



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

Dalam proses pembuatan tugas akhir, penulis membuat video komersial “Peminatan Film Program Studi Film dan Televisi Universitas Multimedia Nusantara”. Penulis bertanggung jawab sebagai *copywriter*, dalam proses pembuatan naskah *audiovisual* penulis mengacu kepada *client brief* dan konsep *creative director*. Naskah yang penulis buat ber-*genre* komedi, hal ini dipilih agar mudah diterima oleh *target audience* yang merupakan remaja sekolah menengah atas dan kejuruan usia 16-18 tahun. Selain itu, jenis video komersial yang dipilih oleh *creative director* adalah video komersial narasi di mana narasi menjadi poin penting dalam proses penyampaian informasi. Agar informasi dapat mudah ditangkap oleh *target audience*, penulis memilih pronomina persona “gue-lu” yang merupakan kata ganti orang yang sehari-hari digunakan kaum remaja.

Untuk mengetahui lebih pasti mengenai kata ganti orang yang sehari-hari remaja sekolah menengah atas dan kejuruan gunakan maka penulis melakukan penelitian menggunakan metode kuantitatif. Arikunto (2006) mengatakan bahwa populasi penelitian adalah subjek yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (hlm. 130). Kriteria yang penulis tetapkan adalah mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2017 dan bersedia menjadi responden. Dalam melakukan riset peneliti membutuhkan sampel, menurut Sugiyono (2008) sampel adalah bagian dari populasi yang dapat dipergunakan sebagai subjek

penelitian (hlm.109). Untuk menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus Slovin yaitu,

$$n: \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n: Besar Sampel

N: Jumlah Populasi

e: *Error Tolerance*

Hal ini juga sesuai dengan *target audience* dari video komersial yang penulis buat yaitu seluruh pelajar SMA/K yang berada di seluruh Indonesia. Untuk memperkuat hasil riset, penulis juga melakukan metode penelitian kualitatif berdasarkan hasil dari riset yang penulis sudah dapatkan.

3.1.1 Latar Belakang Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara berdiri sejak tahun 2006. Universitas Multimedia Nusantara yang biasa disebut UMN didirikan atas prakarsa Dr. (HC) Jakob Oetama, perintis Kompas Gramedia. Dengan kerjasama dari jajaran pimpinan Kompas Gramedia, akhirnya UMN mendapatkan izin operasional dari pihak Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia pada tanggal 25 November 2005. 1 tahun setelah mendapatkan izin tersebut, tepatnya tanggal 20 November 2006 UMN secara resmi dipublikasikan dan diresmikan. Kantor pertama UMN bertempat di Gedung Wisma BNI 46 sampai pada tahun 2009, UMN resmi bertempat di Scientia Boulevard, Tangerang – Banten.



Gambar 3.1 Logo UMN

(umn.ac.id)

Seperti perguruan tinggi lainnya, UMN memiliki sebuah logo berbentuk bola dunia berwarna biru di mana di dalam bola dunia tersebut terdapat kotak-kotak berwarna putih sejumlah sepuluh kotak. Bola dunia melambangkan, eksistensi UMN sebagai universitas yang memiliki kredibilitas internasional, UMN adalah universitas global yang tidak membedakan golongan, agama, ideologi atau kelompok-kelompok tertentu dan peserta didik UMN adalah semua generasi muda dunia dengan latar belakang apapun. Pemilihan warna biru untuk bola dunia melambangkan teknologi di mana sesuai dengan fokus Pendidikan UMN yaitu teknologi informasi dan komunikasi (ICT).

Sedangkan kotak-kotak putih melambangkan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang mampu berperan dalam berbagai bidang kehidupan di dunia dan menyatukan keaneka beragaman komunitas yang saling terhubung sehingga membentuk sebuah komunitas dunia yang harmonis. Diantara ke sepuluh kotak putih tersebut terdapat 2 kotak yang terbuka, hal ini melambangkan setiap

orang idealnya memiliki keterbukaan untuk terus mengembangkan dan melampaui dirinya menuju cita-cita yang tidak terbatas diluar sana.

