan sudah mulai memanfaatkan medium *audio-visual* dan *platform* baru untuk

menyampaikan informasi yang hendak mereka sampaikan ke konsumen ataupun audiens mereka dengan cara yang lebih efisien. Tidak hanya itu, produksi *audio-visual* berbasis korporasi memberikan kemudahan tersendiri terhadap gerak dan kerja pihak pegawai internal dari perusahaan tersebut, khususnya orang-orang yang membutuhkan *training* ataupun *tutorial* itu sendiri. Pembuatan *video training* atau video tutorial dapat menghemat cukup banyak pengeluaran dan resiko dari sebuah perusahaan di sektor tersebut (Sweetow, 2011).

Pemanfaatan video tutorial ini, menurut Sweetow (2011), mengurangi banyak resiko teknis maupun non-teknis dari praktik tatap muka dengan instruktur atau semacamnya (hlm. 197). Sebuah perusahaan bisa dengan mudah memanasikan visi produknya ke dalam sebuah produk *audio-visual* yang berupa video tutorial itu tadi. Kemudian meletakkannya ke platform seperti YouTube ataupun semacamnya sesuai keinginan mereka, dan semua orang bisa menontonnya kapan saja dan dimana saja. Menurut Koster (2018), dengan video tutorial atau semacamnya, orang-orang yang menonton tidak hanya mendapatkan informasi dan konteks yang dibutuhkan dan serupa seperti tatap muka langsung, tetapi juga kebebasan untuk menontonnya berulang kali dan memadupadankannya dengan berbagai macam jenis konten lainnya secara efisien (hlm. 121). Hal tersebut tentunya menjadikan sebuah video tutorial kemudian menjadi penting dalam misi menyampaikan pesan instruktif dari sebuah produk, selain pula memudahkan banyak praktik manual dan menghemat banyak waktu.

Untuk menjelaskan apa sebenarnya video tutorial itu, kutipan dari jurnal yang ditulis Prasetyo Utomo, Mariana, Andraini, dan Kasmari (2018), menjelaskan

bahwa video tutorial merupakan instruksi yang berbasis video yang mendeskripsikan langkah-langkah untuk mengerjakan sesuatu hal yang berkaitan dengan sebuah pembelajaran, dimana pembelajaran tersebut dapat memberikan arahan, bantuan, petunjuk, serta visualisasi model yang konkrit dan nyata (hlm. 102). Hal tersebut senada pula dengan apa yang dikatakan oleh Koster (2018), bahwa video tutorial adalah sebuah video yang berfokus pada langkah-langkah proses pengerjaan sesuatu (hlm. 34). Dimana menurut Marlia Putri dan Jon Efendi (2019), sebuah video tutorial memang harus menjelaskan materi yang hendak disampaikan dengan bertahap dan runtut sehingga materi tersebut dapat diulang-ulang hingga audiensnya paham. Sehingga kemudian fungsi *reuse* atau *rewatch* pada sebuah video tutorial bisa terimplementasikan dengan baik.

Kemudian menurut Lindwall, Johansson, Rystedt, Ivarsson, dan Reit (2014) melalui esainya, untuk mencapai tujuannya sebagai produk instruktif, sebuah video tutorial sebaiknya kemudian tidak hanya memperlihatkan atau mempertontonkan prosedur saja, tetapi juga hal detil yang relevan terkait prosedur, yang kemudian dilengkapi dengan deskripsi dan penjelasan efektif yang mendukung prosedur tersebut (hlm. 163). Hal tersebut dilakukan demi memaksimalkan informasi yang perlu disampaikan serta meminimalisir resiko kesalahan instruksi yang bisa mengurangi esensi dari video tutorial tersebut.

Dalam esai tersebut, Lindwall et al. (2014) mengambil contoh pada sebuah seminar kedokteran gigi, dimana dosen menjelaskan sebuah prosedur kepada mahasiswanya melalui semacam *instructional video*, mirip dengan. Ada banyak sekali bagian-bagian yang rumit yang harus dijelaskan, yang mungkin tidak akan

tersampaikan dengan efisien dan membuat bingung para mahasiswa jika tidak diiringi dengan penjelasan dari sang dosen. Mengutip dari Clossen (2014), ia mengatakan dalam esainya “*The design of video tutorials should not assume sameness where a wide range of abilities exists.*” Maksudnya adalah, sebuah video tutorial seharusnya tidak hanya sekedar menggantikan proses kerja manusia, atau menyediakan semacam *checklist* untuk diikuti, tetapi juga mampu memberikan *sense of creation* kepada orang-orang yang menontonnya (hlm. 31). Maka dari itu pembuatan video tutorial disini menjadi sesuatu yang penting menilik bagaimana pengaruh yang bisa diberikannya terhadap citra suatu produk. Pada akhirnya, sebuah video tutorial juga harus sadar akan penontonnya.

## **2.2. Penulisan Naskah**

Menurut Guy Gallo (2012), seorang penulis naskah bukan saja seseorang yang secara formal menuliskan naskah yang nantinya menjadi *blueprint* untuk produksi sebuah film atau *video*. Ia mengatakan bahwa penulisan naskah adalah juga menyoyal penciptaan dan penemuan, bukan sekedar pembentukan secara kaidah dan formalitas (hlm. 1). Ada banyak hal yang bisa membentuk naskah, dan menjadikannya naskah yang sama saja seperti naskah-naskah yang lain. Mengutip Gallo, yang mengatakan bahwa hal yang terpenting dalam menciptakan sebuah tulisan adalah *craftsmanship* (keterampilan), bagaimana seorang penulis naskah tidak hanya mengerti dan memahami medium ciptanya, tapi juga mencintai apa yang mereka tulis (Gallo, 2012). Itulah yang membedakan naskah yang satu dengan yang lain. Mengutip pula dari Kathryn Millard (2014), ia menegaskan:

*“Whether working with shadow entertainments, story painting and scrolls, magic lantern shows or cinema the world over, the task of these writers [...] was to provide the basis of living or animated picture stories. Stories themselves breathe life into individuals and communities.”* (hlm. 26)

Kutipan tersebut memperkuat apa yang dikatakan Elisabeth Lewis Corley dan Joseph Megel (2014) dalam esainya, yang mana pekerjaan seorang penulis naskah adalah sebuah pekerjaan yang penuh aspirasi kesenian, dimana mereka tidak hanya diharuskan untuk mengerti kepenulisan naskah secara formal maupun informal, tetapi juga mengerti skala produksi sebuah naskah tersebut dan bagaimana efeknya terhadap orang-orang yang akan memproduksinya. Seorang penulis naskah memiliki kekuasaan dalam memilih paduan-paduan kata tertentu yang tidak hanya menentukan jalannya cerita, tetapi juga menentukan jalannya sebuah produksi nantinya, dan untuk beberapa waktu, penulis naskah juga mampu mengeskalisasi mediumnya tersebut hingga menjadi sebuah bentuk seni (hlm. 14).

Walau dengan kekuasaan akan kebebasan tersebut, bukan berarti penulis naskah kemudian dapat dengan mudahnya mengabaikan format. Sebagaimana masih mengutip dari Elisabeth dan Megel (2014), *“format is more than rules.”* Bentuk formal dari format-format kepenulisan ada dan dapat membantu seorang penulis naskah dalam memetakan perjalanan ceritanya dan memvisualisasikan apa yang mereka bayangkan (hlm. 15). Seperti yang juga ditekankan oleh Ingelstrom (2014), bahwa penulis naskah tidak hanya harus dapat mengkomunikasikan naskahnya dengan tepat, tetapi juga mampu memvisualisasikannya dengan tepat

(hlm. 31). Maka dari itu, mengerti secara baik kepenulisan saja tidak cukup, penulis naskah juga perlu untuk mencintai sepenuh hati apa yang mereka lakukan, sehingga apa yang ia tuliskan bisa tervisualisasikan dengan baik.

Sebabnya kepenulisan, terutama kepenulisan naskah, akan banyak sekali berpengaruh terhadap *output* yang dihasilkan nantinya, dalam hal ini, saat sebuah *corporate video* hendak dibuat. Mengutip dari Koster (2018), jika merujuk ke soal tahap pengerjaan, terutama dalam *corporate video* ataupun video tutorial, seorang penulis naskah *corporate video* tidak memiliki peran yang jauh berbeda dari apa yang dilakukan di industri film pada umumnya, yaitu mulai melakukan riset dan pengembangan naskah secara berkala dan sesuai persetujuan dari pihak klien (hlm. 73-74). Bagaimana membuat cerita, atau lebih tepatnya, bagaimana memilih cerita yang tepat untuk *target audience* yang hendak dituju. Ketepatan ini kemudian diukur dari seberapa cerdas seorang penulis naskah menyasar potensi cerita yang sudah direncanakan bersama. Menulis naskah untuk sebuah *corporate video* tentunya tidak sama seperti menulis naskah untuk film, tetapi kaidah-kaidah yang digunakan masih berlaku dan tidak jauh berbeda.

Menurut Sweetow (2011), ada beberapa hal utama yang menurutnya harus dilakukan terlebih dahulu sebelum memutuskan menulis naskah *corporate video*, yang salah satunya adalah menentukan tujuan sesungguhnya dari proyek tersebut (hlm. 103). Seorang penulis naskah akan terlebih dahulu mencari-cari dan memetakan keuntungan seperti apa yang diinginkan oleh pihak klien dan *target audience* seperti apa yang hendak mereka incar.

