



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 II

LANDASAN TEORI

2.1. *Corporate Video*

Menurut DiZazzo (2013) *corporate video* adalah salah satu cara untuk mempromosikan sebuah produk, barang, atau jasa melalui media berupa *video*. *Corporate video* sudah banyak diproduksi dan didistribusikan jauh sebelum teknologi seperti internet ada. Sebelum teknologi mulai maju, *corporate video* didistribusikan melalui beberapa media seperti kaset *video*, *broadcast* di televisi, atau melalui CD-ROM (hlm. 4). Sweetow (2011) mengatakan seiring berjalannya waktu, media seperti kaset, CD, maupun DVD sudah tidak lagi efektif dalam mendistribusikan sebuah *corporate video*. Beliau menambahkan, jaman sekarang, pelaku bisnis menyebarkan *corporate video* melalui *live streaming* (hlm. 32).

DiZazzo menyarankan, ketika akan membuat sebuah *corporate video*, haruslah memahami keinginan klien terlebih dahulu. Seorang klien dalam *corporate video* pastilah memiliki suatu masalah untuk bisnisnya yang berharap masalah tersebut dapat dipecahkan melalui sebuah *corporate video*. Ia berkata, klien dapat memberikan ide atau bahkan ikut berperan dalam pembuatan *corporate video* (hlm. 12). Menurut Sweetow selain mengenal klien, pembuat *corporate video* juga harus mengenali tujuan bisnis klien dan masalah yang ada dalam bisnis tersebut (hlm. 32). Beliau berkata hal ini bertujuan untuk menjaga citra perusahaan klien serta membuat konten yang tepat demi memecahkan masalah klien melalui *corporate video*.

Clum (2018) menyebutkan beberapa fungsi dari *corporate video*:

1. *Marketing*

Macam-macam *marketing*:

- a. *Homepage company videos*: *Corporate video* pada bagian ini berfungsi untuk memperkenalkan perusahaan pada halaman depan *website* perusahaan tersebut.
- b. *Brand videos*: *Corporate video* berfungsi untuk memperkenalkan sebuah merek dari produk kepada penonton.
- c. *Testimonial videos*: *Corporate video* berfungsi untuk memberikan informasi berupa penilaian pada suatu produk atau jasa.

2. *Advertising*

Macam-macam *advertising*: iklan di TV, radio, dan media sosial

3. *Human Resources*

Macam-macam *human resources*:

- a. *video* perekrutan kerja, orientasi, *training*, dan *event*: *Corporate video* berfungsi untuk memberikan informasi tentang pekerjaan, baik itu lowongan ataupun acara dalam pekerjaan.

4. *Operations*

Macam-macam *operations*:

- a. *training videos*, *safety videos*: *Corporate video* berfungsi untuk memberikan petunjuk melakukan sesuatu hal.
- b. *FAQ videos*: *Corporate video* berfungsi untuk menjawab pertanyaan melalui sebuah video.

Clum menambahkan bahwa ada lima jenis *video format* dalam sebuah *corporate video*:

1. *Docu-style*:

Jenis ini akan menggambarkan kesan yang natural, nyata, dan sesuai dengan apa yang dialami oleh perusahaan klien. Namun jenis ini mempunyai tantangan dalam keunikan penyusunan cerita dan pengambilan gambar. Jika dibuat seadanya sesuai dengan apa yang telah tersedia, hasil dari *corporate* jenis ini akan terasa membosankan.

2. *Voice over*:

Corporate video jenis ini menyajikan gambar bergerak yang diikuti oleh cerita dari *narrator*. Kelebihan dari jenis ini adalah dapat membawa penonton untuk merasakan emosi yang sama dengan sang *narrator*. Tantangannya adalah sang *narrator* harus benar-benar bisa membangun emosi dengan baik.

3. *Typography*

Tulisan untuk informasi ditulis bersama dengan *video*. Kelebihan dari jenis ini adalah cocok untuk penonton yang hanya melihat dan tidak mendengar. Namun, *filmmaker* harus pandai mengolah tulisan agar tidak terlalu panjang namun tetap memberikan informasi yang lengkap.

4. *Demo reel*

Demo reel adalah jenis *corporate video* yang menyajikan potongan *video* disertai dengan musik yang sangat membangun dan mendukung emosi dari *video* tersebut. Jenis ini cocok untuk *corporate video* yang tidak memerlukan banyak kata-kata untuk menunjukkan tujuannya.

5. *Narrative*

Jenis ini adalah jenis yang paling banyak dipakai untuk sebuah *corporate video*. Melalui jenis *narrative*, sebuah *corporate video* dapat dimodifikasi lagi menjadi suatu hal yang lebih menarik misalkan *branded films*, *interactive films*, ataupun *web series*. Jenis ini juga menjadi jenis yang paling efektif untuk *film maker* mengeluarkan semua ide-ide kreatifnya.

2.2. *Interactive Movie*

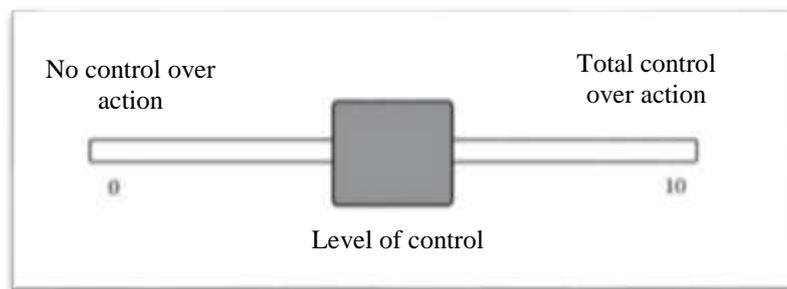
Menurut Zeman (2017), *interactive* diambil dari dua kata yaitu *inter* dan *active*. *Inter* dapat diartikan sebagai sesuatu yang terjadi antara dua hal. Sedangkan *active* artinya melakukan sesuatu. Akibat dari memilih untuk melakukan hal tersebut, pelaku *interactive* mendapatkan suatu hal baru. Jika seseorang tidak melakukan sesuatu hal yang menghasilkan suatu akibat, maka hal tersebut bukan *interactive* (hlm. 181). Menurut Ince (2006), *interactive narrative* adalah sebuah cerita yang penentu alurnya adalah penonton yang berpartisipasi (hlm. 47).