Dalam perkembangannya sampai sekarang UMN sudah memiliki 4 Fakultas yang terdiri dari Fakultas Teknik & Informatika, Fakultas Bisnis, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Fakultas Seni & Desain. Di mana Fakultas Teknik & Informatika terdiri dari 5 program studi, Fakultas Bisnis terdiri dari 2 program studi, Fakultas Ilmu Komunikasi terdiri dari 2 program studi dan Fakultas Seni & Desain terdiri dari 3 program studi. Adapun program lainnya yaitu, D3 Perhotelan dan *International Program*.

Untuk mewujudkan cita-citanya menjadi perguruan tinggi unggulan di bidang ICT, UMN memiliki visi menjadi perguruan tinggi unggulan di bidang *Information and Communication Technology (ICT)* baik di tingkat nasional maupun internasional, yang menghasilkan lulusan berwawasan internasional dan berkompotensi tinggi dibidangnya yang disertai jiwa wirausaha serta berbudi pekerti luhur dan dengan misi, turut andil dalam mencerdaskan kehidupan bangsa dan memajukan kesejahteraan bangsa melalui upaya penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat), untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

3.1.2 Posisi Penulis

Posisi penulis dalam pembuatan video komersial ini sebagai *copywriter* di mana penulis bertanggung jawab dalam menerjemahkan konsep *visual* dan *audiovisual*

dalam bentuk naskah *audiovisual* berdasarkan konsep yang sudah dirancang oleh *creative director*.

3.2. Tahapan Kerja

Dalam pembuatan naskah penulis dan *creative director* bertemu dengan pihak klien – Bapak Kus Sudarasono selaku Ketua Program Studi Film dan Televisi, Universitas Multimedia Nusantara. Pada pertemuan ini, klien memberitahukan kebutuhan program studi film dan televisi yaitu, sebuah *video company profile* yang memperkenalkan peminatan film dan animasi beserta fasilitas-fasilitasnya. *Target audience* dari video tersebut adalah siswa/i sekolah menengah atas dan kejuruan dari umur 16 – 18 tahun. Dari hasil pertemuan tersebut penulis membuat naskah yang menceritakan tentang seorang anak yang baru saja lulus sekolah menengah atas namun ia bingung dalam memilih peminatan dan universitas yang sesuai dengan keinginannya.

Dalam proses *brainstorming* dan asistensi dengan pihak klien, alur cerita dari video tidak mengalami perubahan namun terdapat perubahan dari *genre* yang sebelumnya *drama* menjadi komedi, jenis video komersial menjadi video komersial narasi. Dalam sebuah video komersial narasi, kunci utama yang menjadi daya tarik dari video tersebut adalah pemilihan kata dalam narasi tersebut. Berdasarkan hal tersebut, penulis memilih pronomina persona atau kata ganti orang “gue-lu” karena pronomina persona tersebut merupakan kata yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari *target audience*. Klien tidak bermasalah dengan penggunaan

pronomina persona tersebut, ia lebih memberatkan pada adegan per adegan. Setelah beberapa kali proses asistensi tersebut, naskah mengalami dua kali revisi.

3.3. Acuan

Penulis menggunakan video iklan produk Mr. Potato berjudul “Keripik Paling Enak Di Dunia” sebagai acuan dalam pembuatan video komersial “Peminatan Film Program Studi Film Dan Televisi Universitas Multimedia Nusantara”. Penulis memilih iklan tersebut karena *target audience* dari iklan tersebut adalah kalangan muda. Iklan pun dibuat dengan ide yang *fresh* dan berbeda dari segi *editing* yang menggunakan teknik *fast cutting*. Selain itu, *color pallete* utama dalam video iklan tersebut sangatlah konsisten sehingga penonton dapat mengetahui identitas dari produk yang diiklankan. Hal ini menjadi acuan dalam teknik *editing* dan penempatan *color pallete* utama video iklan komersial penulis untuk meningkatkan *brand awareness* penonton terhadap identitas program studi film dan televisi Universitas Multimedia Nusantara.