Saat tiba ke tahap penulisan naskah, seorang penulis bisa berkreasi sebebannya, tapi tetap pada tempatnya. Tahap kerja penulis naskah *corporate video* akan berdampingan dengan persetujuan dari pihak klien. Maka dari itu, penulis naskah harus juga mampu mempresentasikan tulisannya dengan baik, dan juga menuliskannya dengan jelas. Menurut Sweetow, ia mengatakan bahwa seorang penulis bisa dengan bebas mengimplikasikan maksud yang hendak ia sampaikan lewat naskah (Sweetow, 2011). Sederhananya, penulis juga harus memvisualisasikan visinya melalui naskah yang ia tulis, dan setelahnya adalah interpretasi sutradara untuk memvisualisasikan visi yang ia baca.

Jika menilik kepada pengertian naskah, Dancyger dan Rush (2013) mengartikannya sebagai bentuk penerjemahan awal dari sebuah produk *audio-visual*, yang mana mengandung jalinan emosi dan logika tertentu dari cerita yang dikembangkan (hlm. 281). Naskah memberikan cetak biru pertama bagi sebuah proses produksi dari produk *audio-visual*, entah itu film ataupun *corporate video*. Dan untuk membuat sebuah naskah yang utuh dan solid, dibutuhkan proses kreatif yang sangat panjang dan menguras pikiran. Margot Nash (2014) dalam esainya mengatakan, bahwa proses kreatif dalam penulisan naskah penuh dengan ketidaktahuan dan ketersesatan arah, dimana para penulis harus siap dengan hal-hal yang akan membuat mereka frustrasi serta yang terburuk, kemungkinan untuk gagal (hlm. 99).

Dalam mulai menulis dan mengembangkan cerita, seorang penulis mesti rela gagal, karena kegagalan tersebutlah yang akan mendorong mereka untuk terus melanjutkan proses kreatif dan menyempurnakan naskah mereka. Menurut Selbo

(2016), cerita dimulai dari ide, dimana ide tersebut nantinya juga harus bertumbuh dan berkembang menjadi sebuah cerita yang dekat dengan penontonnya. Cerita yang baik yang memiliki kesadaran akan tema dan ruang eksplorasi, serta membawa penonton ke dalam perjalanan spiritual karakter di dalamnya, dan juga tidak lupa memiliki sudut pandang personal dari penulis naskah itu sendiri yang diimplementasikan sedemikian rupa (hlm. 2).

Kembali mengutip dari Selbo (2016), proses pengembangan ide menjadi sebuah naskah membutuhkan komponen-komponen struktural yang formatif dan teridentifikasi oleh orang-orang yang hendak membacanya (hlm. 2). Ken Dancyger dan Jeff Rush (2013; hlm. 2-7) dalam bukunya, memetakan konvensi penulisan naskah menjadi:

- 1). *Structure*, bentuk atau format penceritaan,
- 2). *Premise*, sebuah konsep besar atau ide utama dari sebuah penceritaan,
- 3). *Conflict*, kepelikan ataupun permasalahan utama dalam sebuah cerita, siapa karakter, dan siapa atau apa yang menghalanginya,
- 4). *Character*, jembatan bagi penulis dan juga penonton untuk merelasikan atau menghubungkan dirinya ke dalam cerita,
- 5). *Dialogue*, alat atau media bagi karakter untuk menyampaikan beban serta pesan cerita,
- 6). *Atmosphere*, suasana yang dibangun lewat detil penulisan yang bersifat deskriptif pada naskah,
- 7). *Action Line*, cerita utama yang menjadi implikasi secara keseluruhan dari aspek-aspek penceritaan lain,

- 8). *Rising Action*, bentuk konfrontasi dan pengisyratan terkait konflik dalam cerita, disebut juga klimaks,
- 9). *Subtext*, status emosional yang diletakkan secara internal pada karakter maupun cerita,
- 10). *Discovery*, elemen kejutan terhadap perjalanan karakter sepanjang cerita,
- 11). *Reversal*, sering disebut juga *plot twist*, dan
- 12). *Turning Point*, titik-titik perubahan pada plot.

Masing-masing dari poin tersebut biasanya selalu ditemukan dalam setiap naskah, dan memang pada akhirnya sebaiknya mengandung hal-hal tersebut.

### **2.2.1. Format Penulisan Naskah**

Mundur sedikit, sebelum memulai penulisan naskah secara kontekstual, penulis naskah juga wajib mengerti dan memahami bentuk mediumnya secara format. Setelah menemukan ide dan membentuk cerita sedemikian rupa menjadi *outline*, lalu menuliskan *treatment* (semacam cerita pendek), barulah penulis naskah mulai menulis naskahnya (Fink, 2014). Dalam ranah format sendiri, sebuah naskah memiliki kaidah-kaidah yang wajib dipahami dan diikuti oleh seorang penulis naskah. Format penulisan naskah biasanya selalu berbentuk satu kolom halaman, tetapi ada beberapa format atau bentuk naskah lain yang juga sering digunakan oleh beberapa penulis. Pemilihan format akan sangat bergantung terhadap bentuk penceritaan yang hendak disampaikan. Ada bentuk naskah *split pages*, yang mencakup dua kolom. Lalu ada juga naskah kolom yang menunjukkan video dan

audio yang akan ditampilkan nantinya. Fink (2014; hlm. 176-194) memberikan macam format naskah dalam bukunya, yakni:

1. *Screenplay format*, naskah yang sering digunakan di industri film dan juga televisi yang menggunakan gaya yang mirip seperti film.

```
EXT. NIGHT CLUB PATIO - NIGHT

John puts his cell phone up to his ear.

          JOHN
    Who is this?

INT. "LE CORDON BLEU" ACADEMY - NIGHT

A burly CHEF with a handlebar mustache holds the phone to
his lips.

          CHEF
    We know about brining.

INTERCUT JOHN/CHEF

          JOHN
    You can't hold this over me. I know
    people. People who know people.

          CHEF
    I'm afraid the only thing roasted
    now, is your reputation.

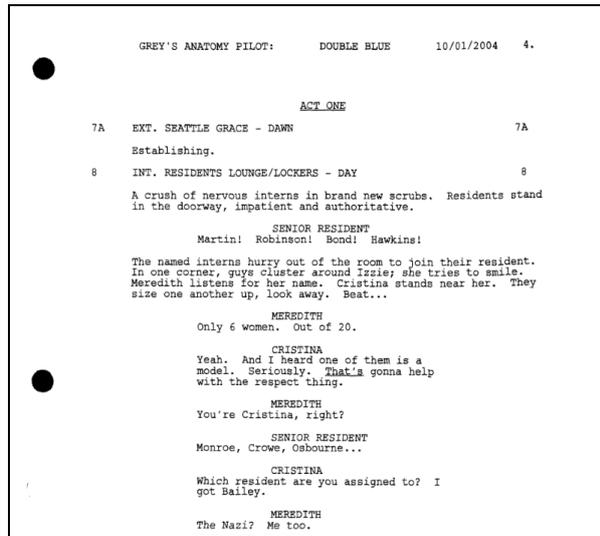
          JOHN
    My what? You're breaking up?

          CHEF
    Reputation - I said, the only thing
    roasted is.

          JOHN
    Let me call you back.
```

Gambar 2. 1 *Screenplay Format*  
(<https://www.pinterest.com/> 2021)

2. *Sitcom format*, bentuk lain atau modifikasi dari naskah dengan *screenplay format*, bersifat lebih spontan dan sederhana, biasanya mengandung lebih banyak *blank space* ketimbang naskah *screenplay format*.



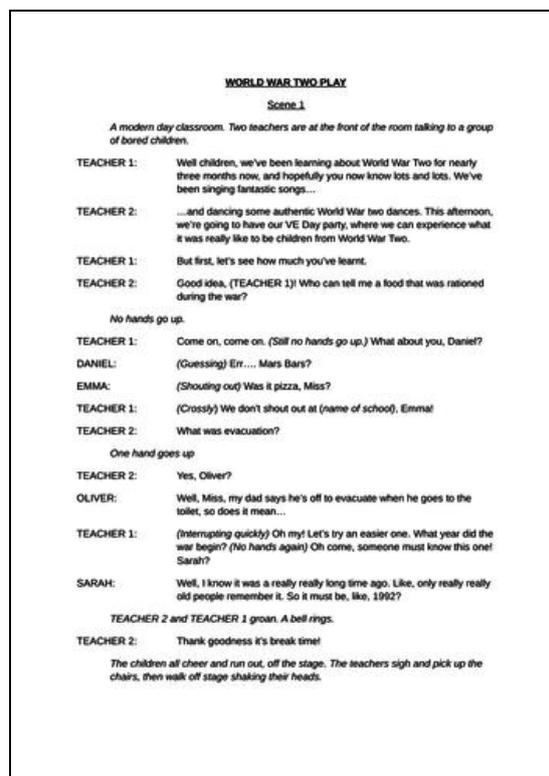
Gambar 2. 2 *Sitcom Format*  
(<https://screencraft.org/>, 2021)

3. *Two-Column, Split-Page, AV Format*, sering digunakan untuk produksi-produksi live studio di televisi dan semacamnya yang menggunakan banyak kamera sekaligus, juga bersifat spontan. Format ini membagi halaman menjadi dua bagian, dengan penjelasan video di sebelah kiri dan penjelasan audio di sebelah kanan.

VIDEO	AUDIO
EXT – DAY –Wayne Manor Gardens Young Bruce peers down rows of plants on long trestle tables.	Bruce: Rachel?
Sunlight streams through wrought iron and glass. Young Bruce advances, cautious. He is grabbed from behind and pulled under a table by a young girl, aged 10. This is Rachel. She puts her hand over Young Bruce's mouth.	Birds chirping, wind blowing, outdoor-y sounds.
A woman strides past the windows: Mrs. Dodson, Rachel's mother, housekeeper of Wayne Manor.	Female Voice: Rachel?! Master Bruce?!
Bruce and Rachel hide from Mrs. Dodson under the table.	Young Bruce: (whispers) What're you doing?! Rachel: (matter-of-fact) Kidnapping you. They'll pay a lot for Precious <u>Bruce</u> .
Young Bruce stares, wide-eyed. She smiles. He relaxes. Young Bruce bolts out from under the trestle table – sprints for the back door. Rachel tears after him.	Bruce's footsteps, then Rachel's footsteps. The door slams open and closed.

