



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 III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Dalam skripsi penciptaan ini, penulis selaku *copywriter* bertanggung jawab dalam pembuatan naskah audio-visual dan penentuan tokoh dalam video komersial FYC Footwear yang mengacu pada *creative brief* dan konsep *youthful*. Penulis kemudian membatasi pembahasan penulisan pada penentuan tokoh utama, khususnya dari segi pembangunan dan pengembangan, sebagai hasil dari penerapan konsep *youthful*. Tokoh utama dari video komersial ini adalah seorang pria paruh baya namun masih memiliki fisik yang kuat layaknya anak muda. Tokoh memiliki jiwa dan semangat muda. Dari awal video, tokoh yang merupakan *skateboarder* hanya akan menunjukkan bagian tubuh pinggang kebawah, sementara wajah dari tokoh tersebut akan diungkap pada akhir video. Hal ini diterapkan untuk menimbulkan rasa penasaran dan kagum dari penonton.

Penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif dalam menuliskan skripsi penciptaan ini. Raco (2010) mengatakan bahwa, secara umum, penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan dengan bertahap yang dimulai dengan penentuan topik, pengumpulan data, dan menganalisis data, sehingga pada akhirnya akan diperoleh pemahaman serta pengertian atas topik, gejala, ataupun isu tertentu. Metode penelitian kemudian dirangkum dalam tiga langkah, yakni: mengajukan pertanyaan – hal ini muncul karena ada hal yang menarik, atau bahkan tidak biasa dan janggal; mengumpulkan data – misalnya dengan

wawancara; dan menyajikan jawaban – sesudah data serta informasi dikumpulkan dan dianalisis dengan benar, komprehensif, dan logis (hlm. 2-4). Ia menambahkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami serta mengerti gejala, fakta, realita, dan peristiwa yang dialami manusia. Topik pada penelitian kualitatif terkesan umum, namun akan berkembang dan mengerucut menjadi topik yang lebih spesifik.

3.1.1. Sinopsis

Di sebuah taman pada pagi hari, Shendy sedang menunduk untuk mengencangkan ikat tali sepatu FYC Footwear yang ia kenakan. Setelah dirasa sudah cukup kencang, ia meraih *skateboard* miliknya dan menuruni tangga. Ia lalu melakukan trik *bibelheimer*. Ia menjalankan *skateboard* miliknya hingga diujung taman dan melakukan trik *fakie bigspin* ketika berpindah ke jalan aspal.

Shendy menjalankan *skateboard* miliknya. Terlihat sebuah kursi di tengah jalan yang dilalui Shendy. Kursi tersebut diduduki oleh seorang laki-laki muda yang sedang mengupas pisang. Shendy melakukan trik *ollie jump* untuk melompati kursi tersebut. Laki-laki muda yang duduk di kursi tersebut pun tercengang dan kagum melihat Shendy. Shendy kembali menjalankan *skateboard* miliknya melewati tiang-tiang bendera.

Di *skatepark*, Shendy menjalankan *skateboard* miliknya. Ia kemudian melakukan trik *boardslide* di sebuah *rail*. Setelah itu, ia menuju *ramp* dan bersiap-siap di atas *ramp* tersebut. Setelah siap, ia menuruni *ramp* menuju *A-frame* dan melakukan trik *ollie jump* di atas *A-frame*. Ia lalu menuju *bowl* dan melakukan

trik *front side laid back hand plant*. Di sisi lain, terdapat dua anak muda bernama Acil dan Anggiew. Mereka kagum terhadap Shendy. Shendy melakukan *kick up pick up* dan di saat inilah muka Shendy terungkap bahwa ternyata ia adalah seorang pria paruh baya yang memiliki semangat muda. Shendy, Acil, dan Anggiew melakukan *high-o toss* dan melakukan trik *snake* bersama di *bowling* tersebut.

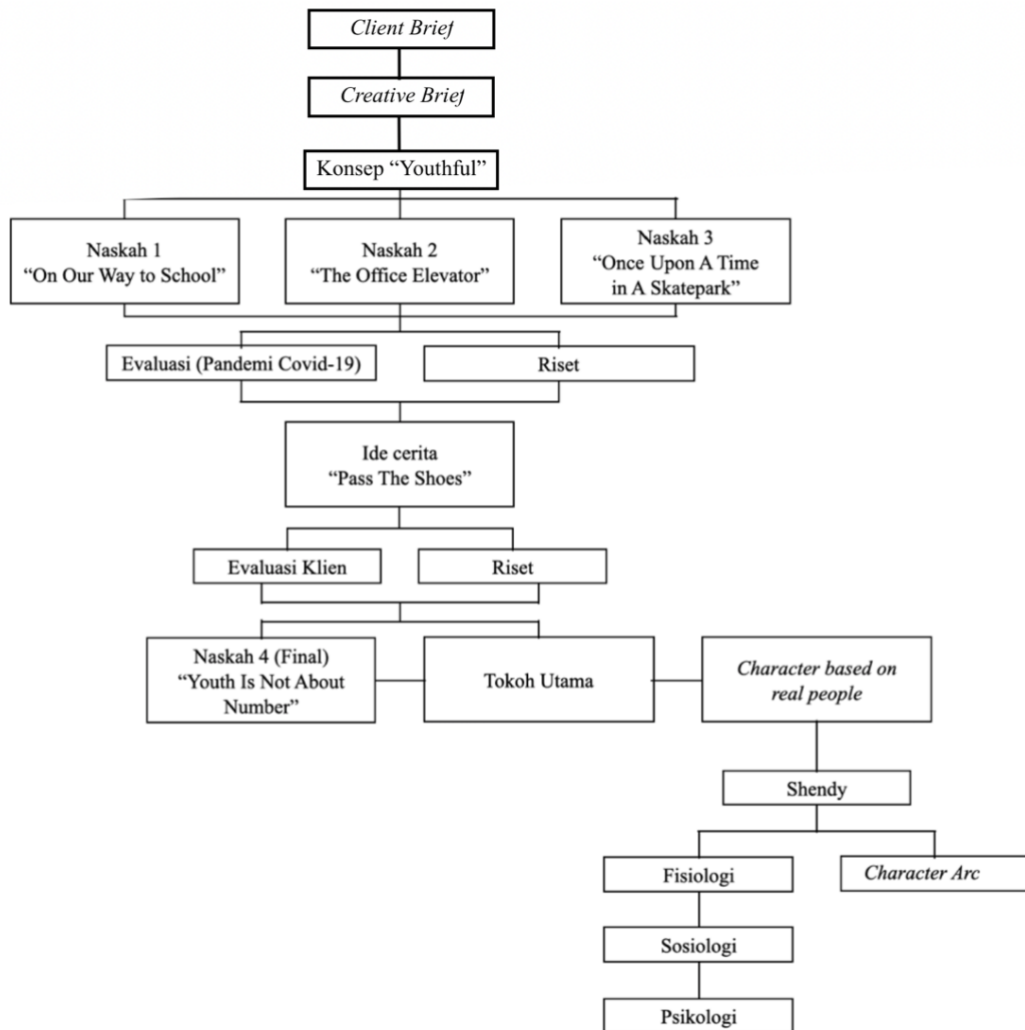
3.1.2. Posisi Penulis

Posisi penulis pada penelitian ini adalah sebagai *copywriter*. Penulis bertanggung jawab atas penulisan naskah audio-visual dan pembuatan tokoh dalam video komersial FYC Footwear.