Dari segi penulisan naskah, iklan Mr. Potato memilih pronomina persona “gue-lu” yang sama dengan video komersial yang penulis buat. Pemilihan pronomina persona lu-gue pada iklan Mr. Potato sesuai dan dapat diterima dengan baik oleh *target audience*. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *viewers* di Youtube menginjak 1,955,014 dengan 61,000 *likes* (per tanggal 19 Mei 2018).

Tabel 3.1 Naskah *Audiovisual Video Komersial Mr. Potato*

(Dokumen Pribadi Penulis)

No.	Audio	Visual
1.	<p><i>Foley:</i> Keripik</p>	<p><i>Opening,</i> <i>Close up</i> keripik</p>
2.	<p>M V.O: Gue Chandra Liow, CEO Mr. Potato dan gue mau kasih tahu lu semua...</p>	<p>EXT. Ruangan CEO Chandra menggunakan JAS berwarna UNGU, KEMEJA PUTIH dan CELANA PANJANG KAIN berwarna ungu, Chandra membuka pintu ruangan.</p>
3.	<p>M V.O: ...cara buat keripik paling enak di dunia, kita mulai dengan... MIKIR, MIKIR, MIKIR LEBIH KERAS...</p>	<p>INT. Ruangan CEO Chandra duduk disebuah ruangan yang terdapat sebuah meja yang terdapat komputer tabung, dengan <i>wallpaper background</i> berwarna UNGU dan terdapat PAPAN KAPUR berwarna HITAM, LAMPU TERTEMEL DI TEMBOK, LAMPU MEJA, RAK dan KIPAS ANGIN.</p>
4.	<p>M V.O: Ngaso dulu, <i>okay</i> cukup...</p>	<p>INT. Ruangan CEO Chandra tiduran sambil bermain <i>handphone</i> dengan satu tangan di sebuah SOFA berwarna MERAH MAROON dengan BANTAL dan KAIN tersampir di sofa berwarna PUTIH, terdapat MEJA KAU KECIL di sebelah sofa yang terdapat LAMPU MEJA di atasnya dan LAMPU BERDIRI di sebelah sofa.</p>
5.	<p>M V.O: <i>STOP</i> MIKIR! Mulai gerak Lu ga bisa ngerjain sendiri, panggil teman-teman lu...</p>	<p>INT. Ruangan CEO Chandra mengambil KERTAS.</p>

6.	M V.O: Agung Hapsah	Agung Hapsah menggunakan KEMEJA LENGAN PANJANG PUTIH, CELANA KAIN PANJANG HITAM dan DASI UNGU
7.	M V.O: Fathia Izzati	Fathia Izzati menggunakan BLOUSE PUTIH, ROK UNGU dan ANTING PANJANG
8.	M V.O: Reza Oktovian	Reza Oktovian menggunakan JAKET RAGLAN berwarna ABU-ABU dan UNGU, KAOS PUTIH dan CELANA PANJANG JEANS
9.	M V.O: Tommy Lim	Tommy Lim menggunakan BAJU ABU-ABU LENGAN PANJANG, TALI UNGU dan CELANA PANJANG COKLAT
10.	M V.O: Arief Muhammad Eh... itu bukan Arief... Nah...	Arief KW menggunakan KEMEJA KOTAK UNGU PUTIH, Arief Muhammad menggunakan KEMAJA UNGU dan JAM TANGAN.
11.	M V.O: Mulai dengan rapat...	INT. Ruangan CEO Agung, Tommy, Reza, Fathia, Arief bersebelahan dengan di bangku berwarna UNGU dan MEJA KAYU di tengah mereka, Chandra masuk ruangan dengan membawa kertas
12.	M V.O: Rapat banget... Mau ngantri sembako bos...	INT. Ruangan CEO Tommy, Fathia, Agung, Arief duduk bersebelahan
13.	M V.O: Gebah.. Gebah.. Gebah... <i>Foley:</i> Suara ramai	INT. Ruangan CEO Mereka berdiskusi, kisruh