Gambar 2. 3 *Two Column Format*  
(<https://u.osu.edu/>, 2021)

4. *Stage-Play Format*, bentuk naskah yang biasa digunakan dalam pementasan teater yang ditampilkan secara langsung. Formatnya berbeda dari tiga format sebelumnya.



Gambar 2. 4 *Stage-Play Format*  
(<https://google.com/>, 2021)

Setelah memilih salah satu format yang paling pas dan tepat untuk medium yang hendak digunakan, barulah penulis kemudian dapat beranjak ke ranah yang lebih mendalam. Dimana menurut Gallo (2012; hlm. 147-172) adalah:

1. *Font*, biasanya dalam naskah, terutama naskah dengan *screenplay format*, selalu menggunakan *font* Courier dengan 10 pitch dan size 12. Salah satu alasan utamanya adalah kesederhanaannya. Orang dapat membacanya dengan mudah dan juga memberikan ruang untuk penulisan *notes* terkait naskah tersebut.

2. *Bold* dan *Italic*, penggunaan *bold* dan *italic* dalam sebuah naskah, menurut Gallo, sangat dapat mempengaruhi naskah. Penggunaan secara berlebihan akan membuat naskah terlihat jelek.
3. *Typewriter vs Typeset*, apa yang dituliskan di sebuah naskah adalah hasil dari peniruan atas tradisi dan konvensi yang ada pada penulisan dengan mesin tik, dimana kemudian mewajibkan naskah mengikuti beberapa kaidah yang sama. Seperti penggunaan dua spasi setelah kalimat, penggunaan garis sebagai penghubung antar dialog, penggunaan *quotation*, dan penggunaan *ellipsis* berupa tiga titik.
4. *Line Spacing*, dalam penulisan naskah spasi antar kalimat memiliki konvensi, yang mana adalah menggunakan dua *blank line* sebagai jeda antar *scene*, satu *blank line* antar paragraf penjelasan aksi, satu *blank line* antar penjelasan aksi dan nama karakter, sementara tidak ada *blank line* antara nama karakter dan dialog, dan juga pada nama karakter dan *parenthetical*.
5. *Capitalization*, penggunaan huruf kapital hanya digunakan pada nama karakter sebelum berdialog dan saat pertama kali diperkenalkan, serta pada *slugline* maupun *headlines*.
6. *Sluglines/Scene Headings*, digunakan untuk mengindikasikan latar tempat dan waktu, termasuk kualitas pencahayaan pada waktu tersebut (senja, subuh, pagi) dan penyebutan spesifik kelanjutan adegan (tempat spesifik, adegan spesifik). Contohnya seperti, “INT. LOKASI. LOKASI SPESIFIK – WAKTU.”

7. *Headlines*, hampir mirip seperti *slugline*, dimana juga digunakan untuk mengindikasikan latar tempat, tetapi lebih spesifik diletakkan di dalam *scene* sebagai cara untuk mencakupi keseluruhan adegan yang memiliki kejadian yang berlangsung pada satu waktu di tempat yang sama.
8. *Continued vs Continuing*, penggunaan (CONT'D) digunakan setelah nama karakter saat dialog karakter tersebut terpotong oleh halaman, sementara (continuing) digunakan setelah nama karakter saat dialog karakter tersebut terpotong oleh penjelasan aksi.
9. *Scene Endings*, Gallo menyarankan penulis naskah untuk tidak mengakhiri *scene* dengan dialog, tetapi kalimat yang mengindikasikan sesuatu yang dapat memberikan antisipasi-antisipasi tertentu.
10. *Transition Breaks*, penggunaan transisi di kanan bawah antar *scene* satu dengan *scene* setelahnya. Contohnya seperti CUT TO, FADE TO, FADE OUT, DISSOLVE, MATCH CUT, SOUNDBRIDGE (menjembatani suara yang berkelanjutan), dan lain-lain.
11. *Character Cues/Parenthetical*, semacam pengarah langsung pada karakter terhadap dialog yang hendak disampaikan. Biasanya diletakkan di bawah nama karakter.
12. *Simultaneous Dialogue*, terkadang satu karakter dan karakter lain mengeluarkan dialog secara bersamaan dan saling memotong satu sama lain, maka biasanya penulis akan meletakkan dua dialog dari karakter tersebut secara bersampingan atau juga memberikan garis penghubung di antara dialog karakter yang memotong kalimat karakter tersebut.

13. *Beat*, digunakan untuk memberikan jeda tertentu sebagai bagian dari akting seorang karakter. Biasanya mengindikasikan perubahan krusial atau kesadaran pada hal tertentu.
14. *Montage*, dituliskan sebagai indikasi penggunaan montase dalam naskah, sembari menjelaskan gambar saja yang akan muncul dengan garis strip sebelum kalimat.
15. *Series of Shot*, hampir mirip seperti *montage*, tetapi dengan tempo yang sedikit lebih lambat, biasanya melibatkan karakter utama dan aspek dramatis yang dapat membangun cerita.
16. *Flashbacks*, dituliskan sebagai indikasi atas adegan terdahulu atau *flashback*. Gallo menulis ada tiga bentuk penggunaannya, dimana pada *flashback* yang bersifat cepat dituliskan di dalam adegan secara langsung, lalu *flashback* yang melibatkan *scene* baru dimana menjelaskan aksi secara lebih panjang, dan *flashback* yang mencakupi sejumlah sekuens secara komprehensif.
17. *Dreams*, digunakan untuk mengindikasikan adegan mimpi yang dialami oleh seorang karakter, biasanya indikasinya diletakkan sebagai *scene* baru ataupun *montage*.
18. *Phone Conversations*, bentuk penggunaan percakapan di telepon atau ponsel pada naskah menurut Gallo sebaiknya ditulis secara dinamis dan tidak membosankan. Contohnya seperti tidak menampilkan satu sisi saja, tapi juga memecahnya dengan adegan lain,

19. *Offscreen*, digunakan sebagai indikasi keberadaan karakter tertentu yang berdialog tetapi tidak terlihat di dalam *frame*. Penggunaannya adalah dengan menuliskan (O.S.) setelah nama karakter,
20. *Located Voice-Over*, digunakan sebagai cara mengartikulasikan kata-kata yang tidak bisa diungkapkan secara gamblang begitu saja. Contohnya ketika seseorang menerima surat atau menulis sesuatu, dimana menjadi bagian yang penting pada cerita, tetapi akan sangat biasa jika ditampilkan secara langsung.

Penggunaan format yang baik dan benar akan sangat mempengaruhi kepada bagaimana pembacanya akan merasakan sesuatu dari naskah tersebut. Mengutip dari Russin dan Downs, pada dasarnya sebuah naskah memang selalu memiliki format dan struktur, dimana setelah mengalami perkembangan selama bertahun-tahun, menjadikannya sama esensialnya dengan aspek-aspek teknis penulisan naskah yang lain (Russin dan Downs, 2012). Dengan menuliskan naskah dalam format yang tepat, akan memberikan kesadaran tersendiri akan strukturisasi pada naskah. Maka dari itu, bisa dibilang format penulisan naskah dan struktur penulisan naskah akan saling berkaitan satu sama lain.

### **2.2.2. Struktur dalam Penulisan Naskah**

Struktur penceritaan memiliki peran yang sangat besar pada penulisan naskah cerita maupun non-cerita. Mengutip Jule Selbo (2016), struktur dapat memudahkan pekerjaan seorang penulis naskah berkali-kali lipat. Struktur sedikit banyak akan menentukan bagaimana sebuah cerita ditulis dan disampaikan. Sementara menurut

Robin Russin dan William Downs (2012), struktur penceritaan merupakan perencanaan awal dari perjalanan karakter utama, bagaimana kemudian aspek-aspek lain dari penceritaan akan saling silang dan mempengaruhi jalan cerita dan menciptakan kesinambungan.

Mengutip dari Edward Fink, yang juga mengutip dari Aristoteles, dalam sebuah naratif, hal yang terpenting adalah kesinambungan plot. Dimana menurutnya plot adalah masih bersaudara dekat dari ‘cerita’ dan juga ‘struktur’. Ia berpendapat bahwa plot ataupun struktur merupakan susunan atau kesinambungan sekuens dari aksi-aksi yang terjadi di dalam sebuah naratif (Fink, 2014). Struktur pun berkembang dan memunculkan banyak macam formula-formula. Formula umum yang biasanya digunakan adalah struktur 3 babak. Dimana cerita dimulai dengan pengenalan karakter dan lingkungannya, lalu beranjak ke pengenalan masalah dan konflik, dan diakhiri dengan resolusi atau kesimpulan secara keseluruhan. Secara sederhana, memiliki awal, tengah, dan akhir. Bagi Selbo (2016), struktur tersebut akan sangat berguna dalam menjelaskan kepada penonton alasan-alasan mengapa karakter melakukan sesuatu, hingga kemudian menciptakan konflik-konflik yang membuat cerita bergerak dan makin menarik (hlm. 22).

