

### 1.3. TUJUAN PENELITIAN

Dengan terbentuknya sebuah penelitian, tujuannya adalah untuk memahami lebih mendalam mengenai proses perancangan karakter berdasarkan *target audience* pada film “Swipe Kanan”.

## 2. STUDI LITERATUR

Dalam penulisan skripsi, terdapat banyak teori yang akan digunakan sebagai acuan dalam sebuah pembahasan. Teori-teori tersebut akan dibahas dan dijabarkan dalam sub-bab berikut ini.

### 2.1 Development

Tahap *development* biasanya dilakukan jauh sebelum memasuki tahap pra-produksi. Pada tahap ini biasanya yang bekerja adalah *scriptwriter*, *director*, dan produser. Menurut Bordwell et al. (2020), produser bertugas untuk mengatur keuangan dan organisasi. Terdapat dua macam produser yaitu produser yang mencoba meyakinkan beberapa perusahaan untuk mendanai filmnya dan ada juga produser yang bekerja di sebuah perusahaan untuk menghasilkan sebuah ide untuk film. Pada tahap ini biasanya produser selalu berkomunikasi kepada *director*, *scriptwriter*, dan perusahaan yang mendanai film tersebut. Ketika film selesai produser biasanya memiliki tugas untuk mengatur distribusi dan promosi film tersebut.

Kemudian tugas utama *scriptwriter* dalam tahap *development* yaitu menyiapkan skenario yang akan dijadikan film. Terdapat dua ciri-ciri *scriptwriter* yaitu pertama *scriptwriter* yang melakukan *pitching* kepada beberapa perusahaan agar ide yang ditulis oleh mereka dibeli dan dijadikan film. Terdapat juga *scriptwriter* yang mengirimkan ide mereka kepada sebuah agensi yang bertanggung jawab untuk mengirimkan hasil ide mereka ke beberapa perusahaan produksi. Banyak *scriptwriter* yang ditolak ide mereka oleh para perusahaan, oleh karena itu sebagai alternatif biasanya produser mempekerjakan *scriptwriter* apabila produser tersebut memiliki cerita atau ide yang ingin mereka eksekusi. Akan tetapi menurut

Cleve (2010), hal tersebut biasanya dilakukan oleh produser yang telah memiliki hak cipta dari sebuah novel atau drama yang akan diadaptasi ke layar lebar.

Pada tahap ini selain membangun karakter, *director* juga membantu mengembangkan cerita yang sudah dibuat oleh *scriptwriter* sebelumnya. *Director* dan produser melakukan kerja sama untuk mencari sebuah aktor yang cocok untuk memerankan peran sesuai dengan ceritanya. Menurut Cleve (2010) aktor bisa dijadikan sebagai daya tarik jual untuk menarik penonton dan bisa juga menentukan sebuah film tersebut sukses atau tidak. Selain mencari aktor yang dapat meningkatkan daya jual *director*, *scriptwriter*, dan produser harus menentukan aktor yang bisa memerankan karakter yang sudah dibangun oleh *director* dan *scriptwriter*.

## **2.2. Karakter**

Menurut Weiland (2017) pemilihan karakter merupakan hal yang cukup penting dalam menentukan plot yang benar. Oleh karena itu, peran seorang karakter harus didesain sedemikian rupa agar mampu menyampaikan sebuah cerita serta dapat dipadukan dengan visual yang tepat. Kemudian menurut Egri (1946) dalam sebuah benda memiliki tiga dimensi yaitu kedalaman, tinggi, lebar, sama seperti manusia terdiri dari tiga dimensi juga yaitu fisiologi, sosiologi, dan psikologi. Tanpa ketiga hal tersebut manusia tidak bisa mengembangkan karakter yang ingin ditunjukkan dalam cerita.

