



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 IV

ANALISIS

4.1. Kostum

Menurut Pratista (2008), kostum mampu menggambarkan status sosial seseorang serta sebagai alat penunjuk ruang dan waktu. Mengacu pada teori ini, busana berpakaian ayah merupakan sebuah rangkaian yang terancang untuk menunjukkan kesan atau impresi tertentu.

Dalam memilih dan merancang pakaian yang akan digunakan aktor dalam tugas akhir ini, terdapat beberapa pertimbangan yaitu sang aktor harus terlihat menjadi karakter utama, harus mampu mewakili unsur nostalgia, dan mampu memberikan emosi melewati warna pada pakaian.

4.1.1 Aktor

Secara fisiologis, fisik ayah dan anak digambarkan sebagai berikut:

1. Nama: Ayah

Jenis Kelamin: Laki -laki

Umur: 39 tahun

Tinggi badan: 166 cm

Berat badan: 68 kg

Warna rambut: hitam

Warna mata: coklat gelap

Warna kulit: sawo matang

Postur: tegap, cenderung hampir proporsional

Penampilan umum: *friendly*

2. Nama: anak

Jenis kelamin: perempuan

Umur: 14 tahun

Tinggi badan: 146 cm

Berat badan: 40 kg

Warna rambut: hitam

Warna mata: coklat gelap

Warna kulit: coklat cerah

Postur: tegap, sedikit berlekuk

Secara aspek sosiologis, karakter pada cerita digambarkan sebagai berikut:

1. Ayah

Keluarga: anak tunggal

Pekerjaan: karyawan sebuah perusahaan

2. Anak

keluarga: anak tunggal

pekerjaan: pelajar

Sedangkan pada aspek psikologis, digambarkan sebagai berikut:

1. Ayah

Kepribadian: ambivert

Ambisi: menginginkan agar anaknya merasakan es krim Ragusa

Kelebihan: ingin membagi kesenangan

Kekurangan: terkadang sedikit otoriter

2. **Anak**

Kepribadian: ekstrovert

Ambisi: ingin bersenang-senang dengan ayahnya

Kelebihan: mengerti perasaan ayahnya

Kekurangan: sangat *moody*

4.1.2 Karakter Ayah

Dalam tugas akhir ini, karakter ayah digambarkan sebagai sosok penyayang yang sangat menyayangi anaknya. Adapun latar belakang dari ayah adalah seorang karyawan perusahaan yang memiliki kenangan makan di restoran es krim Ragusa Italia.

Restoran es krim Ragusa Italia ini memiliki kenangan yang kuat pada ayah sehingga ia ingin mengajak anaknya merasakan kenangan terdahulunya. Menurut Pratista (2008), seorang aktor yang baik dapat memberikan kesan dramatis pada unsur cerita sehingga cerita dapat lebih menarik serta menyampaikan sebuah pesan pada adegan tersebut.

Penggunaan tata busana ayah menggunakan kemeja berwarna dominan merah, celana *jeans*, serta menggunakan sepatu kets berwarna dominan abu-abu yang diselingi sedikit warna. Penggunaan kemeja untuk menonjolkan sisi kedewasaan dari ayah sebagai tulang punggung keluarga serta celana *jeans* dan sepatu kets menunjukkan sisi *casual* ayah yang sedang pergi bersama anaknya.



Gambar 4.1. Potongan Adegan Ayah
(Dokumen Pribadi, 2020)

4.1.3 Tata Busana Ayah

Pemilihan baju dengan warna dominan merah mampu menunjukkan kesan cinta dan ambisi ayah kepada anaknya serta sebagai penyiratan sosok ayah sebagai objek utama dalam cerita (Malpas, 2007). Malpas juga berpendapat warna merah dapat dikategorikan sebagai warna hangat sehingga dapat menimbulkan relasi dengan nostalgia. Hal ini mengacu pada teori Sedikides dan Wilschut (2008) yang menjelaskan nostalgia memiliki rasa kehangatan dan mewakili sebuah kejadian pada masa lampau.