3.2. Tahapan Kerja

Dalam pembuatan naskah audio-visual dan tokoh video komersial FYC Footwear, penulis melakukan beberapa tahapan kerja seperti terlihat pada gambar 3.1 tentang skematika perancangan. Sebagai tahap awal, penulis dan tim Kintaka Pictures melakukan pertemuan dengan pihak klien yakni FYC Footwear yang dipimpin oleh Bapak Aprinaldy Wiratman. Pada pertemuan ini, klien memberitahukan latar belakang FYC Footwear dan keperluan dari dibuatnya video komersial yaitu untuk memperkenalkan merek FYC Footwear. Klien menginginkan video komersial yang *hardselling* dan memiliki plot (terutama *plot twist*). *Audience* yang dituju dari video komersial adalah laki-laki dan perempuan yang berusia 13-45 tahun, serta merupakan *skateboarder* dan *streetwear enthusiast*. Dari hasil pertemuan tersebut, dibuatlah sebuah *creative brief*, termasuk di dalamnya konsep

youthful, yang kemudian menjadi acuan penulis dalam membuat naskah audio-visual dan tokoh.



Gambar 3.1. Skematika Perancangan
(Dokumentasi Pribadi)

Setelah membaca *client brief* dan *creative brief*, penulis kemudian mendalami konsep *youthful*. Penulis mendapati bahwa *youthful* tidak terbatas pada usia remaja hingga dewasa muda, melainkan termasuk juga jiwa dan semangat yang dimiliki oleh seseorang.

Oleh karena itu, penulis membuat tiga naskah dengan tokoh dari beragam usia dan jenis pekerjaan, yakni:

1. *On Our Way to School* – menceritakan tentang empat siswa sekolah menengah atas, pengguna produk FYC Footwear, yang sedang dalam perjalanan menuju ke sekolah masing-masing.
2. *The Office Elevator* – menceritakan tentang tiga pekerja kreatif, pengguna produk FYC Footwear, yang dipertemukan dalam satu *lift* di kantor.
3. *Once Upon A Time in A Skatepark* – menceritakan tentang seorang *skateboarder*, pengguna produk FYC Footwear, yang menunjukkan keahliannya di sebuah *skatepark* dan belakangan diketahui bahwa ia bukanlah seorang anak muda. Setelah dibahas dan disetujui oleh tim, tiga naskah audio-visual yang telah dibuat dikirimkan pada klien. Klien menyetujui ketiga naskah audio-visual yang telah dibuat.

Namun, rencana awal untuk *shooting* ketiga naskah audio-visual yang telah disetujui tidak dapat dilaksanakan dikarenakan pandemi Covid-19. Pandemi ini berdampak pada pendapatan klien sehingga *budget* untuk ketiga naskah audio-visual dirasa terlalu besar. Selain itu, terdapat peraturan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sehingga kegiatan *shooting* tidak boleh dilakukan untuk sementara. Untuk itu, penulis dan tim sepakat untuk mengganti total tiga naskah menjadi hanya satu naskah yang dapat dilakukan secara jarak jauh.

Setelah melakukan riset mengenai hal yang sedang populer dan disesuaikan dengan merek FYC Footwear, penulis kemudian memberi ide dengan judul *Pass*

the Shoes. Pass the Shoes menceritakan tentang sepuluh anak muda, pengguna produk FYC Footwear, yang melakukan *mix and match* produk FYC Footwear. Selain itu, aksi *mix and match* juga dapat diganti dengan melakukan trik-trik *skateboard*. Ide ini dipilih karena dapat menekan *budget*, dapat dilakukan secara jarak jauh, dan dapat mengenalkan FYC Footwear kepada *audience* yang luas. Namun, klien merasa ide ini terlalu sederhana sehingga penulis tidak lanjut menuliskan naskah audio-visual.

Penulis dan tim lalu melakukan konsultasi terhadap Bapak Putra Arradin, selaku dosen pengampu mata kuliah *Final Project*. Dari konsultasi tersebut, Bapak Putra Arradin memberi saran untuk melaksanakan salah satu dari tiga naskah audio-visual yang telah dibuat sebelumnya. Penulis dan tim kemudian memutuskan untuk memilih naskah berjudul *Once Upon A Time in A Skatepark*. Naskah ini kemudian direvisi pada beberapa adegan dan lokasi sesuai dengan permintaan klien yang menginginkan untuk lebih bernuansa *street*. Naskah final, yang telah disepakati tim Kintaka Pictures dan FYC Footwear, diberi judul *Youth Is Not About Number*.

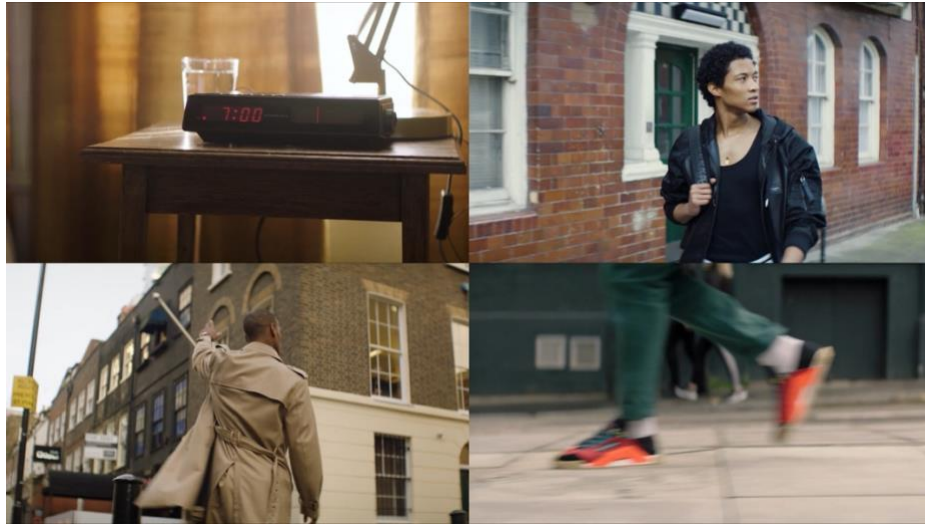
Tahapan akhir yang penulis lakukan adalah membangun dan mengembangkan tokoh utama dari naskah *Youth Is Not About Number*. Penulis menggunakan metode *character based on real people*, dimana orang yang menjadi acuan adalah Shendy. Penulis kemudian menjabarkan tokoh tiga dimensi dan *character arc* yang diterapkan dalam naskah *Youth is Not About Number*.