Menurut Egri (1946) hal yang paling sederhana adalah fisiologi, setiap orang akan memiliki pandangannya masing-masing. Seperti orang sakit akan melihat kesehatan adalah hal yang penting dalam hidupnya, namun sebaliknya orang sehat akan menganggap bahwa kesehatan bukan merupakan hal yang sangat penting. Kemudian kedua adalah sosiologi apabila seseorang terlahir disebuah tempat yang kotor maka mereka akan menganggap diri mereka kotor. Sebaliknya apabila seseorang terlahir disebuah tempat yang mewah maka mereka akan menganggap diri mereka berkualitas. Ketiga adalah psikologi merupakan gabungan

dari fisiologi dan sosiologi yang akan menciptakan sebuah ambisi, cara bersikap dan emosi.

Menurut Egri (hlm 36-37), hal tersebut dirincikan ke dalam tiga hal:

## PHYSIOLOGY

1. *Sex*
2. *Age*
3. *Height and weight*
4. *Color of hair, eyes, skin*
5. *Posture*
6. *Appearance*: tampan, berat badan berlebihan atau kurang, bersih, rapi, menyenangkan, berantakan. Bentuk kepala, wajah dan anggota tubuh.
7. *Defects*: deformitas, ketidaknormalan, tanda lahir. Berbagai penyakit.
8. *Heredity*

Ketika dapat menentukan penampilan fisik, hal ini dapat membantu dalam pandangan seseorang terhadap kehidupan, yang dapat mempengaruhi perkembangan mental dan menciptakan superioritas, inferioritas, dan kompleksitas.

## SOCIOLOGY

1. *Class*: bawah, menengah, atas.
2. *Occupation*: jenis pekerjaan, jam kerja, penghasilan, kondisi kerja, serikat buruh atau non-serikat buruh, sikap terhadap organisasi, kesesuaian untuk pekerjaan.
3. *Education*: jumlah, jenis sekolah, nilai, mata pelajaran favorit, mata pelajaran terlemah, bakat.
4. *Home life*: kehidupan orang tua, kemampuan ekonomi, yatim piatu, perpisahan atau perceraian orang tua, kebiasaan orang tua, pengembangan mental orang tua, kebiasaan buruk orang tua, pengabaian. Status pernikahan karakter.
5. *Religion*
6. *Race, nationality*

7. *Place in community*: Pemimpin di antara teman, klub, olahraga.
8. *Political affiliations*
9. *Amusements, hobbies*: buku, koran, majalah yang dibaca.

Ketika menentukan elemen yang kedua ini, dapat membantu kehidupan sosial yang di alami karakter yang dapat mempengaruhi gaya hidup, kesehariannya, perilaku, serta lingkungannya.

## PSYCHOLOGY

1. *Sex life, moral standards*
2. *Personal premise, ambition*
3. *Frustrations, chief disappointments*
4. *Temperament*: mudah marah, mudah bergaul, pesimis, optimis.
5. *Attitude toward life*: pasrah, agresif, patah semangat.
6. *Complexes*: obsesi, hambatan, superstisi, fobia.
7. *Extrovert, introvert, ambivert*.
8. *Abilities*: bahasa, bakat.
9. *Qualities*: imajinasi, penilaian, selera, kesabaran
10. *I.Q.*

Pada elemen ketiga ini, dapat membantu menemukan dari kedua hasil elemen yang sudah ditentukan terlebih dahulu dan elemen ini yang dapat melihat perkembangan dari karakter yang dijelaskan dalam segi kehidupannya.

### **2.3. Target Audience**

*Target Audience* merupakan suatu hal yang cukup penting dalam dunia bisnis. *Target Audience* sendiri merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam menyampaikan suatu pesan terkait produk mereka. Jika suatu perusahaan dapat menentukan sasaran yang baik dan tepat maka akan mudah diterima oleh *audience*. Menurut Squire (2017), *target audience* dibagi menjadi dua hal yaitu *demographics* dan *psychographics*. *Demographics* sendiri mengacu kepada data statistik seperti

lokasi, status sosial, usia, jenis kelamin, dan latar belakang. Sedangkan *psychographics* mengacu kepada perilaku, sikap, dan nilai-nilai dari konsumen dengan tujuan berupaya untuk menentukan segmentasi tertentu (hlm 334). Pada umumnya juga para remaja akan lebih menyukai film yang bertema *action*, *sci-fi* sedangkan orang dewasa lebih cenderung menyukai film yang berhubungan dengan komedi, drama, atau *thriller*. Oleh karena itu, dengan menentukan *target audience* yang mendalam akan semakin efektif strategi pemasaran yang akan dilakukan.