Gambar 4.2. Baju Ayah
(Dokumen Pribadi, 2020)

Pemilihan sepatu kets berwarna abu-abu merupakan pengaplikasian dari teori Malpas (2007) yang memiliki teori bahwa warna abu-abu mampu memberikan kesan menenangkan dan aman. Tujuan dari pemilihan warna ini memiliki relasi dengan latar belakang karakter ayah yang memiliki kecenderungan untuk mengulang kembali memori melalui kejadian-kejadian yang pernah ia lalui bersama.

Warna abu-abu ini melambangkan ketenangan ayah yang sedang mengulang memori dengan anaknya. Hal lain yang ingin penulis jelaskan bahwa sepatu berwarna abu-abu dengan sedikit aksen berwarna menandakan sedikit kesenangan yang sedang ayah alami.



Gambar 4.3. Sepatu Ayah

(Dokumen Pribadi, 2020)

Pemilihan celana *jeans* merupakan perwakilan dari representasi zaman dimana pada era sekarang penulis melakukan observasi pakaian laki-laki dan wanita dalam bepergian secara formal maupun informal menggunakan celana berbahan *jeans*. Dasar teori dari pemilihan celana ini mengacu pada teori Cosgrave (2000) yang berpendapat bahwa *fashion* mampu merepresentasikan sebuah zaman atau era. Maksud dari pemilihan celana tersebut adalah untuk menunjukkan *fashion* yang sedang berlaku pada zaman sekarang, sedangkan warna abu-abu memberikan kesan ketenangan karakter atau *casual* pada saat mengkonsumsi es krim (Malpas, 2007). Serta model celana *jeans* tersebut juga mewakili sisi muda seorang ayah yang masih memiliki selera berpakaian trendi.



Gambar 4.4. Celana Ayah
(Dokumen Pribadi, 2020)

4.1.4 Karakter Anak

Karakter anak pada tugas akhir ini digambarkan sebagai seorang anak yang pengertian terhadap ayahnya serta ingin membuat senang ayahnya. Latar belakang dari karakter anak adalah ia merupakan seorang anak yang penurut serta memiliki pengertian dalam merasakan emosi seseorang. Sehingga, ketika ayah dengan semangatnya mengajak ke restoran es krim Ragusa makai a akan menurutinya untuk membuat ayahnya senang.

Tata busana dalam karakter anak digambarkan dengan menggunakan baju lengan panjang berwarna biru muda, celana *jeans* juga sepatu kets berwarna abu-abu menunjukkan sisi anak yang trendi serta mengerti model.



Gambar 4.5. Potongan Adegan Anak
(Dokumen Pribadi, 2020)

4.1.5 Tata Busana Anak

Dalam merancang tata busana pada karakter anak, penulis mengacu pada teori Pratista (2008) yang menyatakan bahwa kostum mampu memberikan gambaran visual akan kepribadian maupun status sosial pada seseorang. Pemilihan busana baju anak menggunakan baju lengan panjang berwarna biru muda mengacu pada fisiologis karakter anak yang mencerminkan trendi sehingga tata busana yang dirancang harus memiliki segi modis yang lebih cocok dengan 3D karakter anak.

Adapun pemilihan warna biru digunakan untuk menunjukkan kesan kepercayaan anak pada ayah (Malpas, 2007), dikarenakan pada *script* sang anak sebenarnya hanya mengikuti keinginan sang ayah agar dia senang. Adapun alasan lain adalah untuk menunjukkan rasa kepercayaan sang anak pada ayah. Hal ini diungkit pada awal cerita yang menceritakan sang anak heran dan meragukan tempat es krim pilihan ayah tempatnya tidak sesuai harapannya. Namun, sang anak tetap ikut dan makan es krim pilihan sang ayah.



Gambar 4.6. Baju Anak
(Dokumen Pribadi, 2020)

Pemilihan sepatu anak memiliki pesan yang sama dengan sepatu ayah, yaitu untuk merepresentasikan kesan ketenangan ketika ia sedang makan es krim bersama.