Zeman menjabarkan hal-hal yang terkandung dalam proses interaktif kedalam tiga bagian, yaitu:

1. *Level of control*

Level of control adalah pengukuran berupa skala apakah suatu hal bersifat interaktif atau tidak. Angka yang digunakan dalam skala tersebut adalah 0 sampai dengan 10. Hal seperti menonton acara *talkshow* di televisi, mendengar radio, atau membaca buku berada pada angka 0. Salah satu acara televisi yang

bersifat interaktif adalah acara kompetisi yang memerlukan *voting* penonton untuk menentukan pemenangnya. Aplikasi *real-time* seperti *social media* berada di angka 10 dalam skala, karena aplikasi tersebut tidak akan berjalan jika tidak ada interaksi dari pengguna. Untuk media seperti *game* berada pada angka 6 sampai 8 pada skala, karena sebuah *game* tidak sepenuhnya dapat di kontrol oleh pemain (hlm. 182-184).



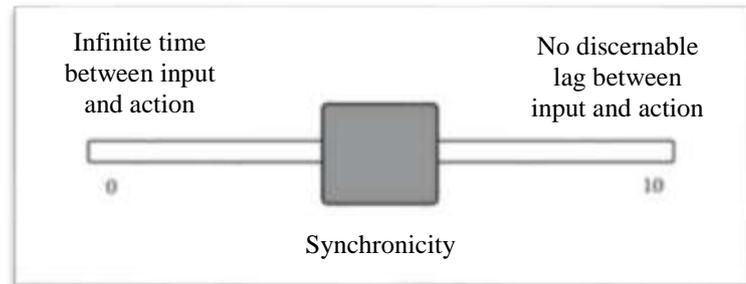
Gambar 2.1 *Levels of control diagram*

(Zeman, 2017, hlm. 183)

2. *Synchronicity*

Sinkronisasi juga mempengaruhi hasil dari sebuah media interaktif. Misalkan, dalam sebuah *game* perang seorang pemain memilih tombol 'tembak'. Jeda waktu antara aksi pemain ketika menekan tombol pilihan dan reaksi dari pilihan pemain tersebutlah yang disebut sinkronisasi. Skala 0 sampai dengan 10 dalam sinkronisasi bukan berarti angka 0 adalah yang terburuk dan angka 10 yang terbaik. Skala di bagian ini untuk membedakan reaksi dari berbagai macam jenis media interaktif. Jika jeda reaksi lumayan panjang, biasa diisi dengan berbagai konten lain yang berhubungan atau yang mengarah pada reaksi dari pilihan. Misalkan, ketika menunggu hasil *voting* sebuah acara kompetisi, biasanya diisi dengan berbagai penampilan menarik untuk mengisi

waktu kosong antara saat *voting* dengan pengumuman hasil *voting* (hlm. 184-185).

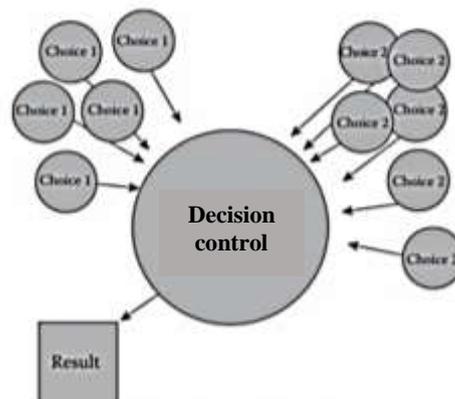


Gambar 2.2 *The synchronicity diagram*

(Zeman, 2017, hlm. 185)

3. *Collectivity*

Collectivity dapat mempengaruhi psikologi pelaku interaktif. Namun, tidak semua media interaktif mempunyai unsur *collectivity* ini. *Collectivity* dilihat dari bagaimana pelaku interaktif menentukan suatu pilihan dari berbagai macam pilihan yang diberikan. Contohnya, dalam sebuah acara kompetisi. Penonton sebagai pelaku interaktif dapat memilih satu kontestan dari beberapa kontestan kompetisi tersebut untuk menjadi pemenangnya (hlm. 185-186).



Gambar 2.3 *Collectivity model*

(Zeman, 2017, hlm. 186)

Tanak (2015) mengatakan bahwa konsep dari *interactive cinema* sudah ada sejak tahun 1990-an, namun tidak begitu berhasil karena keterbatasan media untuk distribusi. Menurut Stern (seperti yang dikutip Vosmeer & Schouten, 2014) ide *interactive video* muncul karena banyak penulis maupun calon penulis yang bimbang memilih akhir dari ceritanya karena mempunyai beberapa *alternative ending*. Berdasarkan kasus tersebut, muncullah keinginan para peneliti untuk membuat suatu bentuk baru dari sebuah *film making*. Stern menambahkan bahwa film atau video yang berbentuk interaktif haruslah mempunyai konten cerita yang banyak (*non-linear*). Penonton akan dipersilahkan untuk memilih rute cerita yang mereka inginkan. Hasil akhir yang didapat tiap penonton akan berbeda-beda tergantung dari rute mana yang mereka pilih.