Menurut Russin dan Downs (2012), pembagian tiga babak di dalam sebuah naratif adalah cara berbeda untuk menyebutkan awal, tengah, dan akhir. Dimana menurutnya, babak pertama selalu soal situasi, babak kedua selalu soal komplikasi, dan babak ketiga adalah menyoal kesimpulan. Mengutip kembali darinya, bahwa struktur tiga babak merupakan sistem untuk menandai momen-momen penting yang terjadi di dalam sebuah naratif secara struktural, atau yang menurutnya bisa

disebut dengan *plot point*. Untuk memahami struktur tiga babak, yang harus dilakukan adalah dengan mengidentifikasi *plot point* tertentu dimana masing-masing babak dimulai dan berakhir.

Terlepas dari itu, menurut Gallo (2012), meski strukturisasi yang baik dalam penulisan naskah, atau penulisan pada umumnya, adalah hal yang perlu dimengerti, ia juga mengatakan bahwa struktur tidak serta merta kemudian menjadikan sebuah cerita terbelenggu oleh potensi aslinya atau terkekang. Menurutnya, struktur adalah sekedar alat untuk melonggarkan struktur cerita yang lebih terbuka dan fleksibel. Contohnya menyoal *outline* (permukaan cerita) pada sebuah cerita, dimana menurutnya banyak penulis yang masih sering terpaku dalam membuat *outline* yang merinci dan lengkap. Di satu sisi tidak ada yang salah dengan hal tersebut, tetapi menurutnya *outline* itu sendiri haruslah merefleksikan keberagaman penceritaan yang ada pada naskah. Maka dari itu teknik penstrukturan dalam penulisan naskah adalah bukan sesuatu yang pragmatis dan formatif sama sekali.

Walau begitu, seiring perkembangan zaman, struktur-struktur cerita kemudian berkembang dan tidak lagi bersifat sesederhana itu. Dancyger dan Rush (2013) dalam bukunya menyebut struktur tiga babak sebagai *restorative three-act structure* (hlm. 17). *Restorative three-act structure* bersifat *formulaic* dan memang memiliki kecenderungan untuk menjadi baku, tetapi *Character arc* ataupun perkembangan karakter, biasanya satu karakter utama saja, pada cerita kemudian yang menjadi titik pusat dari struktur ini. Karakter utama yang kemudian akan membawa dan menyampaikan plot demi plot, seiring karakternya berubah dan berkembang. *Restorative three-act* memungkinkan karakter untuk mengalami penyadaran diri

terhadap realita yang terjadi di film, yang biasanya kemudian membuka jalan untuk plot selanjutnya serta titik perubahan bagi karakter, sehingga fleksibilitas cerita tetap terjaga tanpa terpaku dengan plot.

Dancyger dan Rush (2013) kemudian memetakan *restorative three-act structure* menjadi beberapa karakteristik untuk masing-masing babakannya:

#### 1. Babak Pertama (Awal)

- a. *The Point of No Return*, disini karakter akan dihadapkan pada pilihan tertentu yang akan memajukan plot cerita, dan pilihannya tersebut tidak bisa ditariknya kembali.
- b. *False Solution*, pilihan yang telah dipilih oleh karakter tadi pada awalnya akan terlihat sebagai pilihan yang tepat alias solusi dari dilemanya, tetapi pada akhirnya tidak sama sekali.

#### 2. Babak Kedua (Tengah)

- a. *Act of Consequence*, di babak kedua karakter akan menghadapi segala konsekuensi dari pilihan yang telah ia pilih di babak sebelumnya, hingga pada akhirnya tiba pada klimaks dari konflik.
- b. *Moving Ahead of the Character*, dalam babak kedua kita dianggap selalu harus berada dua hingga tiga langkah di depan karakter, kita harus sudah tahu terlebih dahulu apa yang akan terjadi pada karakter dari konsekuensi yang ia hadapi.
- c. *Character Assertion*, disini karakter melihat segala apa yang ia lakukan dan mulai memetakan kepentingannya di dalam cerita.

Perubahan dan perkembangan yang telah ia alami akan membawanya ke babak baru.

### 3. Babak Ketiga (Akhir)

- a. *Recognition* dan *Restoration*, atau sering dikenal sebutan resolusi. Ini adalah saat klimaks telah selesai, dan karakter kemudian menyadari kesalahannya. Biasanya karakter akan mencoba memperbaikinya, tetapi kadang juga membiarkannya.

*Restorative three-act structure* ini memberikan kestabilan pada struktur sebuah naskah, yang juga saling beriringan dengan perkembangan karakter utama di dalamnya. Struktur ini memberikan keleluasaan yang besar terhadap perkembangan karakter dari awal hingga akhir, nuansanya pun terasa positif. Struktur tersebut sering dan biasanya akan sangat efektif jika diaplikasikan ke dalam film panjang.

Lalu menurut Fink (2014), selain *three act structure* yang umum digunakan oleh penulis naskah, ada pula beberapa teknik penstrukturan naskah yang dikembangkan oleh penulis lain, yang mengacu pada *plot point*. Contohnya seperti *11 Steps* milik Jule Selbo, *12 Steps* milik Chris Vogler, dan *23 Steps* oleh Eric Edson (hlm. 33-37). Meski memiliki konsep yang sedikit berbeda dari struktur tiga babak umum, pada dasarnya ketiga teknik struktur tersebut masih tetap berakar pada konsep tiga babak dasar, dimana tetap ada awal, tengah, dan akhir. *11 Steps* dari Jule Selbo berpegang teguh pada perkembangan karakter seutuhnya, sebagaimana yang juga dijelaskan olehnya sendiri dalam bukunya, yaitu (Selbo, 2016):

1. *Character's Overall Need and Why*, momen awal yang menjelaskan keinginan dan kebutuhan terbesar karakter di dalam cerita.
2. *Character Logically Goes for Immediate Goal(s)*, dalam keadaan tertentu, karakter utama pun dengan logis mencoba mengejar keinginannya tersebut.
3. *Character is Denied*, walau bersikeras, karakter utama akan mengalami penolakan atas keinginannya mengejar apa yang ia inginkan.
4. *Character Gets Second Opportunity to Achieve Overall Need*, karakter kemudian mendapat kesempatan kedua yang membuatnya mampu tetap mengejar apa yang ia inginkan.
5. *Conflicts About Taking Advantage of Second Opportunity*, setelah mendapat kesempatan tersebut, karakter masih harus mengalami konflik batin di dalam dirinya yang membuatnya bimbang untuk mengambil kesempatan tersebut atau tidak.
6. *Character Decides to Go for It*, setelah mengalami konflik batin tersebut, pada akhirnya karakter akan mengambil keputusan untuk tetap mengejar keinginannya.
7. *All Goes Well*, untuk beberapa saat semuanya akan berjalan sempurna dan baik-baik saja bagi karakter utama.
8. *All Falls Apart*, hingga kemudian kesalahan-kesalahan tertentu menyebabkan karakter utama berada dalam situasi yang membuatnya tertekan dan harus melakukan sesuatu.

9. *Crisis*, karakter utama mengalami tekanan yang makin tinggi sebagai konsekuensi kesalahan yang ia lakukan, dan pergerakannya pun makin terbatas.
10. *Climax*, hingga kemudian karakter mencoba untuk tetap menentang dan mengejar keinginannya tak peduli apa yang menjadi konsekuensinya nanti.
11. *Truth Comes Out*, karakter utama akan mengungkapkan segalanya. Segala yang ia simpan di dalam dirinya.

Menurut Selbo (2016), penonton selalu ingin dipuasi oleh paduan cerita yang membuat mereka merasa tertarik. Mereka ingin merasa menjadi bagian dari perjalanan karakter yang ada di film. Maka dari itu, karakter dengan elemen-elemen tertentu, harus mampu menciptakan persepsi-persepi baru pada penonton tetapi tidak begitu asing bagi mereka, sehingga secara tidak langsung membuat mereka merasa terhubung dan membuat film tersebut menjadi hidup.

Sementara *12 Steps* oleh Chris Vogler, yang mana juga terinspirasi dari Joseph Campbell, disebutkan olehnya sebagai sebuah struktur yang berpegang pada perjalanan spiritual dari seorang karakter. Seperti yang dikutip dari Fink (2014), berbentuk seperti sebuah lingkaran, dimana babak awal dimulai dari dunia normal yang dijalani oleh karakter, lalu beranjak ke babak tengah yang dimana ia memulai petualangannya, dan berakhir di babak akhir saat ia kembali ke dunia normalnya yang sebelumnya. Tetapi Chris Vogler sendiri menegaskan bahwa teknik strukturisasi tersebut tidak sepenuhnya dapat digunakan untuk berbagai macam cerita. Model cerita dengan bentuk eksistensial atau bersifat penyadaran diri

seorang manusia, atau bisa dibilang film *arthouse*, menurutnya belum tentu bisa menggunakan struktur ini. Strukturnya sendiri lebih tepatnya seperti ini:

1. *Ordinary world*, kesadaran yang terbatas dari karakter atau dunia karakter.
2. *Call to adventure*, peningkatan kesadaran dari karakter atau dunianya.
3. *Refusal of the call*, keragu-raguan dari karakter atau dunianya untuk menerima perubahan yang ia sadari.
4. *Meeting with the mentor*, bagaimana kemudian karakter mencoba mengatasi keragu-raguannya.
5. *Crossing the first threshold*, hingga karakter kemudian berani menerima perubahan dan bergerak maju.
6. *Tests, allies, enemies*, konsekuensi-konsekuensi awal mulai bermunculan.
7. *Approach to the inmost cave*, kemudian karakter dipersiapkan oleh perubahan yang akan mengubah segalanya baginya.
8. *Ordeal*, karakter pun memberanikan diri dan menantang perubahan dan konsekuensi dari perubahan tersebut.
9. *Reward*, karakter mendapatkan konsekuensi utama dari apa yang ia telah lakukan, entah itu kemajuan ataupun kemunduran.
10. *The road back*, karakter kemudian mengambil jalan mundur yang membuatnya memikirkan ulang keputusannya.
11. *Resurrection*, lalu karakter mencoba kembali menelusuri keputusannya tersebut untuk terakhir kalinya.