Kemudian menurut Squire, konsumen sendiri dibagi menjadi dua yaitu *consumer insight* dan *consumer journey*. *Consumer insight* adalah pencarian informasi yang mendalam untuk memahami kebutuh dari *target audience*. Hal tersebut penting agar hubungan antara *target audience* dan produsen saling menguntungkan. Sedangkan *consumer journey* merupakan sebuah kegiatan untuk melihat perjalanan dari *target audience* untuk mencapai tujuan. Semuanya dibutuhkan penelitian yang tepat agar apa yang ingin diberikan oleh produsen tersampaikan dengan sempurna.

Dalam menentukan *target audience*, Kotler dan Keller mengatakan bahwa diperlukannya 3 komponen yang dikenal sebagai *STP* yaitu, *segmentation* (segmentasi), *targeting*, dan *positioning*. Segmentasi sendiri adalah sebuah proses membagi pasar menjadi segmen-segmen tertentu berdasarkan karakteristik, kebutuhan, dan perilaku. Kemudian *targeting* adalah langkah berikutnya untuk menentukan segmen yang akan menjadi *target*. *Targeting* memilih segmen berdasarkan ukuran, pertumbuhan, profitabilitas, dan keterjangkuan. Terakhir, ada *positioning* merupakan tahap akhir untuk memposisikan produk di segmen tertentu. Dalam penempatan posisi harus mencakup manfaat, citra, dan atribut yang dapat dinilai bagus bagi masyarakat. Menurut Alatan (2014), bahwa terdapat beberapa pengaruh bahwa usia memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap *target audience* pada sebuah film. Alatan juga mengatakan bahwa dalam menentukan sebuah *target audience* diperlukannya *genre*, klasifikasi umur yang sesuai dengan *target* yang ingin dicapai.

Hal ini dapat dikatakan bahwa *target audience* dapat membawa pengaruh khususnya terhadap pembuatan film. Apabila pembuatan film tidak ditentukan berdasarkan *target* yang di tuju, maka film tidak akan tersampaikan sesuai dengan tujuan terciptanya sebuah film. Pentingnya untuk menentukan berdasarkan *STP* tersebut serta dapat dikaitkan dengan *target* umur dari *audience* tersebut apakah sudah sesuai dan sudah dipikirkan dengan tepat, serta dapat dipastikan sudah sesuai dengan sasaran.

### 2.3.1. Genre

Pada zaman sekarang *genre film* merupakan salah satu klasifikasi untuk memikat penonton. *Genre film* pada zaman sekarang juga tergolong cukup beragam seperti romansa, fiksi, horror, komedi, *action*, *sci-fi*, dan lain sebagainya. Menurut Tudor (2012), *genre* merupakan sesuatu yang penting dalam membentuk ekspektasi penonton. Terhadap sebuah *film*. Ia juga mengartikan bahwa pengertian *genre film* sebagai salah satu konvensi atau kesepakatan antara pembuat *film* dan *audience* terkait tentang apa yang akan mereka dapatkan dari *film* tersebut berdasarkan klasifikasi tema, plot, dan *setting*.

Tudor mengatakan bahwa dalam pembuatan sebuah *film*, *genre film* harus memiliki suatu ciri khas agar dapat menentukan cara mencertikan untuk mewakili cerita tersebut. Seperti film *horror* cenderung memiliki plot yang tegang sedangkan film drama akan lebih fokus terhadap pengembangan karakter dan hubungan antar karakter. Setiap *genre* juga akan memberi kesan atau harapan tertentu kepada penontonnya. Masing-masing *audience* akan lebih menikmati film tersebut apabila usia mereka sesuai dengan tontonan tersebut.

