

FREDY (CONT'D)

Nanti lu orang mau cuti sekarang udah gabisa nabrak, karena udah ada kalender cuti, jadi bisa izin tanpa nabrak sama temen lu, cuman jangan keseringan

FREDY (CONT'D)

Gua udah bisa lihat nih, data lu orang, dari durasi kerja, absensi, dan udah bisa diintergrasi sama keputusan gue untuk nambahin gaji kalian atau ngga

Gambar 9. Dialog Perubahan Reaksi Koh Fredy
(Sumber: Skenario Iklan Digital Entrefine)

Active emotion menghasilkan dialog spontan yang membuat adegan menjadi lucu. Pada tengah dialog, Koh Fredy mengucapkan dialog “cuman jangan keseringan”, yang menjadi reaksi spontan karakter. Dialog tersebut disampaikan sebagai bentuk respon karakter terhadap keadaan. Pengaruh dialog Koh Fredy juga berdampak pada ekspresi wajah karyawannya. Sehingga, muncul aksi reaksi yang humoris baik dari ekspresi wajah ataupun gestur Koh Fredy dan karyawannya.

4. KESIMPULAN

Iklan digital Entrefine menerapkan konsep *character arc* dalam genre komedi dan berhasil mewujudkan *The Positive Change Arc*. Perwujudan ini diperkuat dengan adanya elemen komedi yaitu *winning*, *metaphorical relationship*, dan *active emotion*. Perubahan dapat terjadi pada Koh Fredy karena komedi mampu mengintervensi pemikiran dan interaksi karakter. Elemen komedi tidak hanya berfungsi untuk menjadi hiburan dalam sebuah adegan tetapi dapat berkontribusi dalam menggerakkan alur cerita.

Teori elemen komedi dapat memperlengkapi keinginan dan kebutuhan karakter dalam sebuah cerita. Pada akhir iklan, Koh Fredy menjadi karakter yang sabar dan tenang dibandingkan dengan awal pengenalan karakter yang memiliki

karakteristik emosional dan curiga. Sehingga, perubahan tersebut merupakan perwujudan dari memprioritaskan keinginan menjadi kebutuhan.

Secara keseluruhan, elemen komedi sangat dapat diterapkan dalam alur cerita dengan tujuan perubahan karakter. Teori ini terbukti dengan perubahan Koh Freddy dan diperlengkapi oleh elemen komedi. Sehingga, eksplorasi akan elemen komedi dapat secara berhasil menghadirkan *positive change arc* pada karakter-karakter yang ada.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Bordwell, M., Thompson, K., & Smith, J. (2020). *Film Art: An Introduction (Twelfth Edition)*. McGraw Hill.
- Carter, J. (2020). *The New Bible Comedy: The Ultimate Guide to Writing and Performing Stand-Up Comedy*. Indie Books International.
- Forestier, L. L., Barnard, T., & Kessler, F. (2021). *Montage, Découpage, Mise en scène: Essays on Film Form*. Caboose.
- Jeffries, M. P. (2017). *Behind The Laughs: Community and Inequality in Comedy*. Stanford University Press.
- Kaplan, S. (2013). *Hidden Tools of Comedy: The Serious Business of Being Funny*. Michael Wiese Productions.
- Martin, G. N. (2021). *The Psychology of Comedy (The Psychology of Everything)*. Routledge.
- Petrescu, M. (2014). *Viral Marketing and Social Networks*. Business Expert Press.
- Rabiger, M., & Hurbis-Cherrier, M. (2020). *Directing: Film Techniques and Aesthetics (Sixth Edition)*. Routledge.
- Sands, Z. (2017). *Film Comedy and The American Dream*. Routledge.