12. *Return with the elixir*, hingga pada akhirnya karakter mendapatkan apa yang ia cari.

Bisa dibbilang cerita yang paling cocok untuk teknik strukturisasi seperti itu adalah model cerita petualangan dan aksi, dimana ada pergerakan nyata dan petualangan nyata yang dijalani oleh karakter yang ada di dalam ceritanya. Sementara *23 Steps* menurut Eric Edson juga tidak jauh berbeda dengan dua sebelumnya, yang mana juga masih berorientasi pada karakter. Seperti yang kembali dikutip dari Fink, yang juga mengutip dari Edson, dimana Edson menyebutnya sebagai *hero goal sequences*, dimana mengandung tiga sampai tujuh halaman dari sebuah naskah, biasanya dua sampai empat *scene*, dimana karakter utama mengejar suatu tujuan yang bersifat jangka pendek sebagai cara untuk memajukan cerita, hingga kemudian ia menemukan sesuatu yang lain, yang memberikan tujuan yang baru pada si karakter utama (hlm. 37).

### **2.2.3. Karakter dalam Penulisan Naskah**

Sebuah cerita, entah itu diperuntukkan untuk film, buku, ataupun medium lain, tidak pernah lepas dari yang namanya karakter. Karakter merupakan salah satu bagian penting dari sebuah cerita, tidak kalah penting dari struktur dan cerita itu sendiri. Mengutip dari Gallo (2012, hlm. 14), "*we are not seduced by plots, we are seduced by characters.*" Ungkapan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan karakter sendiri sangatlah berperan besar terhadap pengembangan cerita ataupun naskah itu sendiri. Dimana kemudian karakter bukan saja adalah sebuah elemen yang membantu menggerakkan plot, tetapi juga jauh lebih dari itu. Seperti yang

kembali dikatakan oleh Gallo (2012), bahwa karakter melengkapi cerita ataupun plot. Ia membantu kita menciptakan dan juga mensolidifikasi cerita atau plot yang ada. Tak peduli seberapa liarnya plot ataupun cerita yang dibuat, jika tidak dilengkapi oleh sebuah karakter yang mendukung dan hidup, sebuah cerita tidak akan pernah utuh (hlm. 28-29).

Sementara menurut Dancyger dan Rush (2013), karakter, yang sering digunakan dalam sebuah cerita atau naskah pada umumnya, adalah sebuah alat atau elemen yang menjadi jembatan antara audiens atau penikmat dan cerita. Karakter adalah tempat dimana audiens akan merasa terhubung dengan segala konflik dan dilema yang dihadapinya. Entah itu melalui karakterisasi tertentu ataupun melalui kejadian-kejadian eksternal dan respon yang ia berikan terhadap kejadian tersebut. Dalam penjelasannya, Dancyger dan Rush menjelaskan bahwa ada karakter utama dan karakter pendukung, dimana keduanya dibedakan dari bagaimana masing-masing karakter mengalami perubahan-perubahan elemental tertentu pada karakterisasi sepanjang cerita (hlm. 4). Penjelasan tersebut melengkapi *statement* dari Gallo sebelumnya, dimana karakter bukan saja elemen penggerak cerita, tetapi pada dasarnya adalah elemen yang menjembatani keterhubungan cerita dengan audiensnya. Semakin dekat atau terhubungnya audiens dengan karakter, semakin dekat pula mereka dengan ceritanya.

Menurut Selbo (2016), karakter pun merupakan kunci, dan karakter yang baik adalah karakter yang memiliki konsistensi. Karakter yang baik adalah karakter yang tidak kemudian bertingkah di luar dari kebiasaannya. Ia memberi contoh seperti karakter yang memiliki sifat kompetitif, tidak mungkin kemudian tiba-tiba kabur

dari sebuah tantangan yang kompetitif. Menurutnya, cerita ataupun naskah yang merubah karakter sedemikian rupa demi keperluan cerita tanpa memperdulikan karakterisasi yang konsisten tadi, pada akhirnya akan membuat cerita tersebut gagal juga. Dan ujungnya akan memutuskan keterhubungan antara cerita dengan audiensnya (hlm. 52).

Dancyger dan Rush (2013, hlm. 215-220) juga kemudian menjelaskan tentang beberapa gagasan umum yang sering terdapat pada proses pengembangan karakter di dalam sebuah cerita ataupun naskah. Mereka menyebutkan ada karakter yang aktif dan ada juga yang pasif. Mereka kemudian juga mengkategorikannya menjadi *active character* (karakter utama yang aktif dan memiliki motivasi tertentu serta konflik), *energetic character* (karakter yang memiliki motivasi tertentu dan bersifat enerjetik dalam beberapa aspek), dan *intentional character* (karakter yang memiliki intensi-intensi tertentu tetapi bukanlah karakter utama). Mereka juga menjelaskan tentang macam-macam karakter, seperti *movie character* (karakter yang ada dalam film), *dramatic character* (karakter yang memiliki unsur drama), dan *real-life character* (karakter seperti yang ada dalam kehidupan nyata). Karakter-karakter ini juga, terutama *movie character* dan *dramatic character*, menurut mereka terpengaruh atas beberapa aspek tertentu, seperti yang mereka sebut dengan *narrative drive* (kebutuhan cerita atau urgensi cerita) dan *narrative energy* (energi cerita).

Sementara itu Edward Fink (2014) juga menjelaskan bahwa dalam sebuah cerita ada beberapa macam peran karakter yang hampir selalu ditemui, yaitu *protagonist*, *antagonist*, *supporting characters*, dan *functionaries*. *Protagonist*

yang dimaksud oleh Fink adalah selayaknya pengertian yang dimengerti oleh semua orang, yaitu karakter utama. Dimana yang membedakannya dari yang lain adalah, tidak hanya merupakan salah satu faktor utama yang paling menggerakkan cerita, tetapi juga yang paling mengalami progresi karakterisasi dalam dirinya sepanjang cerita, atau yang disebut juga oleh Fink sebagai *arc*.

Lalu *antagonist* adalah karakter yang menghalangi *protagonist* untuk mencapai tujuannya di dalam cerita. Karakter ini biasa diasosiasikan dengan musuh besar atau penjahat utama yang ada di dalam cerita-cerita, tetapi Fink (2014) menjelaskan bahwa *antagonist* tidak selalu adalah seseorang, melainkan juga dapat berupa lingkungan ataupun bahkan diri sendiri. Maka dari itu terdapat 3 jenis konflik yang kemudian dapat mengindikasikan peran *antagonist*, seperti manusia melawan manusia, manusia melawan alam, dan manusia melawan dirinya sendiri. Sementara *supporting characters* dan *functionaries* merupakan karakter pendukung yang ada di dalam cerita. Yang membedakan keduanya adalah dari besarnya peran yang dimiliki. Menurut Fink (2014), *supporting characters* adalah karakter pendukung yang sangat membantu perjalanan karakter utama sepanjang cerita, sementara *functionaries* adalah karakter pendukung yang muncul sebagai bumbu-bumbu tambahan di dalam cerita.

Fink (2014) juga kemudian menjelaskan mengenai macam tipe karakterisasi yang berkembang dalam sejarah penceritaan. Mulai dari *four humors* yang berisi 4 macam tipe sifat, yang juga berasal dari literatur lama oleh Hippocrates dan kemudian Galen, yaitu *sanguine* (bersifat ceria dan penuh percaya diri), *phlegmatic* (bersifat santai dan memiliki kecenderungan untuk malas), *melancholic* (bersifat

tertutup dan memiliki kecenderungan depresif), dan *choleric* (bersifat tegas, kaku, dan memiliki kecenderungan untuk menjadi pemaarah). Setelah itu ada pula *enneagram*, yang berarti 9 diagram, memiliki 9 macam tipe sifat. Tipe sifat ini pun berasal dari literatur lama yang dikembangkan oleh Riso dan Hudson, dimana terdapat yang disebut *reformer*, *helper*, *motivator*, *individualist*, *investigator*, *loyalist*, *enthusiast*, *leader*, dan *peacemaker*.

Lalu juga ada perkembangan dari teori Sigmund Freud dan juga Carl Jung. Dimana Freud berbicara soal *id*, *ego*, dan *superego*. Sementara Jung berbicara mengenai *introversion* dan *extroversion*. Yang kemudian dikembangkan lagi oleh Myers-Briggs menjadi yang kita sebut sekarang sebagai MBTI (Myers-Briggs Type Indicator) yang berisi, selain *extroversion* (E) dan *introversion* (I), juga terdapat *sensing* (S) dan *intuition* (N), *thinking* (T) dan *feeling* (F), serta *judging* (J) dan *perceiving* (P). Keempat tipe tersebut kemudian saling dikombinasikan untuk mengindikasikan kepribadian seseorang.

Lalu terakhir, Fink (2014) menjelaskan teori milik Lajos Egri, yang membahas mengenai *three-dimensional characters* (3D Character), yaitu atribut-atribut yang terdapat di sebuah karakter untuk melihat karakter sebagai sebuah sesuatu yang utuh dan tidak bersifat *one-dimensional*. Berisi tentang *physiology* (fisik), *sociology* (kehidupan sosial), dan *psychology* (keadaan psikis). Armer juga kemudian mengembangkan kembali teori Egri ini menjadi 6 macam, yaitu menjadi *physical appearance*, *actions*, *words*, *traits-mannerisms*, *effect on other characters*, dan *names*.