14.	M V.O: Lupa makan...	PAPER BAG
15.	M V.O: Lupa waktu...	JAM TANGAN
16.	M V.O: Lupa mandi...	Reza mengendus ketiak Tommy
17.	M V.O: Masih gebah... Stop gebah... Kerjain... <i>Foley:</i> Suara ramai	INT. RUANGAN CEO Tommy dan Arief duduk bersebrangan dengan Agung dan Fathia, Chandra dan Reza berdiri bersebelahan.
18.	M V.O: Mulai dengan bentuk, cari yang baru...	INT. Ruangan CEO Chandra berdiri bersebelahan dengan EASEL yang terdapat papan bertuliskan BENTUK dan GAMBAR BENTUK-BENTUK.
19.	M V.O: Kotak...	<i>Graphic:</i> Kotak
20.	M V.O: Segitiga...	<i>Graphic:</i> Segitiga
21.	M V.O: Jajar genjang...	<i>Graphic:</i> Jajar genjang
22.	M V.O: <i>Fidget spinner</i> gi mana?	<i>Fidget spinner</i> dengan tempelan KERIPIK
23.	M V.O: Hmm..	INT. RUANGAN CEO Tommy dan Arief duduk bersebrangan dengan Agung dan

	<i>Foley:</i> Suara jangkrik	Fathia, Reza duduk di kepala meja dan Chanda berdiri disebelahnya.
24.	M V.O: Yauda, tetap dengan bulat...	Tangan memegang keripik
25.	M V.O: Sekarang warna... cari yang baru...	<i>Color pallete</i>
26.	M V.O: Cari yang baru...	Tangan memegang keripik dan melemparnya
27.	M V.O: Bukan pacar... <i>Foley:</i> Siulan	INT. Ruangan CEO Fatiah dan Agung duduk bersebelahan
28.	M V.O: Warna...	<i>Color pallete</i>
29.	M V.O: Merah...	Keripik warna MERAH diatas TALENAN KAYU
30.	M V.O: Hitam...	Keripik warna HITAM diatas TALENAN KAYU
31.	M V.O: Pink	Keripik warna PINK diatas TALENAN KAYU
32.	M V.O: Hijau	Keripik warna HIJAU diatas TALENAN KAYU
33.	M V.O: Hijau Daun	Keripik warna HIJAU MUDA diatas TALENAN KAYU
34.	<i>Dialog Arief KW:</i>	Arief KW bernyanyi

	Suara...	
35.	<p><i>Dialog Arief Muhammad:</i></p> <p>Aneh sih, ga <i>natural</i>...</p> <p><i>Foley:</i></p> <p>Suara jam</p>	<i>Close up</i> Arief Muhammad
36.	<p><i>Dialog Agung Hapsah:</i></p> <p>Ungu</p> <p><i>Foley:</i></p> <p>Suara jam</p>	<i>Close up</i> Agung Hapsah
37.	<p><i>Dialog Reza Oktovian:</i></p> <p><i>Natural</i> darimana?</p> <p><i>Foley:</i></p> <p>Suara jam</p>	<i>Close up</i> Reza Oktovian
38.	<p>M V.O:</p> <p>Ubi Ungu</p> <p><i>Foley:</i></p> <p>Suara “Ting”</p>	UBI UNGU diatas TALENAN KAYU
39.	<p>M V.O:</p> <p>Cari sekarang! <i>Stop!</i> Ga usah repot-repot...</p>	INT. Ruangan CEO Mereka bergerak dari kursi mereka masing-masing.
40.	<p>M V.O:</p> <p>Cari <i>online</i>...</p>	INT. Ruangan CEO Mereka duduk di depan komputer.
41.	<p>M V.O:</p> <p>Beli semua...</p>	INT. Ruangan CEO <i>Close up</i> layar komputer