Tanak mengatakan sebuah *interactive video* mengandung unsur *game* di dalamnya yang membuat penonton dapat ikut berpartisipasi dalam menentukan arah cerita. Vosmeer dan Schouten juga menyebutkan bahwa *interactive video* adalah gabungan dari *video game* dan *life-action movie*. Kekurangan dari bentuk ini adalah tidak dapat di aplikasikan dalam bioskop dan televisi sehingga media yang tersedia cukup terbatas. Namun, dengan membuat *interactive video*, penonton secara langsung akan terlibat aktif dalam cerita. Mereka membagi keterlibatan penonton dalam menikmati film menjadi dua istilah, *lean back* dan *lean forward*. '*Lean back*' adalah istilah untuk penonton yang menikmati sebuah film *non-interactive* dengan relax dan pasif. '*Lean forward*' adalah istilah untuk penonton yang menikmati sebuah film interaktif secara aktif seperti sedang bermain *video game*.

Tanak mengatakan seorang penulis juga harus memperhatikan hal-hal berikut:

1. Pentingnya interaksi penonton dalam film yang dibuat.
2. Panjang film interaktif yang dibuat.
3. *Budget* yang akan dikeluarkan untuk membuat film interaktif.
4. Waktu yang dibutuhkan untuk produksi.
5. Perlu atau tidaknya *crew* tambahan untuk produksi film interaktif.
6. Perlu atau tidaknya alat-alat tambahan untuk produksi.

Ketika seorang penulis sudah mengetahui hal-hal ini, maka penulis sudah bisa membayangkan seberapa besar cerita yang ditulis dapat sukses ketika diproduksi.

2.3. *Script writing*

Menurut Field (1994), *script* atau yang biasa disebut dengan naskah/skenario adalah suatu cerita yang dirangkai dari sebuah kejadian, tempat, dialog yang diberi unsur dramatik. Dalam sebuah *script* haruslah mengandung *plot* yang memimpin jalannya sebuah cerita. Beliau juga menambahkan bahwa skenario terdiri dari seseorang atau beberapa orang di suatu tempat yang ingin melakukan sesuatu. Skenario mempunyai konsep yang berhubungan satu sama lain sehingga segala sesuatu yang ada di dalamnya dapat diprediksi. Kebanyakan hal-hal dalam *script* benar-benar pernah terjadi atau dialami di dunia nyata (Lubarsky, Dory, Audetat, Custers, & Charlin, 2015, hlm. 2).

Menurut Vogler (2007), *script* yang baik adalah *script* yang berhasil membawa emosi penonton untuk ikut kedalam cerita. Ia berpendapat bahwa cerita

mitos dan dongeng dapat menjadi contoh mudah untuk membuat sebuah rintangan terlihat jelas. Cerita tersebut biasanya membuat sebuah kondisi mengancam sehingga masalah terlihat jelas (hlm. 94). Sebuah naskah yang tidak mempunyai *stake* yang tinggi akan dianggap kurang berhasil untuk mendapat perhatian. Rintangan haruslah berupa sesuatu yang sangat mempengaruhi hidup tokoh, baik itu tentang hidup dan mati, uang, ataupun jiwa tokoh tersebut (hlm. 94). Sebagai tambahan, Chekhov (sesuai yang dikutip oleh Renee, 2018) menyebutkan bahwa dalam sebuah naskah, dimana ada *set up* (aksi) diharapkan ada *pay off* (reaksi/akibat).

Straczynski (2002) menyebutkan bahwa ada tiga tahap yang dilakukan dalam proses pembuatan cerita:

1. *The Premise*: Premis adalah tahap pertama dalam memulai penulisan cerita. Di tahap ini topik cerita dan masalah utama telah dijelaskan, tetapi tidak dengan detail. (hlm. 220)
2. *The Outline*: *Outline* mempunyai bentuk yang sama dengan sinopsis. Tahap ini dilakukan ketika premis sudah *lock*. *Outline* mempunyai isi cerita yang lebih detail daripada premis. Sebagai contoh, jika didalam premis disebutkan “Ray menyadari kebenaran tentang Elizabeth Metairie.”, maka dalam *outline* akan dibahas bagaimana cara Ray menyadari kebenaran tersebut (hlm. 226).
3. *The Script*: Setelah *outline* telah *lock*, penulisan *script* dapat dimulai. *Script* berisikan cerita secara detail, mulai dari jalan cerita, pergerakan karakter, hingga dialog-dialog karakter. Biasanya, untuk menulis *draft* pertama sebuah *script* panjang, diperlukan waktu satu sampai dua minggu (hlm. 226).

Samaroo (2013) menjabarkan tahapan untuk membuat sebuah naskah:

1. Melihat referensi dari para ahli.

Untuk memulai penulisan sebuah naskah, Samaroo menyarankan untuk terlebih dahulu melakukan riset dengan menonton dan menganalisis film. Beliau menyarankan untuk menganalisis film yang disukai dan dibenci untuk dapat mengetahui faktor apa yang membuat film tersebut disukai maupun dibenci (hlm.45-46). Lalu selanjutnya dapat membaca teori-teori dari para ahli tentang sejarah perindustrian film yang telah mendunia (hlm. 54).

2. Membuat konsep cerita untuk ide yang sudah ada.

Samaroo menuliskan tiga bagian dalam mengembangkan konsep. Pertama, mencari genre apa yang ingin dibuat (hlm. 62). Kedua, menuliskan point penting tentang cerita tersebut seperti tempat yang mendukung, bahasa yang digunakan, ruang waktu cerita (hlm. 66-69). Terakhir adalah pembentukan karakter dengan cara menganalisis karakter seperti apa yang dibutuhkan dan cocok untuk dimasukkan kedalam cerita, lalu ide cerita akan dapat dikembangkan dengan mengetahui apa kebutuhan dari karakter tersebut (hlm. 73-79).