#### 2.2.4. Dialog dalam Penulisan Naskah

Menurut Edward Fink (2014), dialog adalah sebuah pilihan kata ataupun kalimat yang sengaja dikonstruksi para pencerita untuk kemudian dikatakan oleh karakter-karakternya. Walau terkesan sederhana, tetapi menurutnya dialog merupakan salah satu hal yang cukup kompleks dalam penulisan naskah. Proses penulisan dialog membutuhkan banyak pemikiran-pemikiran yang berkaitan langsung dengan kesinambungan dan kebutuhan cerita. Dialog akan berulang kali ditinjau dan dipoles untuk kemudian bisa menjadi dialog yang tepat untuk karakter. Fink juga menyebutkan bahwa ada beberapa gaya dialog yang cukup populer untuk diterapkan pada naskah, seperti *poeticism* (puitis, mendayu-dayu) yang sering diterapkan ke dalam naskah teater atau drama, lalu *naturalism* (sangat realistis) yang sering diterapkan ke dalam naskah yang benar mencerminkan kehidupan nyata, setelah itu ada *realism* (realistis juga tetapi lebih efisien) yang sering diterapkan ke dalam naskah yang juga mengedepankan realitas tetapi masih dalam kadar kebutuhan cerita, dan terakhir *heightened realism* (realitis dan juga puitis) yang sering diterapkan ke dalam naskah yang memiliki absurditas tertentu tetapi juga dengan mempertahankan realitasnya (hlm. 84-92).

Menurut Jule Selbo (2016), dialog yang baik adalah dialog yang dapat membantu pengembangan cerita dan juga mengungkapkan sisi-sisi tertentu dari karakter. Dialog yang baik, menurutnya, adalah dialog yang dapat menciptakan emosi-emosi tertentu sekaligus memberikan informasi yang dibutuhkan cerita. Menurutnya, dialog tidak harus dituliskan dengan bertele-tele dan penuh dengan dramatisasi, jika hal tersebut tidak dibutuhkan dalam cerita. Dialog bisa saja hanya

mengandung satu kalimat atau bahkan satu kata, selama dialog tersebut sesuai dengan karakterisasi dan sekali lagi mendorong pengembangan cerita. Dan dialog juga tidak harus selalu mengandung kebenaran, terkadang dialog tertentu juga dilontarkan demi menyembunyikan sesuatu, entah itu perasaan ataupun informasi. Selbo pun menyebutkan dua istilah yang melekat dengan dialog, yaitu *on-the-nose dialogue* (bersifat *to the point*) dan *subtext* (mengandung implikasi) (hlm 133-142).

Sementara menurut Guy Gallo (2016), dialog juga mestilah relevan dengan masa yang ada di dalam cerita. Aksan-aksan atau pun *slang* tertentu merupakan bagian dari kesinambungan dialog dan karakter di dalam cerita. Dimana selain menggambarkan karakter, juga menggambarkan keadaan zaman. Dan walau dialog perlu mengandung informasi tertentu yang dapat mengembangkan cerita, tetapi menurutnya tidak harus selalu begitu. Pada waktu tertentu, tugas penulis naskah adalah terlebih dahulu memastikan karakternya mengucapkan dialognya sesuai dengan karakterisasinya. Lalu setelah itu baru memastikan bahwa dialog tersebut mampu meraih sesuatu di dalam cerita (hlm. 91-95).

#### **2.2.5. Deskripsi dalam Penulisan Naskah**

Dalam penulisan naskah, deskripsi merupakan teman dekat dari dialog, entah itu naskah film maupun naskah drama. Deskripsi ini bisa disebut juga dengan *action line*. Menurut Guy Gallo (2016), deskripsi pada naskah merupakan prosa-prosa atau kalimat-kalimat tertentu yang memiliki dua fungsi, yaitu menggambarkan lokasi dimana terjadinya sebuah adegan dan juga menggambarkan perilaku karakter serta segala kejadian yang terjadi di dalam adegan tersebut. Walau begitu, Gallo

mengatakan bahwa deskripsi tidak selamanya hanyalah deskripsi adegan yang sedang terjadi saja, tetapi juga menyoal keadaan emosional dan bagaimana pembaca dibawa ke dalam lanskap imajiner yang secara langsung memberikan pengalaman adegan tersebut. Maka dari itu, pemilihan kata yang digunakan dalam penulisan deskripsi, haruslah juga mempresentasikan keadaan-keadaan emosional adegan tersebut. Pemilihan kata pada kalimat yang menggambarkan adegan pun haruslah sesuai dengan kadarnya.

Kembali lagi, walau deskripsi merupakan gambaran dari apa yang akan terjadi nantinya, tetapi deskripsi adegan ini bukanlah representasi nyata dari apa yang sebenarnya terjadi di dunia nyata. Hal ini Gallo (2016) sebut dengan istilah *mimetic description*, dimana penulisan dan pemilihan kata meniru aksi dan emosi yang sedang digambarkan, tetapi kemudian adegannya beradaptasi dengan sendirinya, menciptakan prosa-prosa yang menggambarkan keadaan tersebut. Sehingga kemudian apa yang dituliskan tidak sepenuhnya sama dengan apa yang tervisualkan. Gallo juga menjelaskan soal *paragraphing*, dimana susunan penulisan paragraf pun akan mempengaruhi penggambaran adegan. *Paragraphing* memberikan penekanan terhadap visualisasi adegan, dimana kemudian ia berfungsi sebagai representasi kamera (hlm. 63-70).

Menurut Russin dan Downs (2012), deskripsi, atau yang ia sebut juga dengan *narrative*, adalah tempatnya penulis naskah menciptakan citra audio-visual. Ia berisi detil aksi, lokasi, karakter, dan suasana adegan. Walau terkesan sederhana, tetapi mereka pun setuju dengan Gallo, bahwa penulisan deskripsi dalam naskah juga mestilah mentransfer keadaan emosional yang ada di dalam adegan tersebut,

dengan syarat tidak melebih-lebihkannya seperti sebuah novel. Mereka menyebut bahwa penulisan deskriptif bertele-tele layaknya novel justru akan menghancurkan naskah tersebut. Maka dari itu, pemilihan diksi di dalam penulisan deskripsi naskah merupakan salah satu hal yang akan menentukan seberapa baiknya deskripsi naskah tersebut, dan bisa jadi naskah itu sendiri. Mulai dari paragraf, mereka mengatakan bahwa penulisan paragraf akan lebih baik jika dituliskan seefisien dan serelevan mungkin disertai dengan kalimat-kalimat yang sederhana, dengan tujuan untuk membuatnya tidak bertele-tele dan lebih mudah untuk dibaca. Sehingga kemudian apa yang mestinya bisa tergambarkan dengan mudah, akan tergambarkan baik. Dan deskripsi yang baik juga adalah deskripsi yang menggambarkan sesuatu secara realistis, karena tentu saja naskah bukanlah novel. Dalam artian deskripsi yang realistis ini berguna untuk membantu para pembuat film untuk memvisualisasikan dan merealisasikannya kemudian (hlm. 447-467).

### **2.3. Komedi**

Komedi hampir selalu menjadi *genre* favorit semua lapisan masyarakat. Hal tersebut karena tentu saja mereka merasa *relate* dan semacam ingin mencari hiburan dari kehidupan yang penat. Menurut Matthew Bevis (2013), komedi memungkinkan orang-orang untuk membayangkan kehidupan seliar mungkin. Berimajinasi tentang sesuatu yang tak terbayangkan, segelap apapun itu, dan kemudian mengekspresikannya. Komedi bisa merambah menjadi apapun bentuk kesenian yang dikehendakki. Mulai dari drama teatrikal, tulisan, *stand-up*, hingga

film. Menuliskan komedi, terutama bit dalam sebuah naskah komedi, terdengar mengasikkan, tetapi kenyataannya selalu jauh lebih rumit.

Komedi merupakan salah satu seni yang paling sulit dilakukan oleh siapapun. Menciptakan kelucuan tidak sesederhana melempar *jokes* atau lelucon. Menciptakan situasi komikal membutuhkan keberanian dan ketepatan. Di beberapa situasi juga membutuhkan kesepahaman penuh terhadap lingkaran tempat lelucon tersebut akan dilempar. Menurut Todd McGowan (2017), komedi sendiri adalah sebuah proses penciptaan adegan komikal lewat elemen-elemen kehidupan yang saling terkoneksi, dan relevansi waktu maupun zaman sangat berpengaruh terhadap hal tersebut. Menurutnya, kelucuan akan bertahan, selama kelucuan tersebut masih belum menjadi sesuatu yang sudah biasa didengar oleh orang-orang, walau komedi sebenarnya juga cenderung mengkomikkan sesuatu yang sudah biasa didengar pula (hlm. 3). Konteks yang dimaksud adalah repetisi. Lelucon cenderung akan selalu bersifat pengulangan, dan begitu lelucon tersebut sudah tidak selucu sebelumnya, maka kelucuannya pun hilang.

Kemudian menurut Marc Blake (2016), komedi membutuhkan dua hal, yaitu *tone* (suasana) dan *style* (gaya) yang tepat, yang mampu menahan penonton untuk tetap melihat ataupun mendengar komedi yang disampaikan. Mengutip pula darinya, yang mengutip dari Giglio, maka dari itu komedi wajib mengandung unsur empati (hlm. 5). Bentuk ataupun gaya ataupun karakter yang berputar di dalam sebuah penampilan atau tontonan komedi mesti bersifat manusia dan dekat dengan manusia. Bahkan Bevis (2013) sempat mengatakan, beberapa bentuk komedi dapat mampu membuat kita merasa sebuah lelucon atau komedi tersebut ada pada diri

kita sendiri. Hal tersebut menunjukkan bahwa komedi tidak pernah jauh dari apa yang tidak dimengerti akal pikiran manusia.