3.3. Acuan

Penulis menggunakan beberapa acuan atau referensi dalam penulisan naskah dan penentuan tokoh utama video komersial FYC Footwear yang akan penulis jelaskan dalam dua sub-bab berikut.

3.3.1. Acuan Penulisan Naskah

Dalam naskah pertama berjudul *On Our Way to School*, penulis menggunakan dua buah video komersial sebagai acuan, yakni *The New #DGNSI Sneakers* dan *Torfs Sneakers Commercial*. Dari video komersial *The New #DGNSI Sneakers*, penulis terinspirasi dari alur cerita yang tidak linear dan potongan-potongan *scene* yang menunjukkan berbagai tokoh di tempat yang berbeda dengan gaya berpakaian masing-masing namun menggunakan barang-barang dari Dolce & Gabbana. Selain itu, penulis juga terinspirasi dari adegan pembuka dimana alarm berbunyi dan tokoh mematikan alarm tersebut dan segera bersiap-siap. Dari *Torfs Sneakers Commercial*, penulis terinspirasi pada adegan penggunaan sepeda dan *skateboard* yang digunakan tokoh sembari mengenakan sepatu dari merek terkait. Penulis juga terinspirasi pada adegan dimana beberapa tokoh terlihat bersenang-senang bersama. Berikut merupakan kolase gambar dari video komersial *The New #DGSNI Sneakers* dan *Torfs Sneakers Commercial*.



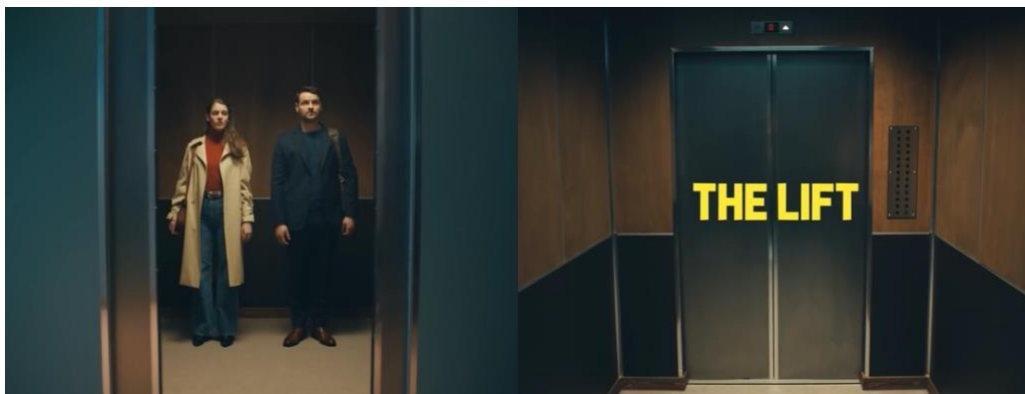
Gambar 3.2. Kolase Tangkapan Layar dari *The New #DGSNI Sneakers*
(Kanal Youtube Dolce & Gabanna)



Gambar 3.3. Kolase Tangkapan Layar dari *Torfs Sneakers Commercial*
(Kanal Youtube Commercials)

Dalam naskah kedua berjudul *The Office Elevator*, penulis masih terinspirasi dari kedua video komersial pada acuan naskah *On Our Way to School*. Namun, penulis lebih mengacu pada video komersial *Torfs Sneakers Commercial*

dimana terdapat adegan-adegan penuh keriang dan kehangatan. Selain itu, penulis mengacu juga pada naskah video komersial berjudul *Bianco: The Lift* yang menceritakan tentang pertemuan seorang laki-laki dan seorang perempuan di sebuah *lift* kantor. Selain terinspirasi dari cerita video komersial tersebut secara umum, penulis juga terinspirasi pada pikiran-pikiran (atau kata hati) dari kedua tokoh terhadap satu sama lain dan terhadap aksi-aksi apa yang akan kedua tokoh lakukan selanjutnya. Berikut adalah kolase tangkapan layar dari video komersial *Bianco: The Lift*.



Gambar 3.4. Kolase Tangkapan Layar *Bianco: The Lift*
(Kanal Youtube Ads of Brand)

Dalam naskah ketiga berjudul *Once Upon A Time in A Skatepark*, penulis terinspirasi dari video komersial *Beats by Dre | Powearbeats Pro | Unleash, The Splits /// Adidas Skateboarding Japan*, dan sosok pemain *skateboard* bernama Neal Unger. Dari video komersial *Beats by Dre | Powearbeats Pro | Unleash*, penulis terinspirasi pada visual yang fokus pada *earphone* Beats dari awal hingga akhir meskipun terdapat pergantian tokoh, aktivitas, dan lokasi kejadian. Dari video komersial *The Splits /// Adidas Skateboarding Japan*, penulis terinspirasi

dari adegan para pemain *skateboard* yang menjalankan aksinya (melakukan trik-trik *skateboard*) di berbagai lokasi dengan kondisi permukaan yang berbeda-beda. Dari sosok Neal Unger, penulis terinspirasi dari aksi-aksi yang ia lakukan sebagai pemain *skateboard* yang sudah tidak muda lagi. Selain itu, dari beberapa video Youtube yang terdapat Neal Unger, penulis terinspirasi dari pandangan kagum dan sorak-sorak yang dilakukan oleh anak-anak muda saat melihat Neal Unger bermain *skateboard* dan melakukan trik-trik yang tidak mudah. Berikut adalah beberapa kolase tangkapan layar dari video komersial *Beats by Dre | Powearbeats Pro | Unleash* dan *Adidas The Split*, serta sosok Neal Unger.



