



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 III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Penulis merancang naskah dengan video webinar dengan menggunakan jenis metode penelitian kualitatif. Sugiarto (2015) mengatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, seorang peneliti lah yang menjadi instrumen kuncinya. Peneliti berperan dalam menentukan fokus penelitian, melakukan pengumpulan data, menganalisa serta menafsirkan data, juga membuat kesimpulan atas temuannya (hlm. 9).

Penulis adalah peneliti dalam laporan ini, telah menentukan fokus penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya dalam bab 1 pada bagian rumusan dan batasan masalah, kemudian mengumpulkan data berupa naskah video webinar yang dirancang oleh penulis. Pada bab 4, penulis lalu menganalisa dan menafsirkan data tersebut, apakah data tersebut sudah sesuai dengan teori yang dikumpulkan atau belum, kemudian penulis menyimpulkan hasil analisa tersebut pada bab 5 dalam laporan ini.

Dalam perancangan naskah video webinar ini penulis menggunakan *creative brief* sebagai acuan. Penulis juga banyak mencari referensi video iklan yang mengandung humor di dalamnya.

3.2. *Creative Brief*

Pembuatan naskah video webinar mengacu pada *creative brief* yang dapat dilihat pada Lampiran A, dimana *creative brief* itu sendiri adalah olahan data dari *creative director* yang digunakan sebagai gambaran hasil proyek.

Dari *creative brief* penulis bisa mulai membuat naskah video dengan penerapan humor sesuai dengan *genre* yang tertera pada *creative brief*, *genre* komedi.

Selain acuan *genre*, dalam *creative brief* pun diberitahukan tujuan pembuatan video, pesan yang ingin disampaikan, durasi video, dan *target audience*-nya, sehingga naskah yang dibuat dapat sesuai dengan keinginan klien.

3.4. Sinopsis

Video promosi webinar KOMET merupakan sebuah *corporate video* yang memiliki tujuan untuk menarik minat karyawan Pertamina untuk memakai webinar. Dinarasikan dengan seorang tokoh bernama Doni yang merupakan karyawan Pertamina. Doni mengalami dilema ketika terjepit dalam padatnya jadwal sebagai pembicara forum di berbagai cabang Pertamina, sementara istri dan anaknya merasa jenuh oleh ketidakhadiran Doni dalam rumah tangga.

Webinar memberikan solusi yang tepat, dengan konsep kombinasi antara web dan seminar, pertemuan sekelompok orang dapat dilakukan hanya dengan bantuan jaringan internet dan perangkat internet. Pilihan untuk memakai webinar sudah tersedia, tetapi Doni juga dapat menolak untuk menggunakannya. Video Webinar

KOMET memberikan gambaran alternatif situasi untuk setiap pilihan yang diambil Doni.

3.5. Acuan

Pada perancangan naskah video webinar ini, penulis memakai beberapa referensi *script* dan video sebagai acuan.

3.5.1. Acuan *Script*

Penulis menggunakan format *A/V script*, dimana *script* terbagi menjadi 2 kolom untuk audio dan visual.

Acuan 1:

VIDEO	AUDIO
John by the mailbox, trying to get his cell phone to work	SFX: DISTANT TRAFFIC SOUNDS. OCCASIONAL CARS GOING BY.
John approaches bench	JOHN Excuse me. Could you please help me out? I need to make a call and . . .
Susan gets up and walks toward curb	SUSAN No!
Freeze-frame	MARY (VO) Oops. They don't seem to be hitting it off too well. In the meantime, note that the high light level helps give the scene a great depth of field. Although Susan and John are relatively far apart on the z-axis, they are both in sharp focus. Sorry about the interruption. Let's see how this plot develops.
CU John	JOHN I didn't mean to startle you. But I really need to make this call. You wouldn't have a cell phone I could borrow?

Gambar 3.1. *Two-Column A/V Script*.
(Zettl, H., 2017, hlm. 366)

Acuan 2:

<p>CUT-IN: Kids playing a game of chance and winning a prize. CUT-IN: A man passes cotton candy to a smiling young girl.</p>	<p><u>VOICE:</u> The Regatta has been about socializing as much as it has been about amateur sport. It is widely known as "The Largest Garden Party in the World" and draws attention from all over. Concession stands, wheels of fortune, games of chance, food and fun are just as much part of the history of the Regatta as the races.</p>
--	--

Gambar 3.2. Contoh Format A/V Script.

(Borst, T., 2011, hlm. 267)

3.5.2. Acuan Konsep

Iklan Axis seri Iritology No. 36 - Sudirman: digambarkan dengan seorang pria yang sedang mencari tebengan ke Sudirman lewat telepon. Pria tersebut menghubungi beberapa orang, salah satu percakapan yang menjadi acuan adalah sebagai berikut:

Pria 1 : Lewat Sudirman, ya?
Pria 2 : Ya.
Pria 1 : Nebeng ya?
Pria 2 : Ya.

Gambar 3.3. Iklan Axis Iritology No. 36.

(Axis, 2005)



Gambar 3.4. Iklan Axis Iritology No. 36.

(Axis, 2015)

Iklan *Sale Stock*: 3 orang wanita dengan tampilan modis dan mewah, kontras dengan lingkungan sekitarnya.



Gambar 3.5. Iklan *Sale Stock*.

(Sale Stock, 2016)

Testimoni Klinik Tong Fang: video berisi testimoni dari beberapa orang yang sudah sembuh setelah berobat di klinik Tong Fang, disertakan juga penjelasan tentang proses pengobatan pada klinik tersebut.



Gambar 3.6. Testimoni Klinik Tong Fang.

(Yafa4523, 2012)