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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Copywriter*

Menurut Mackay (2005) seorang *copywriter* adalah orang yang bekerja pada bidang kreatif dan bekerja sama dengan *art director* (hlm. 79). *Copywriter* bertugas untuk membuat jalan cerita dari sebuah video *company profile*. Seorang *copywriter* harus mampu memahami konsep dari seorang *director* dan bekerja sama untuk membuat sebuah ide yang kuat.

Menurut Sweetow (2011) seorang *copywriter* harus memahami inti dan ide yang akan disampaikan (hlm. 105). Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan riset terhadap perusahaan dan target *market* dari perusahaan tersebut. Seorang *copywriter* juga memiliki tugas untuk membuat *treatment* yang akan dilakukan terhadap video yang menjelaskan detail dari urutan *scene* yang akan dilihat penonton.

Menurut Gettins (2006) beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagai seorang *copywriter*:

1. Target Pasar

   Mengetahui target pasar penting bagi seorang *copywriter*, agar dapat mengetahui cara menyampaikan pesan yang sesuai. Dengan mengetahui target pasar secara lebih detail, maka penyampaian informasi dapat terlaksana tepat sasaran. Mengetahui kebiasaan yang dilakukan target pasar dapat membantu

Penulisan Naskah... Felix Tanumijaya, FSD UMN, 2016

copywriter untuk menentukan cara penyampaian yang paling efektif untuk target pasar (hlm. 29-41).

2. Riset Target

Dengan mengetahui apa yang target pasar tonton atau baca, maka *copywriter* dapat lebih mudah mengetahui lebih dalam mengenai apa yang target pasar suka dan dapat menyampaikan hal penting dengan lebih tepat (hlm. 43-47). Hal ini juga dapat membantu menentukan media yang paling tepat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada target pasar.

3. Menjawab *Client Brief*

Dalam sebuah *client brief* terdapat pesan atau informasi penting yang ingin disampaikan. Dengan mengetahui hal yang ingin disampaikan, maka seorang *copywriter* tidak menyia-nyiakan waktu untuk menyampaikan hal yang tidak penting (hlm. 51-52). Dalam memberikan informasi, tidak perlu menyampaikan informasi terlalu banyak.

4. Relevan

Mengetahui latar belakang perusahaan, target pasar, dan instruksi dari klien merupakan hal dasar yang harus diketahui oleh *copywriter* untuk membuat sebuah naskah yang relevan. Pemilihan informasi yang disampaikan dalam audio dan video juga perlu diperhatikan relevansinya. Informasi yang sudah jelas tidak perlu diperjelas karena hanya akan menjadi sia-sia (hlm. 75-85).

Penulisan Naskah... Felix Tanumijaya, FSD UMN, 2016

5. Objektif

Menyampaikan informasi yang ada sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, dan tidak melihat dari sudut pandang yang subjektif (hlm. 87-89).

6. Sederhana

Hindari menyampaikan informasi dengan cara yang rumit. Sampaikan informasi dengan cara yang paling sederhana (hlm. 95-109).

7. Memahami Media yang Akan Digunakan

Mengetahui sarana yang digunakan sehingga *copywriter* dapat memanfaatkan sarana dengan tepat dan efektif. Setiap media memiliki aturan dan cara yang berbeda-beda dalam pengaplikasiannya (hlm. 117-139)

8. Ambisi

Seorang *copywriter* mencoba mencari kesempatan yang baru. Mencoba untuk mencari segala cara yang dapat dicoba untuk menyampaikan pesan (hlm 141-154).

2.2. Format Naskah

Menurut Sweetow (2011) format sebuah naskah untuk pembuatan video profil bukan menjadi hal yang utama. Format dari naskah bisa berbentuk apa saja, karena tujuan utama dari naskah adalah untuk memudahkan sutradara, *editor*, dan aktor (hlm. 111).

Penulisan Naskah... Felix Tanumijaya, FSD UMN, 2016

2.3. Dinamis

Menurut Kamus Bahasa Indonesia (2008) dinamis memiliki arti penuh semangat dan tenaga sehingga tidak hanya diam, cepat bergerak dan mudah meyesuaikan diri dengan keadaan.

2.4. Kalimat Pembuka

Kalimat pembuka memiliki peran yang penting dalam menarik perhatian penonton. Menurut Maslen (2010) ada beberapa fungsi dari kalimat pembuka: menunjukan kemampuan seorang *copywriter* dalam menyusun kata untuk menghasilkan kalimat, membuat penonton berhenti dan tertarik untuk melihat detail apa yang ingin disampaikan, untuk menyampaikan garis besar isi yang ingin disampaikan dalam kalimat yang sigkat, untuk meningkatkan kesadaran penonton akan produk yang sedang ditawarkan (hlm. 6-7).