Gambar 3.5. Kolase Tangkapan Layar *Beats by Dre | Powearbeats Pro | Unleash* (Kanal Youtube *Beats by Dre*)



Gambar 3.6. Kolase Tangkapan Layar *The Splits* /// *Adidas Skateboarding Japan*
(Kanal Youtube Adidas Skateboarding)



Gambar 3.7. Sosok Neal Unger
(Instagram @neal_a_unger)



Gambar 3.8. Sosok Neal Unger dalam *The Moth & The Flame "Young and Unafraid"*
(Kanal Youtube The Moth & The Flame)

Dalam ide cerita berjudul *Pass the Shoes*, penulis mengacu pada tren yang berkembang di media sosial, terutama pada media sosial TikTok, yakni *Pass the Brush*. Penulis terinspirasi dari penggunaan *brush* sebagai pemersatu tokoh dari berbagai latar belakang dan sekaligus sebagai transisi penyambung antar tokoh. Berikut merupakan tangkapan layar dari salah satu video *Pass the Brush* di media sosial TikTok.



Gambar 3.9. Tangkapan Layar Video *Pass the Brush*
(TikTok @cindercella)

Naskah terakhir, dengan judul *Youth Is Not About Number*, merupakan desain final dari naskah ketiga dengan judul *Once Upon A Time in A Skatepark* sehingga acuan yang digunakan sama. Namun, dalam naskah *Youth Is Not About Number*, penulis menggunakan tambahan referensi trik *skateboard* yang penulis dapat dari Instagram @anggiew_septian dan @shendy_pranoordy_heryadi. Dari Instagram @anggiew_septian, penulis menemukan trik *ollie jump* dimana Anggiew melompati kursi jalanan. Sementara dari Instagram @shendy_pranoordy_heryadi, penulis menemukan trik *front side laid back handplant*. Berikut merupakan tangkapan layar dari video trik *ollie jump* dan *front side laid back handplant*.



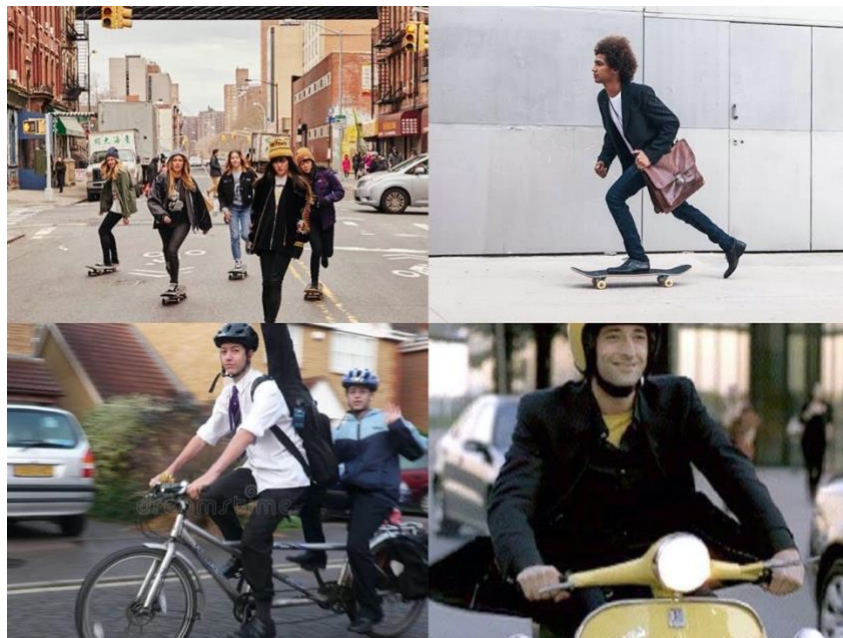
Gambar 3.10. *Front Side Laid Back Handplant* (kanan) dan *Ollie Jump* (kiri)
(Instagram @shendy_pranoordy_heryadi dan @anggie_w_septian)

3.3.2. Acuan Pengembangan Tokoh Utama

Tokoh dalam naskah *On Our Way to School* dan *The Office Elevator* merupakan *composite character* dimana tokoh terinspirasi dari dua atau lebih sumber. Sumber inspirasi utama tokoh dari kedua naskah adalah *riders* FYC Footwear seperti yang terlihat dalam gambar 3.11. Keberagaman usia dan keahlian (*skateboard* dan sepeda bmx) merupakan hal yang menginspirasi penulis dalam membangun dan membentuk tokoh dalam naskah *On Our Way to School* dan *The Office Elevator*. Selain terinspirasi dari *riders* FYC Footwear, penulis terinspirasi dari beberapa orang di sekitar penulis yang menggunakan *skateboard*, sepeda dan motor sebagai alat transportasi menuju suatu tempat (referensi terlihat pada gambar 3.12).

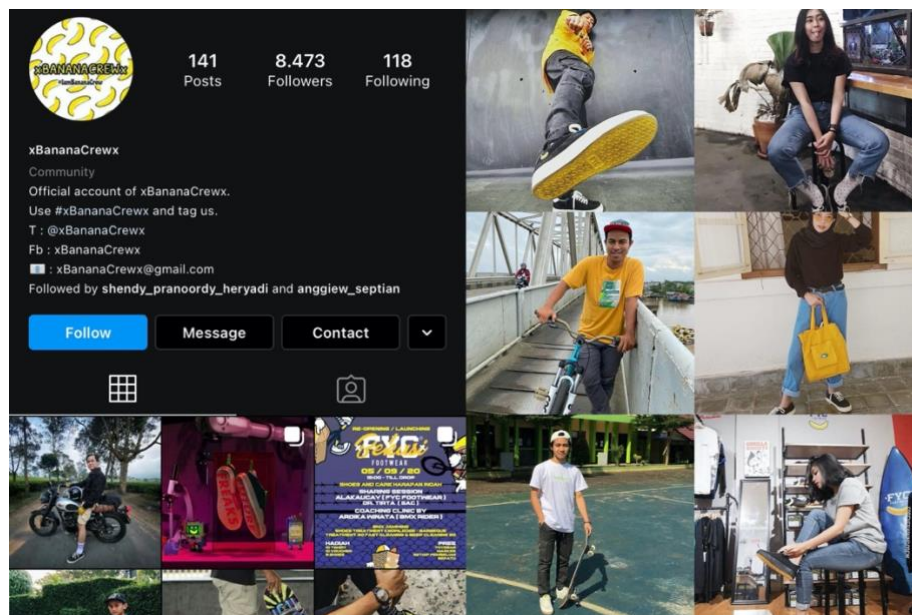


Gambar 3.11. *Riders FYC Footwear*
(Instagram @xfycx)



Gambar 3.12. Referensi Penggunaan *Skateboard*, Sepeda, dan Sepeda Motor
(Google)

Tokoh dalam ide cerita *Pass the Shoes* dibuat berdasarkan orang sungguhan/nyata (*character based on real people*) yakni para pengagum dan pengguna FYC Footwear dari seluruh Indonesia yang disebut Banana Crew. Berikut merupakan kolase tangkapan layar dari media sosial Banana Crew di @xbananacrewx.