3. Mengembangkan karakter-karakter cerita.

Sebuah karakter cerita yang telah dibentuk kemudian dikembangkan lagi dengan memberikan penjelasan latar belakangnya, seperti nama, umur, asal usul, dan lainnya (hlm. 104). Lalu, untuk melengkapi pembentukan karakter

tersebut, tambahkan perubahan karakter dari awal cerita hingga akhir (hlm. 113).

4. Memberikan struktur pada cerita yang dibuat.

Sebuah naskah cerita mempunyai awal, tengah dan akhir. Awal cerita bertujuan untuk meraih perhatian dan ketertarikan penonton. Tengah cerita adalah untuk menahan ketertarikan penonton. Akhir cerita bertujuan untuk membuat penonton puas terhadap ketertarikan cerita. Cara untuk menyusun hal tersebut adalah dengan membuat 3 *act structure* (hlm. 120-121).

5. Membuat kerangka cerita.

Memulai kerangka cerita dengan membuat sebuah catatan untuk setiap gambaran *scene* yang telah dipikirkan (hlm. 148). Setelah itu, buat *subplot* dari catatan yang telah dibuat, lalu susun semua catatan tersebut menjadi rangkaian cerita (hlm. 157).

6. Menyusun *draft* pertama naskah.

Pertama, pahami dulu *scene* seperti apa yang ingin dibuat serta bagaimana membuat *scene* tersebut menjadi *scene* yang baik (hlm. 169). Lalu tentukan pesan apa yang ingin disampaikan di dalam *scene* tersebut lalu tentukan *tone* apa yang ingin diterapkan dalam *scene* (hlm. 185).

7. Memberikan detail pada bagian cerita.

Sebuah naskah haruslah memiliki ketertarikan sendiri di setiap halamannya. Halaman-halaman awal sebuah naskah adalah penentu apakah pembaca akan melanjutkannya atau tidak (hlm. 205). Memulai sebuah naskah harus memperhatikan inti dari cerita tersebut, apakah *opening scenenya* sesuai dengan

tema dan isi cerita atau tidak. Maka, setiap halaman dalam sebuah naskah harus saling berhubungan satu sama lain (hlm. 206).

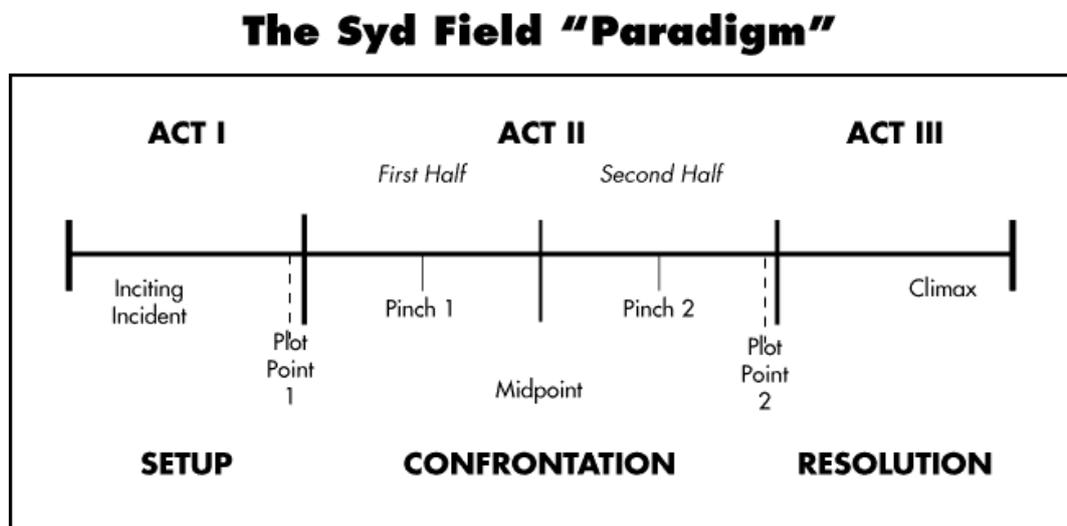
2.4. Plot

Plot atau alur adalah serangkaian peristiwa yang tersusun dalam hubungan sebab-akibat (Jabrohim, 2003). Sejauh ini, ada tiga teknik penulisan *plot* yang banyak digunakan oleh penulis yaitu *three act structure* dan *eight sequences structure*. Briggs et al. (2015) menulis artikel tentang *basic* dari penulisan *plot* sebuah *script*, yaitu:

1. *Call to Action*: pada *plot* ini, dunia tokoh protagonis akan berubah disebabkan adanya tindakan tokoh tersebut atau tokoh lain. *Plot* ini juga yang menentukan *motion* cerita.
2. *Act 1 Turning Point*: di *plot* ini, sang tokoh membuat keputusan yang akan mengantarnya kepada *act 2*.
3. *Midpoint*: Bagian ini adalah bagian dimana sang tokoh melakukan sesuatu yang menghubungkan *Act 1* ke *Act 2*.
4. *Act 2 Turning Point*: Bagian ini adegan yang dilakukan sang tokoh dapat mengarah kepada kehancuran yang semakin menjadi ataupun malah menjadi baik.
5. *Climax or Final Resolution*: Akhir dari cerita tokoh utama dimana ia dapat menang ataupun kalah.

2.4.1. Teknik penulisan plot

Dancyger dan Rush (2012) mengatakan bahwa salah satu teknik penulisan *plot* adalah dengan membuat *three act structure*. Mereka juga mencantumkan beberapa hal tambahan yang harus diperhatikan ketika menulis sebuah *script*, seperti premis, konflik, karakter, dialog, atmosfer, *rising action*, *subtext*, dan *turning point*.