Gambar 4.7. Sepatu Anak
(Dokumen Pribadi, 2020)

4.2. *Setting*

Latar tempat atau *setting* dalam tugas akhir ini mempunyai konsep nostalgia secara impresi. Hal yang dimaksud mengacu pada teori Boym (2002) yang menyatakan nostalgia merupakan masa lalu yang memiliki nilai sentimentalitas

pada benak seseorang. Hal ini dikembangkan melalui latar belakang ayah yang memiliki kecenderungan mengulang memori, dimana tempat tersebut tidak berubah tetap mempertahankan bentuk bangunan serta warna pada papan nama. Tambahan acuan teori dalam pemilihan nostalgia sebagai kesan atau impresi juga berdasar pada teori Barsam (2010) yang menjelaskan set *design* dapat digunakan untuk menguatkan emosi karakter atau *mood* yang mempunyai signifikansi emosional.

Adapun pemilihan *setting* juga bertujuan untuk memberikan *established* area yang memberikan informasi pada penonton mengenai tempat, ruang dan waktu (Bordwell & Thompson, 2003). Maka dari itu pemilihan lokasi latar belakang *shot* pertama dengan menunjukkan set restoran Ragusa bertujuan untuk menunjukkan penonton tempat terjadinya adegan tersebut.



Gambar 4.8. *Shot* Ragusa
(Dokumen Pribadi, 2020)

Lokasi *setting* atau latar belakang selanjutnya adalah tempat duduk kursi yang terletak di depan restoran es krim Ragusa Italia. Hal ini dikarenakan terjadi

penyesuaian lokasi akibat dampak dari Covid 19 sehingga membuat pemerintah memberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang melakukan pelarangan restoran melakukan sistem *dine in* atau makan di tempat. Maka dari itu terjadi penyesuaian lokasi tidak pada dalam ruangan atau *indoor* ketika sedang adegan makan bersama ayah dan anak dikarenakan aturan tersebut.

Penyesuaian akan hal tersebut memberikan solusi beradegan di tempat duduk yang berletak persis di bagian depan restoran Ragusa. Perubahan *setting* ini juga berdampak pada *script* sehingga diperlukan adanya penambahan serta pengurangan adegan pada tugas akhir ini.



Gambar 4.9. Potongan Adegan *Set 2*
(Dokumen Pribadi, 2020)

Hal tersebut tidak jadi masalah karena mengacu pada teori Boym (2002) yang menyatakan bahwa nostalgia adalah kejadian di masa lalu yang memiliki nilai sentimentalitas pada seseorang, sehingga penyesuaian pada *setting* dibantu dengan revisi *script* yang menjelaskan bahwa di tempat inilah dahulu sang ayah pernah makan es krim Ragusa Italia.

4.3. Properti

Pemilihan properti pada tugas akhir ini didasarkan pada teori Sweetow (2010) yang menyatakan video komersial harus memberikan gambaran audiovisual dalam memberikan *product knowledge* pada konsumen. Maka dari itu, dikarenakan tugas akhir ini berbentuk video komersial untuk restoran es krim maka properti utama pada tugas akhir ini adalah sebuah properti dengan jenis *consumable props* yaitu es krim.

Adapun pemilihan es krim merupakan hasil rundingan antara penata artistik dengan pemilik restoran untuk memberikan es krim didasari menu favorit dari restoran tersebut, yaitu *spaghetti ice cream* dan *banana split*. Hal tersebut mengacu pada teori Wahana (2008) yang menyatakan video komersial harus memiliki kesan yang menarik agar mampu memperoleh atensi penonton akan suatu hal.



Gambar 4.10. *Screenshot* Es Krim
(Dokumen Pribadi, 2020)

Adapun pemilihan *consumable props* ini juga memiliki hubungan naratif dengan *script* cerita dimana dijelaskan bahwa es krim tersebut merupakan rasa es krim favorit, kesan keterharuan muncul ketika sang ayah mengetahui sang anak juga menyukai rasa tersebut. Hal ini memberikan dampak nostalgia pada bapak yang terdampak sedikit kenangan sentimentalitas pada adegan tersebut. Hal tersebut dapat dikatakan bernostalgia dikarenakan memiliki dasar teori dari Boym (2002) yaitu nostalgia adalah masa lalu yang memiliki sentimentalitas pada seseorang dan memiliki nilai kenangan.