Gambar 3.13. Kolase Tangkapan Layar Banana Crew
(Instagram @xbananacrewx)

Tokoh dalam naskah *Once Upon A Time in A Skatepark* dan *Youth Is Not About Number* juga dibuat berdasarkan orang sungguhan/nyata yakni dari salah satu *skateboard riders* FYC Footwear bernama Shendy Pranoordy Heryadi. Ia mengenal *skateboard* sejak tahun 1986 dan masih bermain hingga sekarang di usianya yang sudah 45 tahun. Ia merupakan pemain *skateboard* yang berprestasi, salah satunya juara 1 umum nasional di kategori *street* dan *ramps* tahun 1990-1998. Penulis menganggap Shendy sebagai tokoh yang dapat menginspirasi

banyak anak muda agar memiliki semangat dan jiwa yang selalu muda. Berikut adalah foto dari Shendy Pranoordy Heryadi.



Gambar 3.14. Shendy Pranoordy Heryadi
(Instagram Shendy Pranoordy Heryadi)

3.4 Proses Perancangan

Pada sub-bab ini, penulis akan menjabarkan proses perancangan dari awal hingga akhir, termasuk juga desain-desain yang direvisi. Proses perancangan diawali dengan membaca dan memahami *client brief* serta *creative brief*. Mengacu pada isi dan pemahaman tersebut, kemudian penulis merancang cerita dan tokoh yang akan dijadikan video komersial FYC Footwear. Berikut adalah penjelasannya.

3.4.1 Client Brief

Client brief merupakan salah satu dokumen penting dalam pembuatan video komersial. *Client brief* berisi latar belakang perusahaan dan tujuan dari pembuatan video komersial dari pihak klien. Berikut merupakan *client brief* dari FYC Footwear.



Gambar 3.15. *Client Brief* FYC Footwear
(Data Kintaka Pictures)

Dari data tersebut, penulis kemudian mendapat beberapa temuan yang dapat digunakan sebagai acuan penulisan naskah dan pembuatan tokoh video komersial FYC Footwear, yakni: kebanyakan pengguna FYC Footwear berasal dari kota besar; penjualan terbesar FYC Footwear berasal dari sepatu dan jaket; target pasar FYC Footwear adalah 13-45 tahun, cenderung pemain *skateboard* dan berjenis kelamin laki-laki; ingin video komersial yang *hardselling*, memiliki plot, dan

elemen *skateboard*; serta video komersial bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*.

3.4.2 *Creative Brief*

Creative brief merupakan dokumen yang dibuat oleh *creative director*, yang berisi konsep dan hal berbau kreatif lainnya. *Creative brief* dibuat dengan mengacu pada *client brief* sehingga sesuai dengan kemauan klien. *Creative brief* membantu tim kreatif dalam menyusun aspek-aspek audio-visual dari video komersial. Berikut adalah *creative brief* dari video komersial FYC Footwear.



Gambar 3.16. *Creative Brief* – Konsep
(Data Kintaka Pictures)



Gambar 3.17. *Creative Brief - Campaign Strategy*
(Data Kintaka Pictures)

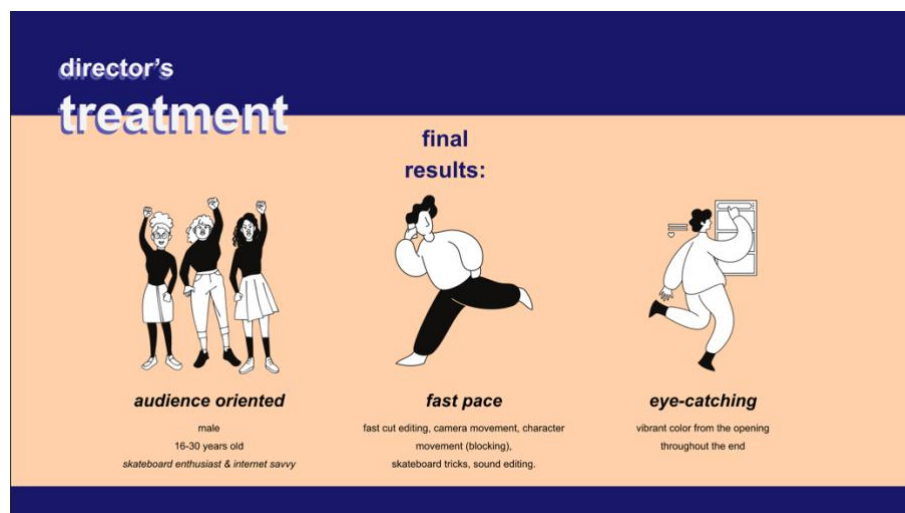


Gambar 3.18. *Creative Brief – Output*
(Data Kintaka Pictures)

Berdasarkan *creative brief*, konsep yang ditentukan adalah *youthful*. Konsep ini dirasa sesuai dengan citra merek FYC Footwear dan slogan FYC Footwear yang berbunyi “*stay young, good, clean, and fun*”. Dari *creative brief*,

penulis menemukan beberapa hal yang kemudian menjadi acuan penulis dalam membuat naskah dan tokoh, yakni:

1. Konsep yang digunakan adalah *youthful* – bersifat muda
2. Karakteristik FYC Footwear adalah berjiwa muda, *cheerful*, dan *lively*
3. *Campaign strategy* video komersial FYC Footwear adalah “*stay young, be you*” – tetap muda dan jadi diri sendiri
4. Isi konten harus memiliki *product shot*, *audience’s behaviour*, elemen pisang dan *skateboard*
5. Berdurasi 45-60 detik
6. Berwujud *branding* karakteristik FYC Footwear.