Gambar 2.4 *The Three-Act Structure*

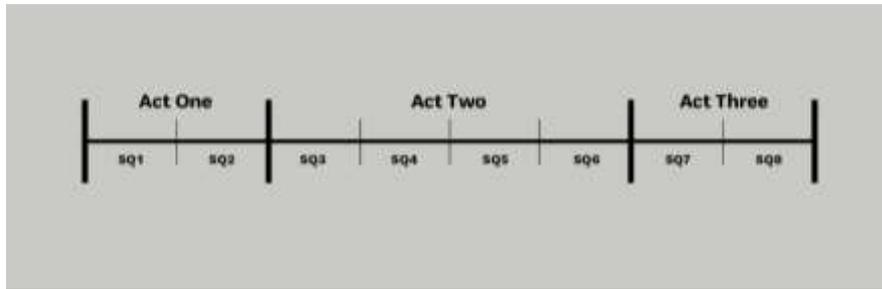
(Field, n.d.)

Field (1994), menjabarkan *three-act structure*, yaitu:

1. Act pertama (*setup*) adalah pengenalan dan premis cerita. Dalam *act* ini, terdapat beberapa unsur yaitu; *exposition*, bagian yang menceritakan pengenalan karakter. *Main character*, tokoh utama yang membawa arah cerita. *Dramatic premise*, penjelasan tentang apa yang akan terjadi dalam cerita. *Dramatic situation*, situasi yang menyelubungi aksi dari tokoh. *Inciting Incident*, sebuah peristiwa yang menggerakkan alur cerita. *Ending of the beginning* (plot point 1), mengarahkan cerita dari *Act I* kepada awal dari *Act 2*.

2. *Act* kedua (*confrontation*) fokus pada awal mula permasalahan terjadi. Dalam *act* ini, terdapat beberapa unsur yaitu; *Obstacles*, tokoh utama dalam cerita menghadapi rintangan yang menghalanginya untuk mendapatkan *goals*. *First Culmination*, titik dimana tokoh mulai mendapat jalan untuk penyelesaian, namun terhalang lagi oleh sesuatu yang lain. *Midpoint*, *part* akhir dari *act* 2 dimana tokoh berada di titik terendah dalam menghadapi *stake*.
3. *Act* 3 (*resolution*) adalah penyelesaian masalah dari premis. Dalam *act* ini, terdapat beberapa unsur yaitu; *Climax (Second Culmination)*, tahap akhir dari aksi tokoh utama dalam menyelesaikan masalahnya. *Denouement*, akhir dari cerita.

Selain *three-act structure*, teknik lain yang sering dipakai untuk menyusun *plot* adalah *8-sequence technique*. *8-sequence technique* adalah teknik lain untuk menulis sebuah *plot* dimana seorang penulis membuat delapan *sequences* (untuk film panjang, masing-masing *sequence* berisi 6-8 *scenes*) dalam tiga *act*. *Sequence* dalam tiap bagian ditulis sehingga membentuk sebuah cerita pendek yang menyambung satu sama lain dengan *sequence* lainnya. *Ending* dari tiap *sequence* adalah penghubung *sequence* tersebut kepada *sequence* selanjutnya (Paterson, 2018).



Gambar 2.5 *Eight Sequence Structure*

(‘Write a screenplay – eighth sequence structure’, n.d.)

Welsh (2016), seorang *writer* dan *storyteller*, menyebutkan delapan *sequences* tersebut dipecah kedalam tiga *acts*. Pembagian *eight sequences* tersebut adalah:

1. *Act 1*:

- a. *Sequence One (Status Quo and Inciting Incident)*: bagian awal cerita yang memperkenalkan sang karakter utama. Dalam beberapa karya, ditambahkan *backstory* untuk memperjelas sang karakter.
- b. *Sequence Two (Predicament and Lock-In)*: di *sequence* ini, karakter menghadapi konflik awal yang dapat merubah kehidupannya. Kesulitan dan terperangkap (*Predicament and Lock-In*) dalam masalah inilah yang menjadi akhir dari *act 1* dan awal dari *act 2*.

2. *Act 2*: *act* ini adalah bagian terbesar yang mempunyai empat *sequences*.

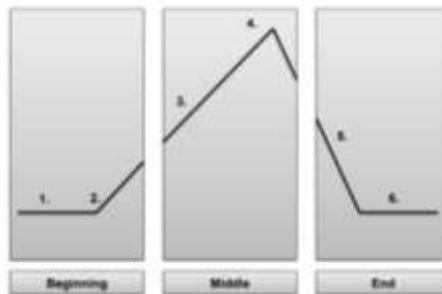
- a. *Sequence Three (First Obstacle and Raising the Stakes)*: *sequence* ini sedikit mirip dengan *sequence* sebelumnya. Disini, konflik diperkenalkan dan memperlihatkan keputusan awal karakter dalam menghadapi konflik tersebut.

- b. *Sequence Four (First Culmination/ Midpoint)*: Di bagian ini, karakter yang menghadapi konflik mulai mencari cara untuk keluar dari konflik tersebut.
 - c. *Sequence Five (Subplot and Rising Action)*: Pada bagian ini, biasa penulis kesulitan mencari ide untuk mengembangkan cerita. Untuk mengisi *sequence* ini, biasa konflik dibuat lebih buruk lagi dari *sequence* sebelumnya sehingga *tense* lebih meningkat di bagian ini.
 - d. *Sequence Six (Main Culmination)*: Pada bagian ini, biasa sang karakter dibuat melewati berbagai cobaan yang sangat berat sehingga pada *act* tiga, perjuangan karakter akan benar-benar terasa.
3. *Act 3*:
- a. *Sequence Seven (New Tension and Twist)*: *Tension* yang dimaksud disini adalah saat dimana karakter menyadari tujuan baru yang dapat mereka capai setelah menyelesaikan konflik dan mendapat tujuan utama mereka, bisa berupa pesan cerita dari seluruh perjuangan karakter. Hal ini berfungsi untuk mengantar penonton kepada akhir cerita.
 - b. *Sequence Eight (Resolution)*: Bagian ini adalah jawaban dari *midpoint*, apakah karakter berhasil menyelesaikan konflik atau tidak.