Komedi memiliki peran yang cukup penting dalam kehidupan manusia. Manusia tidak pernah lepas dari komedi, sebagaimana juga komedi tidak akan lepas dari manusia. Fink (2014; hlm. 158-166) menyebutkan dalam bukunya, komedi memiliki tiga teori utama yang memayunginya, sebagaimana dikemukakan oleh John Morreall pula, yaitu:

1. *Incongruity*, sebuah bentuk jukstaposisi yang melibatkan dua subjek dan objek sehingga menciptakan pemahaman ataupun sudut pandang baru, yang dianggap lucu, akan subjek ataupun objek tersebut. Teori ini mengandung unsur kejutan yang tak terduga, yang mana akan menghasilkan gelak tawa yang tak terduga pula. Selain itu juga mengandung aspek *self-reflexivity*, *illogical*, *absurd*, *exaggeration*, dan *stereotypes*.
2. *Superiority*, sebuah teori yang menganggap bahwa audiens akan tertawa begitu mereka merasa lebih baik atau superior ketimbang orang lain. Secara tidak langsung, jika menilik pada film, penulis naskah akan membuat penonton merasa lebih baik ketimbang karakter-karakter yang di dalam film karena kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh karakter tersebut. Salah satu bentuknya adalah *running gag*, dimana visual atau dialog akan diulang-ulang sedemikian kali untuk menciptakan tawa.
3. *Psychoanalytic* atau *Relief*, sebuah teori yang beranggapan bahwa komedi mampu menciptakan katarsis pada orang-orang dan

meregangkan segala saraf yang membuat mereka stres. Konsep yang berkesinambungan dengan teori ini adalah *schadenfreude*, dimana orang-orang merasakan kesenangan yang tidak dimengerti ketika melihat karakter tertentu mendapat penderitaan, tetapi dalam kesadaran bahwa karakter tersebut tidak akan mengalami lebih dari itu.

Teori-teori tersebut memberikan pemahaman mendalam mengenai komedi yang terkadang dianggap abstrak. Walau begitu, McGowan (2017) menganggap bahwa tiga teori tersebut belum dikembangkan secara komplit. Ia mengatakan bahwa komedi memanglah ranah yang abstrak dan teralienasi dari teorisasi (hlm. 50). Sementara menurut Plesterr dan Inkson (2019), terlepas dari apa yang dikatakan McGowan, teori tersebut masih bisa berlaku sebagai acuan pembelajaran terhadap komedi, karena menurutnya komedi selalu memiliki potensial untuk memberikan kesenangan kepada penikmatnya, sebagaimana bisa dibangun berdasar jukstaposisi dan mampu mentransfer kita ke suatu area dimana kita dapat berpikir semau kita (hlm. 20). Mengutip kembali dari Plesterr dan Inkson (2019), *“humor is potentially pleasurable, anarchic, therapeutic, social, offensive, and controversial.”* (hlm. 21). Maka dari itu, menciptakan komedi adalah dengan menciptakan sesuatu yang menyenangkan dan menenangkan sekaligus memprovokasi keadaan-keadaan tertentu.

Dalam bukunya, McGowan (2017) menegaskan banyak hal soal *lack* (ketidakcukupan) dan *excess* (keberlebihan) serta relasinya pada komedi. Ia menjelaskan bahwa keterbutuhan manusia yang berlebihan akan sesuatu yang tidak mereka punyai kemudian akan hampir selalu berkontradiksi dengan apa yang

mereka punyai. Jembatan kontradiksi *lack* dan *excess* ini kemudian ia gambarkan seperti bagaimana orang-orang cenderung akan selalu mencari-cari kebaruan, contohnya seperti saat kita ingin punya mobil BMW baru, dan kemudian kita mendapatkannya, kita akan cenderung lupa dan mencoba mencari sesuatu yang lain lagi, yang lebih dari yang kita punya. Menurutny, komedi adalah jembatan yang mampu menstruktur kontradiksi ini. Komedi membawa kita ke dalam suatu keadaan berpikir yang kemudian membuat kita kerap kali tidak menyadari persilangan kedua hal tersebut. Momen pembenturan antara kedua kontradiksi ini adalah bentuk *comic structure* itu sendiri. Meski kemudian komedi memiliki banyak macam bentuk dan bahasa, pada dasarnya strukturnya tersebut masihlah sama, menyoal *lack* dan *excess* (hlm. 14-18).

Christopher Olsen (2015), menyebut dalam bukunya pula, bahwa pada dasarnya komedi juga menyoal dua hal utama, yaitu *setup* dan *punch*. Hampir semua struktur komedi berasal dari struktur ini, dan keduanya pun memiliki fungsi dan pengaruh yang berbeda. *Setup* berfungsi untuk menciptakan sebuah situasi yang mengarahkan pendengar atau penonton atau pembaca ke arah yang salah sehingga kemudian tercipta ekspektasi palsu. Sementara *punch* kemudian memberikan kejutan dengan mematahkan ekspektasi yang telah dibangun di-*setup* (hlm. 124).

Jika disangkutpautkan dengan persoalan *lack* dan *excess*, *setup* dan *punch* pada dasarnya berasal dari konsepsi yang sama, yaitu soal kontradiksi. Dua hal tersebut saling berkontradiksi untuk kemudian dapat menciptakan apa yang disebut komedi.

### 2.3.1. Teknik Komedi

Pada dasarnya, penulisan komedi bergantung besar pada kreativitas yang dimiliki oleh penulisnya. Imajinasi yang luas dan pemahaman yang baik soal komedi akan memberikan banyak kemungkinan terhadap penciptaan sebuah lelucon. Mark Shatz dan Mel Helitzer (2016) menjelaskan dalam bukunya soal bagaimana teknik komedi tak pernah lepas dari cakupan imajinasi tertentu, tetapi juga tak bisa lepas dari apa yang sudah dibuat oleh para pendahulu. Beberapa struktur ataupun teknik komedi yang ada sekarang bisa dibilang adalah hasil 'saturan' dari apa yang sudah pernah dilakukan sebelumnya (hlm. 26).

Ada beberapa struktur dalam penulisan komedi yang sering diimplementasikan untuk menciptakan gelak tawa yang maksimal dari penonton, bagaimana caranya menyampaikan lelucon tertentu di waktu dan tempat yang tepat hingga sampai ke orang-orang yang melihat ataupun mendengarnya. Pertama oleh Fink (2014), yang memetakan teknik komedi menjadi ke beberapa hal spesifik, yaitu:

1. *Setup and Payoff*, teknik yang paling umum dan sering digunakan dalam komedi dan juga drama, dimana penulis akan memperkenalkan sesuatu terlebih dahulu kepada penontonnya, dan kemudian menyampaikan leluconnya sebagai sesuatu yang berlawanan dari perkenalan yang sebelumnya.
2. *Rule of Threes*, hampir mirip seperti teknik *setup and payoff*, dimana juga mengandalkan ekspektasi penontonnya terhadap perkenalan yang diberikan. Bedanya teknik memberikan perkenalan secara dua kali

sehingga membuat penonton makin masuk ke dalam penceritaan penulis atau penyampai komedi. Lalu setelah dua perkenalan atau *setup* telah disampaikan, barulah *punch line* disampaikan, yang mana memberikan *payoff* pada ekspektasi penonton.

3. *Running Gag*, sebuah bentuk pengulangan dari visual atau dialog yang mengandung kelucuan tertentu. Teknik ini juga hampir mirip dengan *rule of threes*, dimana terjadi pengulangan, tetapi teknik *running gag* lebih memiliki keleluasaan atas pengulangan tersebut, alias bisa diulang sesuai konteks yang diinginkan.
4. *Double Whammy*, sebuah teknik yang mengandalkan ekspektasi penonton yang sudah patah, dimana setelah *setup* dan *punchline* telah disampaikan, maka kemudian lelucon atau *punchline* akan ditambahkan untuk menghasilkan gelak tawa yang lebih lagi. Sama seperti yang sebelumnya, teknik komedi ini hanya bisa berlaku untuk konteks tertentu.
5. *Innuendo and Double Entendre*, bentuk humor dengan permainan kata yang mengandung ambiguitas, tetapi secara halus. *Innuendo* mengarahkan suatu konteks tertentu kepada, misalnya unsur seksual, yang hendak dimaksud oleh orang yang menyampaikannya. Sementara *Double Entendre* lebih memberikan kalimat ambigu yang tetap terdengar normal untuk orang-orang yang tidak mengerti konteks sebenarnya.

6. *One-Liners and Put-Downs*, teknik komedi satu kalimat yang disampaikan secara spontan. *Put-Downs* merupakan salah satu bentuknya yang digunakan untuk menyampaikan 'hinaan' secara cerdas.

Sementara Mark Shatz dan Mel Helitzer (2016, hlm. 102-266) memetakan teknik komedi versi mereka ke dalam cakupan yang lebih luas dan universal, yaitu:

1. *Play on Words*, pada dasarnya adalah bentuk permainan kata-kata. Double Entendre adalah termasuk di dalamnya. Teknik komedi mengolah kata-kata menjadi suatu kelucuan.
2. *Simple Truth and Takeoff*, teknik komedi yang menyampaikan kebenaran sederhana lalu dipatahkan dengan sebuah *twist*. Pada dasarnya sama dengan konsep *one-liner* yang dijelaskan pula oleh Fink.
3. *Reverses*, hampir sama dengan *simple truth and takeoff*, teknik komedi ini juga awalnya menyampaikan sebuah pernyataan sederhana yang kemudian dipatahkan dengan pernyataan yang berlawanan atau berkebalikan dari pernyataan awal.
4. *Triples*, prinsipnya sama dengan *rule of threes* seperti yang dijelaskan oleh Fink, yaitu soal penstrukturan tiga kata yang serupa tapi tak sama, atau demi maksud kelucuan tertentu.
5. *Realism, Exaggeration, and Shock*, teknik komedi yang memberikan sebuah kenyataan atau pernyataan tertentu yang kemudian dlebih-lebihkan atau diberikan hiperbola.