Gambar 3.19. *Director's Treatment*
(Data Kintaka Pictures)

Berdasarkan *director's treatment*, penulis menemukan beberapa hal yang kemudian menjadi acuan dalam pembuatan naskah dan tokoh, yakni:

1. Berjenis kelamin laki-laki
2. *Fast movement*
3. Merupakan *skateboard enthusiast*.

3.4.3 Riset

Dalam menentukan tokoh dan menuliskan naskah, penulis juga melakukan riset primer dan sekunder yang kemudian menjadi acuan penulis. Riset primer yang penulis lakukan adalah bertemu dengan *riders* dari FYC Footwear yakni Anggiew, Acil, Dika, dan Shendy. Pertemuan tersebut dimaksudkan untuk mengenal lebih dalam dengan para *riders* sehingga penulis dapat lebih memahami pribadi para *riders* dan trik *skateboard* yang menjadi *trademark* mereka.



Gambar 3.20 Tim Kintaka Pictures dan *Riders* FYC Footwear
(Dokumentasi Kintaka Pictures)

Dari pertemuan tersebut, penulis mendapatkan beberapa hal penting terkait trik *skateboard* dan sosok para *riders* sebagai berikut:

1. Trik *skateboard* yang menjadi *trademark* adalah *ollie jump* (Anggiew) dan *front side laid back hand plant* (Shendy)
2. Sehari-hari para *riders* memang menggunakan *streetwear*
3. *Skateboard riders* seringkali menggunakan *skateboard* untuk berpergian jarak pendek (sebagai alat transportasi)
4. Dika (bmx) dan Shendy (*skateboard*) merupakan atlet nasional Indonesia yang berprestasi.
5. Anggiew dan Shendy merupakan pengajar *skateboard*, bahkan Shendy mendirikan sekolah *skateboard*.

3.4.4 Desain Awal

Pada awalnya, terdapat tiga cerita yang telah disetujui oleh klien untuk dijadikan video komersial FYC Footwear. Tiga cerita tersebut adalah *On Our Way to School*, *The Office Elevator*, dan *Once Upon a Time in a Skatepark*. Berikut adalah penjelasan masing-masing cerita.

3.4.4.1 On Our Way to School

Secara singkat, *On Our Way to School* bercerita tentang empat siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) bernama Angga, Bobby, Dennis, dan Erick yang masing-masing sedang mempersiapkan diri maupun sudah

dalam perjalanan menuju ke sekolah. Berikut merupakan sinopsis *On Our Way to School*.

Alarm berbunyi tepat pada pukul enam lewat lima pagi hari. Angga terbangun dan mematikan alarm tersebut. Ia kemudian bergegas dan terlihat terburu-buru. Di sisi lain, Bobby sudah siap menuju ke sekolah menggunakan sepatu FYC Footwear. Ia mengambil *skateboard* miliknya yang tersandar di dinding. Ia menjalankan *skateboard* miliknya dengan penuh semangat. Di sisi lain, terdapat Dennis dan Erick yang sedang bersenda gurau. Mereka terlihat sedang menggunakan parka dari FYC Footwear sambil bergaya dan berswafoto. Setelah itu, mereka kemudian mengunggah foto tersebut ke Instagram dan menandai akun Instagram FYC Footwear di @fycfootwear. Kembali ke Angga, ia terlihat sedang mengayuh sepedanya terburu-buru. Ia menggunakan sepatu dari FYC Footwear. Sesampainya di halaman sekolah, Angga memarkirkan sepedanya dengan terburu-buru. Video kemudian ditutup dengan munculnya logo FYC Footwear di akhir video.

3.4.4.2 *The Office Elevator*

Secara singkat, *The Office Elevator* memiliki pendekatan yang hampir sama dengan *On Our Way to School*, yakni bercerita tentang sekumpulan orang yang ingin menuju suatu tempat. Pada *The Office Elevator*, para tokoh bernama Alex, Billy, dan Calvin dipertemukan di dalam satu tempat

yang sama, yakni *lift* kantor. Berikut merupakan sinopsis dari *The Office Elevator*.

Alex terlihat terburu-buru saat mengambil parka FYC Footwear dan kunci rumah dengan gantungan pisang miliknya. Ia kemudian berlari menuju pintu dan keluar. Di sisi lain, Billy sedang berada di jalan sembari menjalankan *skateboard* miliknya dan menggunakan sepatu FYC Footwear. Sementara di *basement* kantor, Calvin sedang merapikan rambut sambil berkaca di spion motornya. Calvin, yang menggunakan sepatu FYC Footwear, berjalan ke arah *lift* dan memencet tombol naik. Ia pun masuk ke dalam *lift* tersebut. Sesampainya di lantai satu, pintu *lift* terbuka dan terlihat Alex berjalan memasuki *lift*. Ketika pintu *lift* segera menutup, Billy terlihat berlari menuju *lift* tersebut dan menahan pintu dengan *skateboard* miliknya. Pintu *lift* terbuka kembali dan Billy memasuki *lift* tersebut. Billy, Alex, dan Calvin tersenyum setelah melihat satu sama lain yang menggunakan produk FYC Footwear. Setelah sampai di lantai tujuan, mereka bertiga berpisah dengan saling tersenyum satu sama lain. Video ditutup dengan logo FYC Footwear.

3.4.4.3 *Once Upon A Time in A Skatepark*

Once Upon A Time in A Skatepark bercerita tentang seorang laki-laki yang ingin menunjukkan bakat *skateboard* yang dimilikinya saat berada di sebuah *skatepark*. Belakangan diketahui bahwa laki-laki tersebut bukanlah

anak muda, melainkan laki-laki paruh baya bernama Shendy. Berikut adalah sinopsis singkat dari *Once Upon A Time in A Skatepark*.

Shendy menuruni tangga sambil memegang *skateboard* miliknya. Setelah berada di bawah, ia melakukan *bibelheimer* dan menjalankan *skateboard* miliknya. Di depannya, terdapat pembatas jalan yang tidak terlalu tinggi sehingga Shendy melakukan *hippie jump* untuk melewati pembatas jalan tersebut. Shendy kembali menjalankan *skateboard* miliknya dan melakukan *fakie frontside 180*. Shendy melakukan trik *axle stall* dan *skateboard* miliknya menyentuh bagian ujung *ramp*. Shendy menuruni *ramp* dan kembali menjalankan *skateboard* miliknya, ia kemudian melakukan *ollie pick up*. Saat itulah kemudian terlihat bahwa Shendy bukanlah seorang anak muda, melainkan seorang laki-laki paruh baya. Shendy berjalan sambil memegang *skateboard* miliknya. Video ditutup dengan munculnya logo FYC Footwear.

3.4.5 Revisi Desain

Ketiga cerita sebelumnya, yang telah disetujui oleh FYC Footwear, tidak dapat dilaksanakan dikarenakan adanya pandemi Covid-19. Pandemi menyebabkan beberapa daerah, termasuk Jakarta dan Tangerang, menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sehingga beberapa aktivitas tidak dapat dilakukan dengan maksimal.