Metode *eight sequences* ini mempunyai kelebihan dalam penulisan *non-linear structure*. Maka, Welsh menyarankan untuk beralih dari satu *sequence* ke *sequence* selanjutnya jika mempunyai masalah dalam penulisan di *sequence* tersebut.

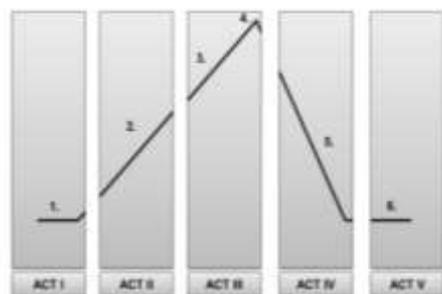
2.4.2. Struktur Pembentuk Narasi

Hurme (2016) menuliskan bahwa sebuah narasi mempunyai struktur pembentuk cerita yang berbeda-beda tergantung dari jenis narasi tersebut. Contohnya, sebuah novel biasanya mempunyai struktur *three parts* atau *five parts* (hlm. 13).



Gambar 2.6 *Three Parts Diagram*

(Hurme, 2016, hlm. 13)



Gambar 2.7 *Five Parts Diagram*

(Hurme, 2016, hlm. 15)

Selain *three parts* dan *five parts*, ada struktur lain yang disebut *Hero's Journey*. Pada struktur *Hero's Journey*, terdapat 12 langkah dalam membentuk cerita. Smed (sesuai yang dikutip oleh Hurme, 2016) berkata walaupun secara umum struktur *Hero's Journey* ada 12 langkah, namun jika dituliskan lebih detail lagi, akan dapat terbentuk 17 langkah (hlm. 15).



Gambar 2.9 *Corporate video* “Filosofi Kopi the Series: Ben & Jodi”

(‘Filosofi Kopi the Series: Ben & Jodi’, 2017, Youtube Visinema Pictures)

2. *The Romance*: cerita yang mempunyai minimal dua tokoh dimana mereka akan mempunyai perasaan kepada tokoh lain dan biasanya rintangan yang dihadapinya adalah yang menghalang perasaan kedua tokoh (hlm. 66). Salah satu contoh *corporate video* yang menggunakan struktur *the romance* adalah *corporate video* dari Tokopedia yang berjudul “Cita dan Cinta dimulai dari Tokopedia” (2017). *Corporate video* ini mengisahkan sepasang kekasih yang menghadapi pilihan antara mengejar cita-cita atau mengejar cinta mereka.



Gambar 2.10 Corporate video “Cita dan Cinta dimulai dari Tokopedia”

(‘Cita dan Cinta dimulai dari Tokopedia’, 2017, Youtube Tokopedia)

3. *Interactive*: salah satu struktur yang paling unik karena mempunyai plot yang tidak seperti struktur lain. Struktur interaktif mempunyai beberapa plot berbeda. Struktur ini sangat berhubungan erat dengan teknologi untuk mendukung penerapannya (hlm. 82). Cara terbaik untuk dapat menyusun sebuah cerita dengan struktur interaktif adalah dengan melihat struktur sebuah *game*. Struktur cerita ini nantinya akan diarahkan oleh penonton (hlm. 84). Struktur interaktif mempunyai unsur elemen tradisional dan elemen tambahan:

a. Elemen tradisional:

Elemen yang ada pada hampir semua struktur cerita, seperti *setup*, *mood*, *hook*, *inciting incident*, *goal*, *villain*, *main character*, *problem intensifies*, *temporary triumph*, *reversal*, *dark moment*, *final obstacle*, *climax*, dan *resolution* (hlm. 84-85).

b. Elemen baru:

Elemen tambahan yang menjadi pelengkap bagi struktur interaktif. Ada beberapa elemen baru yaitu (hlm. 85):

- i. *Sequential with cul-de-sacs*: awal dari cabang dalam cerita menjadi akhir dari cerita itu sendiri.
- ii. *Branching*: pembagian cerita kepada dua plot cerita yang berbeda dengan memberikan cabang.
- iii. *Conditional branching with barriers*: penonton diberikan sebuah masalah yang harus dipecahkan untuk dapat berpindah pada cabang selanjutnya.
- iv. *Conditional branching with forced path*: yaitu pengarahan penonton kepada hasil yang sama dari beberapa pilihan yang telah disediakan.
- v. *Conditional branching with optional scenes*: Cabang yang mengarahkan penonton untuk kembali ke suatu *scene* untuk mendapat informasi lebih detail.
- vi. *Exploratorium*: penonton dapat berpindah dari cerita utama ke cerita tambahan lain.

Salah satu contoh *interactive movie* adalah “Bertemu Calon Mertua” yang mengisahkan tentang rencana Bena bertemu calon mertuanya.



Gambar 2.11 *Interactive video* “Bertemu Calon Mertua”
 (‘Bertemu Calon Mertua’, 2016, Youtube Benazio Putra)

2.5. *Multiple plot structure*

Menurut Parshall (2012), film *multiple plot* mempunyai dua atau lebih cerita di dalamnya. Masing-masing cerita di kemas dengan beberapa *pattern* dan metode yang mempunyai keunikan tersendiri untuk menggambarkan beberapa dunia dengan sudut pandang yang berbeda. Film dengan *multiple plot* bertujuan untuk menggambarkan beberapa karakter dalam cerita yang mengajak penonton untuk melihat kemiripan dan hubungan dari karakter tersebut (hlm. 6). Diffrient (2014) mengatakan bahwa film yang mempunyai dua atau lebih sutradara dan beberapa cerita tunggal yang digabungkan disebut dengan *omnibus film*. Sedangkan Iurgel, Zagalo, & Petta (2009) menyebutkan bahwa sebuah film yang mempunyai narasi dimana narasi tersebut akan mempunyai beberapa seri yang saling berhubungan disebut juga dengan film *multi-plot*. McKee (seperti yang dikutip oleh Iurgel, Zagalo, & Petta) berkata bahwa sebuah film dengan *multiple plot* tidak fokus mengembangkan satu cerita utama, melainkan merangkai cerita utama untuk dapat

dipecah menjadi *subplot*. Sebuah film dengan *multiple plot* dapat memberikan penonton sebuah kekuatan untuk mengatur dan menyusun cerita sesuai dengan keinginan mereka sehingga ada interaktifitas dari penonton terhadap film (hlm. 328).