Menurut Klavert (2013) bahwa setiap kelompok usia akan memiliki preferensi *genre film* yang berbeda-beda. Seperti anak remaja lebih tertarik kepada film-film yang memiliki unsur *genre* seperti *action*, komedi sedangkan orang dewasa lebih menyukai *genre* yang berbasis kisah nyata, *horror*, dan *thriller*. Bisa dibilang bahwa identifikasi *genre* bisa dijadikan sebagai indikasi dari pengalaman

yang akan dirasakan oleh *audience*. Oleh karena itu, *genre* merupakan suatu hal yang penting karena bisa dijadikan sebagai pertimbangan dalam menentukan *target audience*.

### 2.3.2. Klasifikasi Umur

Dalam pembuatan sebuah film, klasifikasi umur merupakan hal yang cukup penting. Klasifikasi umur juga merupakan salah satu badan sensor atau lembaga regulasi terhadap layakannya sebuah tontonan berdasarkan usia mereka. Tujuan dengan adanya klasifikasi umur adalah melindungi penonton yang lebih muda agar terjauh dari isi konten yang tidak sesuai dengan umur mereka. Klasifikasi umur juga berpengaruh dalam menentukan *target audience* pada sebuah film, karena para *producer* sebagai pembuat film harus tahu *target* yang akan mereka capai dan film mereka akan ditonton oleh siapa.

Menurut Klavert, terdapat perbedaan ketertarikan dalam film pada beberapa umur, seperti umur 18-24 akan cenderung lebih suka yang bergenre komedi dan romantis. Sedangkan umur 25-43 tahun lebih suka yang berhubungan dengan *action*, *horror*, *sci-fi*. Akan tetapi Klavert mengatakan tidak ada perbedaan yang terlalu signifikan antar jarak umur tersebut. Dua kategori umur tersebut yang memedulikan teknologi dan hasil dari sebuah film.

Dalam klasifikasi umur terdapat pembagian berdasarkan layakannya tontonan yang diperbolehkan untuk menonton. Indonesia (2021) membagikan klasifikasi umur berdasarkan beberapa kategori yang sudah dibagi yaitu:

- a. Semua umur: Dibuat untuk penonton semua umur, mengandung unsur Pendidikan, budaya, budi pekerti, etika, dan aspirasi. Tidak mengandung adegan visual atau adegan yang mendorong meniru perilaku seks, tidak sopan, dan memaki orang lain.
- b. 13+: Dibuat untuk orang yang sudah berumur 13 tahun keatas. Mengandung nilai Pendidikan, budi pekerti, estetika, kreatifitas. Tidak

menampilkan adegan yang ditiru seperti pergaulan bebas antar manusia yang berlawanan jenis maupun sesama jenis.

c. 17+: Dibuat untuk orang yang sudah berumur 17 tahun ke atas. Mengandung adegan visual atau adegan sesuai dengan penonton berusia 17 tahun ke atas. Berkaitan dengan seksualitas yang disajikan secara proporsional dan edukatif. Berhubungan dengan kekerasan dan tidak menampilkan sadisme.

d. 21+: Dibuat untuk orang dewasa yang sudah berumur 21 tahun ke atas. Mengandung tema dan permasalahan keluarga. Terdapat adegan visual atau dialog tentang seks serta kekerasan dan sadisme yang tidak berlebihan. Penayang di televisi setelah pukul 23.00 sampai dengan 03.00. Pertunjukan hanya di gedung bioskop dengan tujuan pendidikan atau penelitian.

Akan tetapi perlu diingat bahwa setiap klasifikasi umur disetiap negara dan daerah akan berbeda. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh budaya, nilai-nilai masyarakat, dan moral. Dengan adanya klasifikasi umur membantu para *producer* menentukan *target audience* mereka sesuai dengan konten yang akan mereka berikan.

### **2.3.3. Karakter yang Disukai Berdasarkan Umur dan Gender**

Seperti yang sudah dikatakan sebelumnya, bahwa preferensi karakter berdasarkan umur dan *gender* memiliki perbedaannya masing-masing berdasarkan dari individu tersebut. Menurut Asri et al., (2020) bahwa masih banyak warga Indonesia yang memilih menonton film dalam negeri dibanding dengan film produksi dari luar. Perbandingan tersebut membuahkan hasil persentase 49-81% dengan film Indonesia sedangkan 41-64 film luar negeri. Penulis menambah beberapa buku untuk mewakili genre yang disukai oleh *audience*.