Pemilihan es krim tersebut juga untuk mewujudkan permintaan *client brief* yang menyatakan ingin menciptakan sebuah iklan yang ramah keluarga serta *memorable*. Representasi warna coklat menurut Malpas (2007) adalah mewakili kesederhanaan sehingga dengan warna tersebut memberikan kesan bahwa es krim dapat dikonsumsi dari kalangan apapun dan siapapun. Warna dominan coklat tersebut dapat dilihat pada es krim *banana split* yang merupakan salah satu menu andalan restoran Ragusa. Hal lain yang menjadi pertimbangan adalah dikarenakan es krim tersebut tidak berubah dari segi tekstur, rasa, dan penampilan, maka mampu memberikan kesan nostalgia pada konsumen loyal maupun konsumen yang ingin merasakan cita rasa yang sama dari tahun 1932. Pertanyaan tersebut dapat didasari oleh teori Lizardi (2015) yang berpendapat bahwa gambar atau suara yang menimbulkan rasa atau kesan nostalgia mampu membangun konektivitas antara konsumen dengan produk yang ditawarkan.

Kesan nostalgia tersebut mampu meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk tersebut dikarenakan acuan teori dari Barret (2016) yang

menyatakan bahwa nostalgia mampu memberikan dorongan energi positif tetapi di saat yang bersamaan mampu memberikan adiksi sehingga hal ini cocok dengan teori Sweetow (2011) yang memiliki teori bahwa video komersial harus memberikan informasi akan sebuah merk dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Pertanyaan tersebut dinyatakan cocok dikarenakan tujuan dari sebuah perusahaan adalah meraup keuntungan sehingga dengan adanya video komersial yang mampu memberikan adiksi produk pada konsumennya dengan otomatis akan menaikkan penjualan pada toko atau restoran tersebut.

Properti lain yang ada pada video tugas akhir ini untuk merepresentasikan kesan nostalgia adalah berupa foto-foto zaman dahulu Ragusa yang menggambarkan pendiri dari restoran Ragusa, serta sebagai gambaran seperti apa restoran Ragusa pada tempo dulu.



Gambar 4.11. Ragusa Bersaudara
(Dokumen Pribadi, 2020)

Dalam pelaksanaannya, properti ini merupakan *personal props* dari restoran Ragusa yang ditempel pada dinding-dinding restoran. Adapun mengapa penulis menyarankan sinematografer untuk mengambil *shot* pada foto tersebut adalah karena foto tersebut memiliki nilai sejarah dengan berdirinya Ragusa sehingga jika mengacu pada teori Sedikides dan Wilschut (2008), yang menyatakan masa lalu mewakili sebuah kejadian dapat dikatakan bernostalgia, memiliki relasi dengan konsep awal penulis yang ingin menerapkan kesan nostalgia pada unsur *setting* tugas akhir ini.

Pemilihan objek dua dimensi berupa foto memiliki sebuah alasan yang mengacu pada teori Niemeyer (2014) yang menjelaskan bahwa teknologi modern sudah mampu menghasilkan iklan yang meliputi aspek nostalgia melewati subjek, gaya, dan desain sebuah iklan. Maka dari itu objek foto tersebut merupakan representasi teknologi pada era sekarang yang mampu memberikan kesan masa lampau untuk memberikan sebuah relasi dengan kesan nostalgia.



Gambar 4.12. Foto Ragusa Tempo Dulu
(Dokumen Pribadi, 2020)



Gambar 4.13. Piagam Ragusa
(Dokumen Pribadi, 2020)

Piagam Rekor Muri tersebut menyatakan bahwa restoran es krim Ragusa merupakan restoran es krim tertua yang masih buka di Indonesia. Piagam tersebut memiliki pesan naratif dimana penonton dihadapkan dengan pernyataan sebuah institusi yang mengakui sejarah atau masa lalu restoran tersebut sehingga penonton mendapat kesan nostalgia dari video tugas akhir tersebut. Hal ini mengacu pada teori Sedikides dan Wilschut (2008) yang berpendapat bahwa masa lalu yang mewakili sebuah kejadian atau kenangan dapat dikatakan nostalgia. Relasi di antara teori tersebut adalah bahwa piagam ini merupakan bentuk atau visualisasi dari masa lalu yang berbentuk objek foto sehingga mampu memberikan dampak nostalgia pada *shot* tersebut.