Menurut Crawford (2013) *branching tree* adalah cara terbaik untuk membuat sebuah *multiple plot* untuk cerita interaktif. Ia juga menambahkan bahwa untuk membuat cerita interaktif membutuhkan banyak plot untuk menjadikannya bentuk interaktif yang baik (hlm. 34). Schmidt (2005) juga menyarankan untuk memulai penulisan bentuk interaktif dengan *Branching*. Cabang ini akan terus mempunyai cabang lain (hlm. 84).



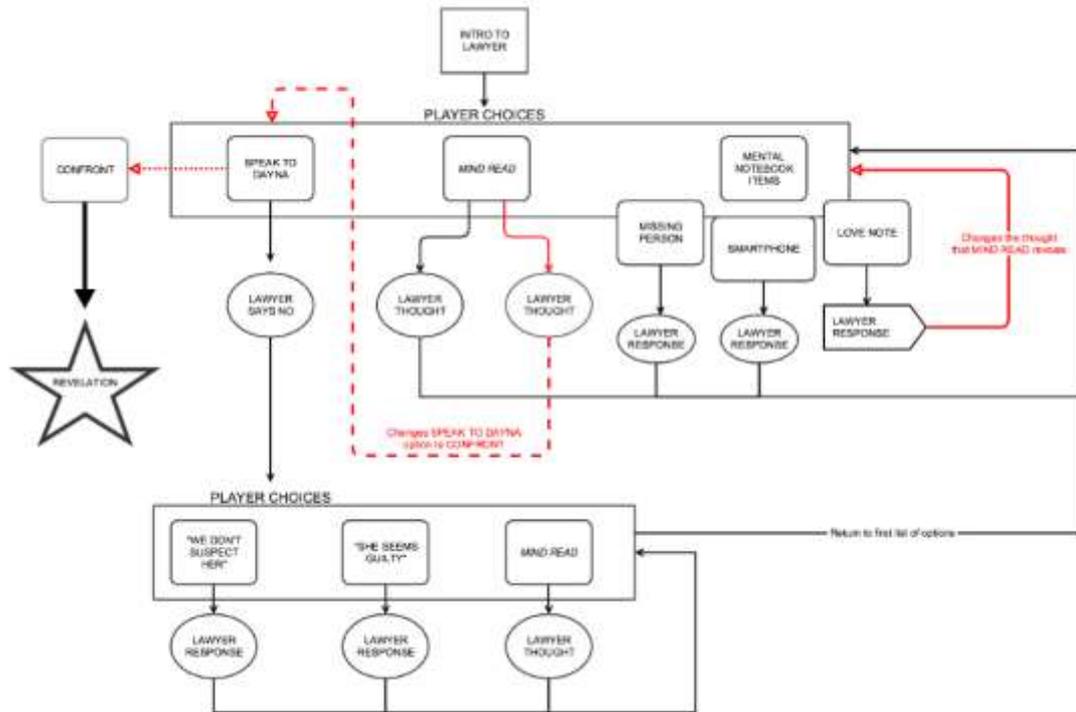
Gambar 2.12 *Branching Narrative*
(Schmidt, 2005)

Carlton (2010) menyebutkan bahwa setiap akhir dari sebuah *branching narrative* mempunyai cerita yang unik. Beliau menambahkan bahwa biasanya, akhir dari cerita akan mempunyai dua jenis, kesuksesan dan kegagalan. Agar dapat membuat setiap pilihan dianggap logis, cerita haruslah digabungkan dengan fakta-

fakta di dunia agar penonton juga dapat menerima setiap pilihan yang diberikan. Verdugo, Nussbaum, dan Corro (seperti yang di kutip oleh Tanak, 2015) mengatakan bahwa bentuk *branch* dapat beragam tergantung dari plot yang dibuat. Semakin banyak pilihan yang dalam sebuah diagram cabang, semakin banyak pula *alternative* cerita yang harus dibuat oleh sang penulis naskah.

Tanak menjelaskan, dalam memulai penulisan cerita berbentuk *interactive*, *script writer* harus menyusun secara rinci jalan cerita. Bagian mana yang harus diberikan pilihan atau bagian mana yang harus menjadi akhir dari cabang cerita. Penempatan cabang cerita menjadi salah satu hal penting untuk diperhatikan, karena jika penempatan tidak tepat, maka bisa saja cerita tidak menarik dan penonton menjadi kehilangan minat untuk melanjutkan cerita. Beliau juga menambahkan, banyaknya cabang menentukan lamanya *shooting*. Terlalu banyak cabang cerita yang tidak terlalu mempengaruhi inti cerita akan memperbanyak waktu *shooting*. Namun, jika cabang terlalu dikit akan mengurangi arti penting dari *interactive movie* tersebut.

Penulisan *multiple plot script* untuk *interactive movie* bisa berbentuk rute maupun narasi. Contoh *multiple plot script* berbentuk rute (Smith, 2017).



Gambar 2.13 *Interactive script route*

(Smith, n. d.)