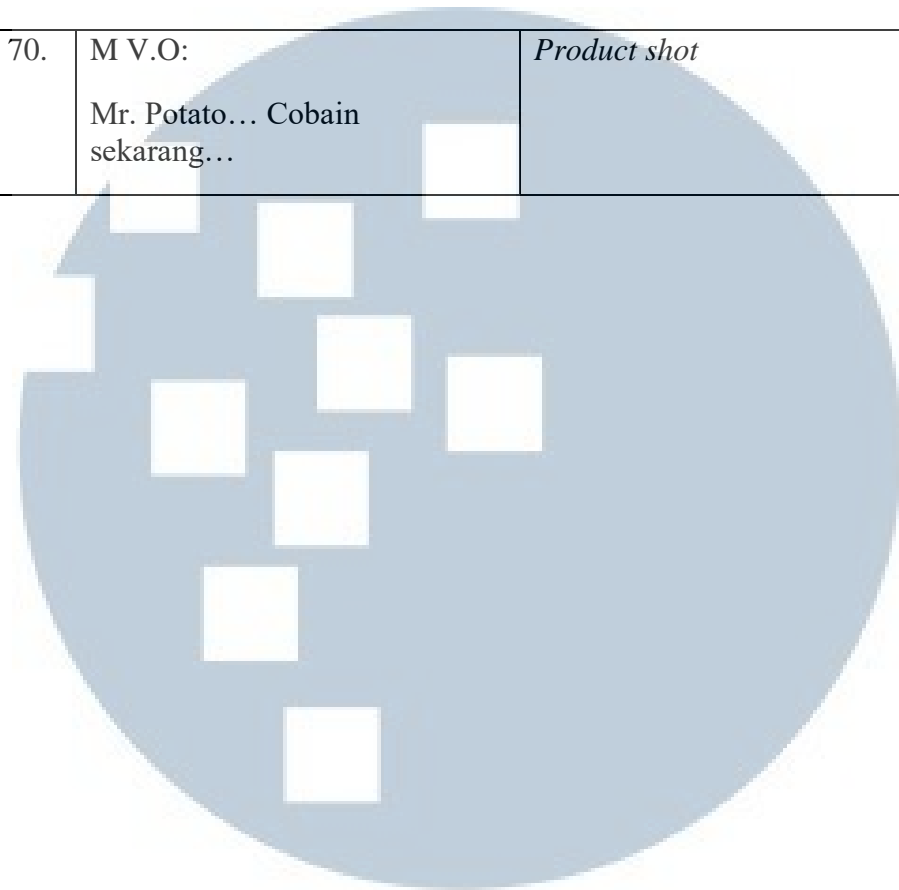
		<p><i>Graphic:</i></p> <p>Laman OnlenSyop ubi ungu</p>
42.	<p><i>Foley:</i></p> <p>Suara Bel</p>	<p>INT. Ruangan CEO</p> <p>Mereka menegok ke arah suara bel</p>
43.	<p>M V.O:</p> <p>Sekarang buat rasa ubi ungu terenak di dunia...</p>	<p>INT. Ruangan CEO</p> <p>Chandra berdiri dengan kertas ditangannya, Tommy dan Arief datang dengan membawa KARUNG bertuliskan UBI UNGU dan Fatiah menaruh buku di meja.</p>
44.	<p>M V.O:</p> <p>Uiii...</p>	<p>Chandra menggunakan BANDANA UNGU.</p>
45.	<p>M V.O:</p> <p>Uiii...</p> <p><i>Foley:</i></p> <p>Suara potong ubi</p>	<p>Memotong UBI UNGU.</p>
46.	<p>M V.O:</p> <p>Uiii...</p> <p><i>Foley:</i></p> <p>Minyak panas</p>	<p>Mengoreng UBI UNGU di MINYAK PANAS.</p>
47.	<p>M V.O:</p> <p>Uiii...</p>	<p>KERIPIK UBI UNGU disajikan dengan PIRING PUTIH diatas meja.</p>
48.	<p>M V.O:</p> <p>Dicoba...</p>	<p>Tommy mencoba keripik ubi ungu.</p>