6. *Brainstorming and Editing*, teknik komedi pada dasarnya bersifat teknis, yaitu menyoal *rewriting*. Dimana para penulis komedi akan berulang kali melakukan reformulasi pada lelucon-lelucon yang mereka buat demi mencari formula komedi yang paling tepat untuk lelucon tersebut.

Kedua kategorisasi dari dua penulis tersebut tidak lah jauh berbeda secara prinsip. Keduanya sama-sama menjelaskan hal yang kurang lebih sama, hanya saja cakupannya yang sedikit berbeda. Fink menuliskan dengan spesifik, sementara Shatz dan Helitzer menuliskannya dengan cakupan yang lebih luas. Maka dari itu Penulis akan mengambil pengistilahan dari kategorisasi kedua, dan mencoba menjabarkan teknik-teknik komedi yang dipakai di dalam penulisan naskah, yaitu *Exaggeration* dan *Play on Words*.

#### **2.3.1.1. *Exaggeration***

Jika merujuk dari penjelasan yang dijabarkan oleh Shatz dan Helitzer (2016), teknik ini tidak lepas dari dua unsur lainnya, yaitu *realism* dan *shock*. Dimana sebuah keadaan atau pernyataan tertentu dan elemen kejut setelahnya tidak akan pernah terjadi tanpa adanya unsur *exaggeration* yang menjembatannya, begitupun sebaliknya. Teknik ini salah satu teknik komedi yang paling mudah dan efektif menurut mereka, dimana yang biasa dilakukan adalah melakukan *exaggeration* atau mengelevasi keadaan dengan berlebihan. Jadi pada dasarnya teknik *exaggeration* adalah saat *comic* atau pelaku komedi melemparkan sebuah keadaan tentang kenyataan lalu mengeksagerasinya untuk menciptakan efek komedi (hlm. 217-218).

Sementara menurut King (2016), *exaggeration* merupakan bentuk ataupun teknik komedi yang bergantung pada statement tunggal, dimana kemudian statement tersebut dimodifikasi menjadi sesuatu yang dilebih-lebihkan secara berlebihan, bahkan bisa dibilang diluar nalar. Dan menurutnya, kebanyakan kegagalan yang terjadi saat menggunakan teknik ini adalah saat *exaggeration* yang diberikan pada sebuah statement ataupun situasi tertentu menjadi terkesan tanggung atau tidak cukup absurd. Sehingga kelucuannya malah terjebak dalam area abu-abu yang dapat membuat audiens justru bingung sendiri (hlm. 57).

Jared Volle (2019) juga kurang lebih mengungkapkan hal yang sama dalam bukunya. Walau *exaggeration* dapat saja berdiri sendiri, tetapi seringkali justru akan lebih menarik saat ia digunakan untuk mendukung suatu statement atau lelucon lain dan membuatnya menjadi lebih menarik. Karena menurutnya, teknik komedi ini bisa menjadi salah satu cara untuk membuat cerita menjadi lebih hidup. Selain akan lebih baik saat digunakan mendukung sebuah *punchline*, menurutnya, teknik ini juga dapat digunakan untuk menciptakan sebuah situasi komedi tersendiri dalam sebuah cerita (hlm. 150).

Kembali ke penjabaran yang diberikan oleh Shatz dan Helitzer (2016), teknik *exaggeration* memiliki struktur yang gampang dikenali. Dimana sebuah keadaan atau realitas pertama-tama perlu disajikan terlebih dahulu, lalu setelah beberapa lama keadaan atau realitas tersebut akan diberikan *exaggeration* hingga tiba di titik dimana ia telah menginflasi plot

dan menjadi sesuatu yang absurd. Mereka mengatakan bahwa realitas disini menjadi penting untuk diperhatikan, karena kebenaran dari realitas tersebut nantinya akan mempengaruhi efek setelah *exaggeration*, yaitu *shock* atau elemen kejut. Pembaca ataupun penonton tidak akan peduli dan tertawa jika ternyata realitas yang diberikan *exaggeration* menghasilkan sesuatu yang sudah mereka duga. Jadi pada dasarnya perlu ada sesuatu yang di luar dugaan. Jika mengutip dari mereka, “...*realism is the setup, while exaggeration is the joke.*” (hlm. 219-221).

#### **2.3.1.2. *Play on Words***

*Play on Words*, seperti yang dijelaskan dalam buku yang ditulis Shatz dan Helitzer (2016), adalah sebuah teknik komedi yang memanfaatkan permainan kata-kata yang familiar bagi telinga para pembaca atau pendengarnya. Dimana menurutnya, tingkat keberhasilan penggunaan teknik ini memang sangat bergantung terhadap seberapa dekatnya lelucon tersebut pada publiknya. Lelucon tertentu mungkin akan tidak begitu berhasil jika dilempar ke publik yang memang tidak familiar dengan konteksnya. Walau kemudian, teknik ini pada dasarnya tidak pernah berhenti digunakan, karena selain dapat mengandung bentuk komedi, ia juga dapat mengandung interpretasi lain. Salah dua contohnya adalah *Double Entendre* dan *Malaprop* (hlm. 106).

Seperti yang sempat dituliskan sebelumnya, *Double Entendre* merupakan teknik komedi yang juga menggunakan permainan kata sebagai teknik rujukan leluconnya, dimana *comic* atau penulis komedi

menyampaikan hal tertentu yang mengandung dua unsur makna. *Double Entendre*, jika merujuk dari istilah Prancis, merupakan bentuk kata atau prasa yang memiliki makna ambigu, biasanya seksual, dan menurut Shatz dan Helitzer sendiri adalah salah satu teknik komedi yang gampang untuk diaplikasikan (Shatz & Helitzer, 2016).

Menurut King (2016) dengan pemecahbelahan makna menjadi dua tafsir, seseorang dapat membuka dirinya ke dalam kemungkinan-kemungkinan komedi. Dimana dengan tidak berpikir secara logis dan pragmatis, *misconstruing* atau menanggapi dengan salah menjadikan seseorang bagian dari sebuah momen komedi. Keambiguan yang tercipta tersebut, yang menurut Nikulin (2014), akan dengan sendirinya menciptakan gelak tawa dan kemudian memperumit situasi yang berpotensi menciptakan gelak tawa yang lebih lagi (hlm. 85).

Menanggapi permainan kata sebagai cara untuk menciptakan komedi, McGowan (2017) mengatakan, dengan melemparkan sebuah kata atau kalimat yang mengandung implikasi yang bermacam-macam, sementara juga kehilangan maksud dari kata atau kalimat aslinya, dapat dengan spontan menciptakan tawa atau momen komedi. Menurutnya, penggunaan teknik permainan kata sebagai cara untuk memunculkan komedi adalah salah satu bentuk komedi yang telah ada sedari dulu dan terbukti masih digunakan (dan berguna) hingga sekarang. Teknik tersebut secara tidak langsung memberikan teka-teki pada kepala orang-orang tentang maksud kata yang dilontarkan, dimana dengan keterkejutan yang

dimunculkan kemudian, adalah salah satu resep untuk menciptakan komedi (hlm. 28-29).

Kembali ke Shatz dan Helitzer (2016), dalam bukunya ia memaparkan dengan lebih luas berbagai macam teknik yang berprinsip dasar *Play on Words* atau Permainan Kata. Selain *double entendre* yang sudah dijelaskan ada pula *Malaprop*, yang adalah sebuah bentuk permainan kata yang bersifat ketidaksengajaan penyebutan atau penggunaan kata. Disebut *malaprop*, atau yang bisa juga disebut *malapropism*, saat ketidaksengajaan tersebut tidak disadari oleh orang yang melontarkannya. Teknik ini cenderung akan membuat komedi menjadi bersifat *twisted* dan membingungkan, tetapi kemudian penggunaannya yang mudah dan sederhana sangat dapat diandalkan untuk menciptakan komedi (hlm. 124).

Dalam bukunya, McGowan (2017) juga menjelaskan tentang *malaprop* sebagai sebuah teknik ataupun bentuk komedi yang juga turut berperan terhadap kemampuan karakter untuk memiliki *desire* tertentu. Bahwa yang berbicara, yang lalu tanpa sadar melakukan kesalahan, juga tanpa sengaja mengungkapkan sisi lain dari karakternya yang berkeinginan untuk mendapatkan sesuatu yang ia dambakan. Entah itu tatanan sosial tertentu atau bahkan ke hal yang lebih sepele. Jadi pada dasarnya, *malaprop* bergantung pada keinginan besar karakter yang hendak melakukan sesuatu di luar kemampuannya atau kebiasaannya, sehingga hal tersebut menciptakan bentuk kontradiksi tersendiri yang menjadi resep untuk komedi (hlm. 122-125).

Penggunaan teknik ini memiliki kecenderungan untuk justru menjadi menyenangkan. Seperti yang dikatakan oleh Jared Volle (2019), yang mana menyebut *Play on Words* sebagai *Wordplay*, menganggap bahwa teknik ini adalah semua tentang menciptakan situasi komedi yang menyenangkan dengan permainan kata beserta maknanya. Dan seringkali, karena sederhananya teknik ini, menjadi terkesan tidak terlihat atau tidak disadari oleh audiens. Hal tersebut yang membuatnya menjadi teknik yang sangat mudah untuk diaplikasikan dalam menciptakan situasi komedi (hlm. 134).