Contoh *multiple plot script* berbentuk narasi dari sebuah *scene game* bernama *Tree of Life* yang dirilis tahun 2015 yang dirilis oleh OddOneGames (sesuai dengan yang diunggah oleh Kennerly, 2015). *Script* ini mempunyai format yang sama dengan *script film single plot*. Perbedaannya adalah pada *script multiple plot*, terdapat pilihan *scene* dalam *script*.

```

Excerpted from "TREE OF LIFE" (C) David Kennerly      2
kennerly@finegamedesign.com

[SELECT SCENE]

Mair dies.
Any player dies.
The first corrupted vine dies.
Any corrupted vine dies.
All corrupted vines die.
Repeat scene "Rescue Mair".

MAIR DIES

Mair gasps. The corrupted vine, having drained her life, lets
her go. Her blackened body falls limp to the ground.

GAME OVER.

ANY PLAYER DIES

[Player] gasps. The corrupted vine, having drained her life,
lets her go. Her blackened body falls limp to the ground.

GAME OVER.

THE FIRST CORRUPTED VINE DIES

BLACK SMOKE begins to rise from the corpse. The smoke touches
and withers adjacent shrubs and grass.

[Player] looks at her weapon.

A wisp of black smoke rises from the weapon.

ANY CORRUPTED VINE DIES (INTERACTIVE)

A small cloud of black smoke rises from the vine's corpse.
After a few seconds, the cloud fades away.

If a player touches the black cloud, she gains a DEMON BLOOD
item. Using this item causes black smoke to rise from her
weapon. On the player's next hit, the black cloud envelopes the
opponent, which drains life, and then fades away.

[Repeat scene "Rescue Mair".]

ALL CORRUPTED VINES DIE

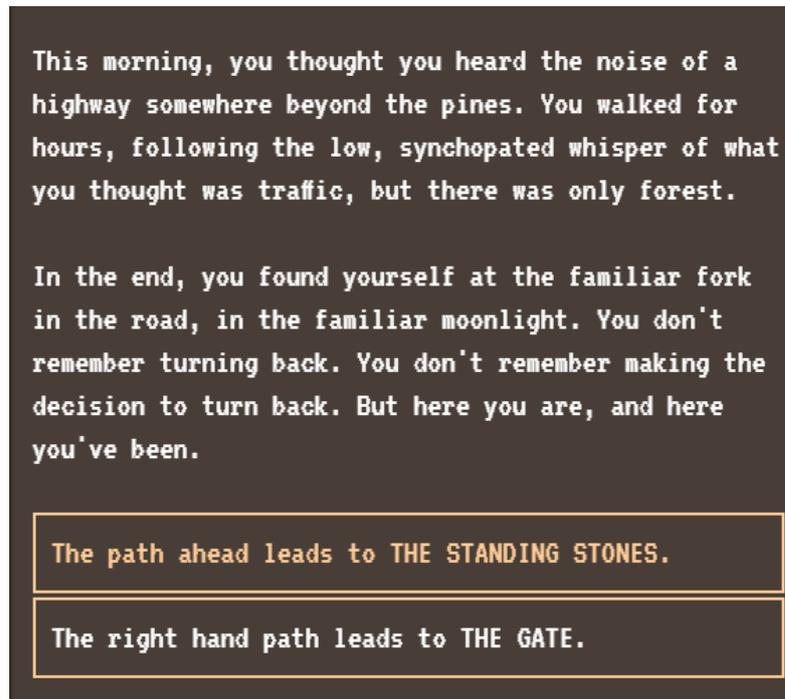
[Player] hacks the final vine that binds Mair. Black ooze
spills from the stump. Mair stabs the stump with her spear.

```

Gambar 2.14 *Interactive script game Tree of Life*

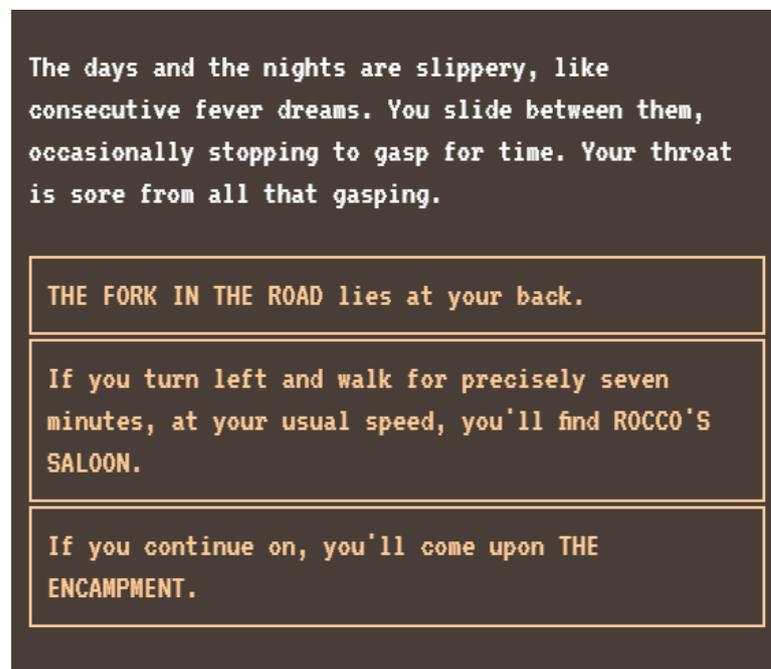
(Kennerly, 2015)

Selain itu, ada juga contoh narasi dengan bentuk interaktif yang dibuat oleh Samoylov (2014). Beliau menulis narasi yang berjudul “Composition in a Minor Key” di mana penonton dapat berpindah ke cerita selanjutnya setelah memilih salah satu dari dua pilihan yang disediakan.



Gambar 2.15 Narasi interaktif “Composition in a Minor Key”

(Samoylov, 2014)



Gambar 2.16 Narasi interaktif “Composition in a Minor Key”

(Samoylov, 2014)