PSBB juga menyebabkan perubahan pada peraturan pelaksanaan tugas akhir, misalnya:

1. *Shooting* tidak diwajibkan untuk program studi film – bisa membuat hal lain seperti *animatic storyboard*
2. Perubahan jumlah video komersial – awalnya minimal 3 video berdurasi bebas atau 1 video berdurasi minimal 15 menit, menjadi minimal 1 video berdurasi bebas.

Oleh karena itu, penulis dan tim Kintaka Pictures membuat revisi terkait ide video komersial FYC Footwear yang memungkinkan untuk dilaksanakan tanpa harus bertemu secara *offline*. Ide yang kemudian dibuat adalah ide dengan judul *Pass the Shoes*, dimana tokoh dalam video komersial tersebut menggunakan orang-orang yang berasal dari Banana Crews. *Shooting* dapat dilakukan secara *virtual* dengan biaya yang tidak besar, serta terhindar dari bahaya Covid-19.

Pass the Shoes tidak memiliki sebuah alur cerita. Secara singkat, *Pass the Shoes* menampilkan delapan hingga sepuluh tokoh yang masing-masing menggunakan produk FYC Footwear. Transisi antar tokoh dibuat dengan membuka kamera setiap awal adegan dan menutup kamera setiap akhir adegan. Tokoh dapat hanya bergaya di depan kamera, atau juga dapat menggunakan *skateboard* sambil melakukan trik.

3.4.6 Desain Final

Naskah yang pada akhirnya dilaksanakan adalah *Youth Is Not About Number*. Naskah ini merupakan penyempurnaan dari *Once Upon A Time in A Skatepark*

dengan memperbanyak unsur *street* dan mengurangi unsur *skatepark* melalui trik dan lokasi yang digunakan. Alasan dibuatnya naskah ini adalah karena lokasi *shooting*, yakni di Bandung, tidak memberlakukan PSBB sehingga *shooting* dapat dilakukan. Naskah ini dirasa paling dapat mewakili jiwa muda sebagai citra merek dari FYC Footwear. Berikut adalah naskah *Youth Is Not About Number*.

Tabel 3.1. Naskah *Youth Is Not About Number*

No.	Audio	Visual	Notes	Durasi
EXT. Taman				
1	<p><i>Ambience</i></p> <p>Taman</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Langkah kaki Shendy • Suara ujung dan roda <i>skateboard</i> bergesekan dengan jalan 	<p>Shendy berjongkok untuk mengencangkan tali sepatunya. Ia lalu menuruni tangga sambil memegang <i>skateboard</i> miliknya.</p> <p>Shendy melakukan <i>bibelheimer</i> dan menjalankan <i>skateboard</i> miliknya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Shendy menggunakan sepatu #1 • <i>Track</i> Shendy. • Wajah Shendy tidak terlihat 	7"
2	<p><i>Ambience</i></p>	Shendy menjalankan	<ul style="list-style-type: none"> • Hanya 	

	Taman Sfx : <ul style="list-style-type: none">• Suara roda <i>skateboard</i>	<i>skateboard</i> miliknya	terlihat badan bagian bawah (wajah Shendy tidak terlihat)	3"
3	<i>Ambience</i> Taman Sfx : <ul style="list-style-type: none">• Suara roda <i>skateboard</i>	Shendy menjalankan <i>skateboard</i> miliknya dan melakukan <i>fakie bigspin</i> ketika berpindah ke aspal	<ul style="list-style-type: none">• Hanya terlihat badan bagian bawah (wajah Shendy tidak terlihat)	3"
EXT. Jalanan aspal				
4	<i>Ambience</i> jalanan Sfx : <ul style="list-style-type: none">• Suara roda <i>skateboard</i>	Shendy menjalankan <i>skateboard</i> miliknya	<ul style="list-style-type: none">• Shendy menggunakan sepatu #2• Hanya terlihat badan bagian bawah (wajah Shendy tidak terlihat)	5"

5	<p><i>Ambience</i></p> <p>jalanan</p>	<p>Terlihat seorang laki-laki muda sedang duduk disebuah kursi sembari mengupas pisang</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Buat <i>b-roll</i> kupas pisang 	3"
6	<p><i>Ambience</i></p> <p>jalanan</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara roda <i>skateboard</i> 	<p>Shendy melompati sebuah kursi dimana laki-laki muda itu duduk.</p> <p>Laki-laki muda tersebut tampak tercengang dan kagum</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wajah Shendy tidak terlihat 	5"
7	<p><i>Ambience</i></p> <p>jalanan</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara roda <i>skateboard</i> 	<p>Shendy menjalankan <i>skateboard</i> miliknya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Masking</i> sebagai transisi pindah tempat dan ganti sepatu • Hanya terlihat badan bagian bawah (wajah Shendy tidak 	3"

			terlihat)	
<i>EXT. Skatepark</i>				
8	<p><i>Ambience</i></p> <p>Taman Skateboard</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara roda <i>skateboard</i> 	<p>Shendy menjalankan <i>skateboard</i> miliknya</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Masking</i> sebagai transisi pindah tempat dan ganti sepatu • Shendy menggunakan sepatu #3 • Hanya terlihat badan bagian bawah (wajah Shendy tidak terlihat) 	3”
9	<p><i>Ambience</i></p> <p>Taman Skateboard</p> <p>Sfx :</p>	<p>Shendy melakukan <i>boardslide</i> di <i>flat rail</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hanya terlihat badan bagian bawah (wajah 	3”

	<ul style="list-style-type: none"> • Suara roda <i>skateboard</i> 		Shendy tidak terlihat)	
10	<p><i>Ambience</i></p> <p>Taman Skateboard</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara roda <i>skateboard</i> 	Shendy kembali menjalankan <i>skateboard</i> miliknya	<ul style="list-style-type: none"> • Shendy <i>out frame</i> • Hanya terlihat badan bagian bawah (wajah Shendy tidak terlihat) 	3”
11	<p><i>Ambience</i></p> <p>Taman Skateboard</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara ujung <i>skateboard</i> bersentuhan dengan ujung <i>ramp</i> 	Shendy bersiap-siap di atas <i>ramp</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Shot <i>skateboard</i> di ujung <i>ramp</i> (<i>low angle</i>) 	2”
12	<p><i>Ambience</i></p> <p>Taman</p>	Shendy menuruni ramp dan menjalankan	<ul style="list-style-type: none"> • Hanya terlihat badan 	3”