Menurut Maslen (2010) ada beberapa cara yang dapat digunakan dalam membuat sebuah pembukaan, yaitu menggunakan judul seperti sebuah berita, mengawali dengan sebuah cerita, gunakan diskon sebagai daya tarik, pergunakan *quote* atau testimoni, dan bertanya kepada penonton. Dengan penggunaan judul yang menarik maka penonton akan tertarik untuk mencoba mencari tahu lebih dalam (hlm. 10-12).

Penulisan Naskah... Felix Tanumijaya, FSD UMN, 2016

2.5. Bahasa Lisan dan Tulis

Penggunaan media atau sarana yang berbeda menentukan penggunaan bahasa. Menurut Sugono (2009) bahasa lisan adalah bahasa yang terbentuk dari penggunaan alat ucap dan memiliki pembeda berupa satuan bunyi terkecil yang membedakan satu kata dengan kata lain disebut fonem (hlm 16-28). Sedangkan bahasa tulis adalah bahasa yang terbentuk dari penggunaan tulisan dan memiliki pembeda berupa huruf.

Bahasa lisan memiliki beberapa aspek yaitu lafal, tata bahasa, dan kosakata. Dalam penggunaan bahasa lisan penutur dapat memanfaatkan peragaan dalam membantu memberikan penjelasan. Peragaan tersebut dapat berupa gerakan badan, ekspresi, dan penekanan.

Bahasa tulis memiliki aspek yaitu ejaan, tata bahasa, dan kosakata. Dalam penggunaan bahasa tulis tidak terdapat peragaan yang dapat membantu memberikan penjelasan. Oleh karena itu, dalam mengunakan bahasa tulis kelengkapan dan ketepatan dalam penulisan menjadi sangat penting. Hal itu meliputi pemilihan kata, penulisan kata, susunan kalimat, dan tanda baca. Menurut Aronoff (2003) tulisan adalah penanda sebagai representasi dari penutur yang dapat diulang tanpa campur tangan dari penutur (hlm. 68). Tulisan memiliki dasar berupa ucapan atau bunyi yang dihasilkan.

Penulisan Naskah... Felix Tanumijaya, FSD UMN, 2016

2.6. *Typographic Motion Graphics*

Menurut Krasner (2008) tulisan atau teks tidak hanya bisa ditampilkan secara statis atau diam. Tulisan akan menjadi lebih dinamis bila ditampilkan dengan menggabungkan unsur waktu dan pergerakan (hlm. 192-194). Penambahan unsur ini membuat sebuah teks menjadi lebih komunikatif dengan adanya emosi yang diberikan melalui grafis dan pergerakan. Dengan menggunakan *motion graphics* sebuah teks tidak lagi ditangkap sebagai tulisan, melainkan sebagai sebuah bentuk.

2.7. Profil Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara terdiri dari beberapa fakultas yang dapat diambil. Salah satu fakultas yang ada yaitu Seni & Desain. Mahasiswa belajar mengenai dasar – dasar seni dan desain pada semester awal. Di dalam Fakultas Seni & Desain terdapat beberapa peminatan yang dapat dipilih, yaitu Desain Grafis, Animasi, Sinematografi, dan *Interactive Media Design (*melalui *website* umn.ac.id/dkv, diakses pada Juli 2015*)*.

Visi peminatan Desain Grafis adalah menghasilkan lulusan yang siap menjadi seorang desainer profesional yang memiliki keahlian dan kreativitas dalam menciptakan karya desain grafis di berbagai media untuk berbagai keperluan seperti iklan, promosi, penerbitan atau bisnis yang terkait media termasuk media *online*. Visi peminatan animasi adalah menghasilkan lulusan yang mampu menciptakan karya animasi 2D dan 3D dengan standar profesionalisme

Penulisan Naskah... Felix Tanumijaya, FSD UMN, 2016

tinggi untuk berbagai keperluan: advertising, pembuatan film animasi, *visual effects*, *computer games*, dan lain-lain. Visi peminatan sinematografi adalah menghasilkan lulusan yang siap menjadi seorang film *maker* profesional yang mampu menghasilkan karya sinematografi berstandar tinggi seperti *short movie* maupun *TV Commercial.* Visi peminatan *Interactive Media Design* adalah menghasilkan lulusan yang mampu membuat desain game dan desain media interaktif dengan penekanan pada sisi artistik visual, *gameplay*, dan interaktifitasnya. Mahasiswa akan mempelajari tahapan-tahapan perancangan *game* dan media interaktif dimulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi.

Penulisan Naskah... Felix Tanumijaya, FSD UMN, 2016