### Menonton Film berdasarkan Kelompok Usia

	15-22 Tahun	23-30 Tahun	31-38 Tahun
Film Indonesia	81%	64%	49%
Film Asing	64%	53%	42%

Gambar 2. 1 Perbandingan Pilihan Film yang Ditonton

Sumber: (Asri et al., 2020)

Dari hasil tontonan tersebut penulis dapat mengetahui perbandingan penikmat film Indonesia maupun film asing. Kemudian terdapat keterbatasan terhadap literatur berupa jurnal atau buku yang membahas tentang spesifik terhadap kesukaan karakter berdasarkan umur dan *gender* tertentu. Oleh karena itu, penulis merancang sebuah karakter berdasarkan *audience* dengan cara menyebarkan kuisisioner. Dalam kuisisioner tersebut penulis mendapatkan 51 responden dengan jenis kelamin dan umur yang berbeda. Tujuan untuk membuat kuisisioner tersebut penulis ingin mencari tahu *genre film*, karakter film yang disukai oleh laki-laki dengan batasan umur 26 hingga 35 tahun seperti apa. Penulis menyebarkan kuisisioner melalui *google form* dengan beberapa list pertanyaan yang sudah dirancang. Akan tetapi hasil dari responden terlalu sedikit karena dengan waktu yang cukup singkat, sehingga responden sebanyak 51 kurang representatif untuk menentukan *target audience*. Hasil dari kuisisioner tersebut yang dijadikan acuan untuk merancang sebuah karakter.

#### 2.3.4. Koneksi Audience Terhadap Karakter Pada Film

Koneksi antara audiens dan karakter dalam sebuah film merupakan salah satu kunci dalam menciptakan pengalaman yang mendalam dan memuaskan bagi penonton. Koneksi audiens terhadap karakter dapat dilihat berdasarkan faktor psikologis dan emosional. Hal tersebut dapat dirasakan karena penonton ikut merasakan apa yang dirasakan oleh karakter tersebut, karena mereka dapat memahami dan merasakan berdasarkan pengalaman yang mereka alami. Menurut

Bordwell et al., (2020) penonton membentuk koneksi dengan karakter dalam film berdasarkan identifikasi, empati dan pengalaman berbagi.

Identifikasi yang dimaksud adalah ketika audiens merasakan emosi yang sama dengan karakter. Emosi yang dimaksud bisa berdasarkan pengalaman, perasaan, dan situasi yang dialami oleh karakter. Kemudian berdasarkan empati, audiens merasa terhubung secara emosional terhadap karakter. Hal ini menciptakan pengalaman menonton yang lebih memuaskan. Terakhir, pengalaman berbagi yang dimaksud adalah melalui karakter yang diperankan, audiens dapat memahami perspektif yang berbeda, merasakan adanya dunia yang baru, dan mengalami perjalanan emosional yang kompleks.

Oleh karena itu, Penulis membuka kuisisioner untuk membantu mencari tahu apa keinginan dari audiens. Kuisisioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan pembangunan karakter. Kemudian dari sisi lain penulis juga ingin mencari tahu karakter yang disukai agar ketika menonton dapat merasakan apa yang dirasakan oleh karakter utama yang bernama “Niko”. Selain mencari tahu, penulis ingin membuat pengalaman menonton yang cukup berkesan bagi para penonton.

### **3 METODE PENCIPTAAN**

#### **Deskripsi Karya**

Dalam pembuatan film tugas akhir ini, penulis dan Synergasia Production sepakat untuk membuat sebuah karya film pendek yang berjudul “Swipe Kanan”. Pada pembuatan film pendek ini penulis berperan sebagai produser. Film pendek “Swipe Kanan” merupakan film pendek fiksi dengan genre drama dan romantis. Film pendek ini berdurasi kurang lebih 12-14 menit. Pada film ini penulis merancang karakter berdasarkan umur dan jenis kelamin. Jenis kelamin yang dituju terutama untuk laki-laki berada di umur kisaran 26 hingga 35 tahun.