	<p>Skateboard</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara roda <i>skateboard</i> 	<p><i>skateboard</i> miliknya</p> <p>menuju <i>A-frame</i></p>	<p>bagian bawah</p> <p>(wajah</p> <p>Shendy tidak</p> <p>terlihat)</p>	
13	<p><i>Ambience</i></p> <p>Taman</p> <p>Skateboard</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara roda <i>skateboard</i> 	<p>Shendy melakukan <i>ollie</i></p> <p><i>jump</i> di atas <i>A-frame</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • 1 <i>shot</i> fokus pas <i>landing</i> setelah <i>trick</i> • Transisi ganti sepatu ke sepatu #4 • Hanya terlihat badan bagian bawah (wajah Shendy tidak terlihat) 	5"
14	<p><i>Ambience</i></p> <p>Taman</p> <p>Skateboard</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara roda <i>skateboard</i> 	<p>Shendy kembali</p> <p>menjalankan skateboard</p> <p>miliknya</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Shendy menggunakan sepatu #4 • Hanya terlihat badan bagian bawah 	3"

			(wajah Shendy tidak terlihat)	
15	<p><i>Ambience</i></p> <p>Taman Skateboard</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara roda <i>skateboard</i> 	<p>Shendy menuju ke <i>bowl</i> dan melakukan <i>front side laid back hand plant</i></p> <p>Acil dan Anggiew melihat om Shendy kagum</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Split screen (slo-mo, freeze)</i> • Hanya terlihat badan bagian bawah (wajah Shendy tidak terlihat) 	5”
16	<p><i>Ambience</i></p> <p>Taman Skateboard</p> <p>Sfx :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suara roda <i>skateboard</i> 	<p>Setelah turun dari <i>ramp</i>, Shendy melakukan <i>kick up pick up</i></p> <p>“Stay Young, Be You”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Track Shendy, pedestal up</i> untuk <i>age revealing</i> • Tulisan muncul di layar setelah wajah Shendy 	7”


			terlihat	
17	<i>Ambience</i> Taman Skateboard Sfx : • Suara tos	Acil dan Anggiew menghampiri om Shendy dan melakukan <i>High-O</i> khas FYC	• Perbanyak <i>shot</i> (misal wajah Acil dan Anggiew, dan lain-lain)	3”
18	<i>Ambience</i> Taman Skateboard Sfx : • Suara roda <i>skateboard</i>	Acil, Anggiew dan Om Shendy melakukan trick di <i>bowl</i> . <i>Supers</i> “Stay Young, Be You!”	• Perbanyak <i>shot</i> (misal <i>trick</i> , sepatu, pakaian, dan lain-lain)	7”
19	“FYC Yo!”	Logo FYC	• Dengan latar biru khas FYC	3”
Total perkiraan durasi				1’ 16”

(Kintaka Pictures, 2020)

Tokoh utama dalam naskah ini adalah Shendy yang dibuat berdasarkan orang sungguhan/nyata (*character based on real people*). Shendy merupakan seorang pemain *skateboard* yang sudah terjun di dunia *skateboard* sejak tahun 1980an dan merupakan pemain *skateboard* yang berprestasi (juara 1 umum

nasional tahun 1990-1998). Permainan Shendy kemudian menjadi inspirasi bagi generasi-generasi *skateboard* masa kini. Selain itu, Shendy juga masih terlihat muda dan kuat. Ia memiliki gaya berpakaian selayaknya anak muda. Berikut merupakan *3D Character* dari Shendy.

Tabel 3.2. *3D Character* Shendy

Shendy Pranoordy Heryadi		
Fisiologi		
Usia	45 tahun	
Jenis Kelamin	Laki-laki	
Tinggi/Berat Badan	178 cm/50kg	
Postur Tubuh	Tidak terlalu tegap	
Kesehatan	Tidak memiliki penyakit fisih, masih bugar. Namun merupakan perokok aktif.	
Ras	Sunda	
Warna Kulit	Kuning langsung	
Warna dan Jenis Rambut	Hitam – lurus	
Gaya Berpakaian	<i>Stylish</i> , bergaya layaknya anak muda dan cenderung mengarah pada penggunaan gaya <i>streetwear</i> .	

Sosiologi	
Keluarga	Memiliki hubungan yang harmonis dengan keluarga, terutama dengan anak perempuan satu-satunya. Dulu, ia diberi kebebasan untuk berekspresi oleh orang tuanya. Kini, ia memberikan kebebasan anaknya untuk memilih dan menjalankan hobi yang disukai.
Pasangan dan Teman	Ia memiliki satu istri dan hubungan keduanya harmonis. Istrinya juga merupakan orang yang suportif. Ia dikelilingi oleh para pemain <i>skateboard</i> yang berlokasi di Bandung.
Kelas Sosial dan Ekonomi	Ia berasal dari keluarga yang berkecukupan. Saat ini, ia masih menjadi warga kelas menengah ke atas. Ia bekerja sebagai pelatih <i>skateboard</i> dan membuka beberapa bisnis.
Tempat Tinggal dan Pengaruhnya	Bandung – memiliki warga yang ramah dan murah senyum sehingga mempengaruhi kepribadiannya menjadi orang yang baik dan sopan.
Psikologi	
Hobi	Bermain <i>skateboard</i>
Warna Kesukaan	Menyukai warna cerah seperti biru, jingga, dan kuning

Makanan dan Minuman Kesukaan	Baso Tahu dan Siomay – Jus dan Susu
Orientasi Seksual	Heteroseksual
Hasrat	Menjadi salah satu tokoh <i>skateboard</i> yang dapat menjadi inspirasi bagi generasi selanjutnya, serta menjadi kepala keluarga yang terbaik.
Ketakutan	Kehilangan sebuah kehormatan
Keberanian	Berani bangkit dari keterpurukan, tidak menyerah dengan usia yang semakin menua (tidak ingin kalah dengan anak muda)
Rasa Malu	Pernah terjerumus pada obat-obatan terlarang yang sempat membuatnya vakum dari dunia <i>skateboard</i> dan olahraga lainnya.

Pada umumnya, pengembangan tokoh yang digunakan dalam video komersial adalah *positive arc* dan *flat arc*. Pada tokoh Shendy, penulis menggunakan metode *flat arc* untuk menonjolkan bahwa Shendy tidak perlu berubah untuk menjadi inspirasi. Selain itu, *flat arc* juga sebagai penerapan slogan “Stay Young, Be You!” dimana kita harus tetap muda (berjiwa muda) dan menjadi diri sendiri.