	<p><i>Dialog Tommy Lim:</i></p> <p>Hmm...</p> <p>M V.O:</p> <p>Buat lebih enak...</p>	
49.	<p>M V.O:</p> <p>Uiii...</p>	Chandra menggunakan BANDANA UNGU.
50.	<p>M V.O:</p> <p>Uiii...</p> <p><i>Foley:</i></p> <p>Suara potong ubi</p>	Memotong UBI UNGU.
51.	<p>M V.O:</p> <p>Uiii...</p> <p><i>Foley:</i></p> <p>Minyak panas</p>	Mengoreng UBI UNGU di MINYAK PANAS.
52.	<p>M V.O:</p> <p>Uiii...</p>	KERIPIK UBI UNGU disajikan dengan PIRING PUTIH diatas meja.
53.	<p>M V.O:</p> <p>Dicoba...</p> <p><i>Dialog Fathia Izzati:</i></p> <p>Hmm...</p> <p>M V.O:</p>	Fathia mencoba keripik ubi ungu.

	Buat paling enak...	
54.	M V.O: Uiii...	Chandra menggunakan BANDANA UNGU.
55.	M V.O: Uiii... <i>Foley:</i> Suara potong ubi	Memotong UBI UNGU.
56.	M V.O: Uiii... <i>Foley:</i> Minyak panas	Mengoreng UBI UNGU di MINYAK PANAS.
57.	M V.O: Uiii...	KERIPIK UBI UNGU disajikan dengan PIRING PUTIH diatas meja.
58.	M V.O: Dicoba... <i>Dialog Chandra Liow:</i> Hmm... M V.O: Uiii...	Chandra mencoba keripik ubi ungu.
59.	M V.O: Ungulicious...	Keripik ubi ungu disajikan diatas piring putih
60.	M V.O:	Tommy memasukkan keripik ubi ungu ke dalam PLASTIK UNGU,

	Bungkus dengan kemasan terbaik... <i>Dialog Chandra Liow:</i> Plastik? Ini kemasan terbaik...	Chandra datang membawa KALENG berwarna SILVER.
61.	M V.O: Kaleng itu <i>premium</i> ...	<i>Close up</i> kaleng dengan logo Mr. Potato.
62.	M V.O: Tahan lama...	<i>Close up</i> menutup tutup kaleng dengan TUTUP KALENG PLASTIK.
63.	M V.O: Kualitas terlindungi...	<i>Close Up logo</i> Mr. Potato di kaleng.
64.	M V.O: <i>Photoshot</i>	Mr. Potato ubi ungu diletakkan di dalam <i>MINI STUDIO BOX</i>
65.	M V.O: <i>Review</i> produk	KORAN dengan <i>headline</i> Mr. Potato Ubi Ungu
66.	M V.O: Dapat penghargaan	PIALA UBI berwarna EMAS
67.	M V.O: Cetak rekor	Chandra memegang PIAGAM PENGHARGAAN
68.	M V.O: Dannnnnnnnnn... <i>Dialog Chandra Liow:</i> Stok habis	RAK Mr. Potato ubi ungu dan LOGO ALFAMART
69.	M V.O: Itulah cara buat keripik paling enak di dunia...	<i>Close up</i> keripik ubi ungu

70.	M V.O: Mr. Potato... Cobain sekarang...	<i>Product shot</i>
-----	---	---------------------



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA