

**Penggunaan *Restricted Narration*
Pada Penciptaan Iklan Layanan Masyarakat
“Remaja Anti Narkoba”**

KARYA SENI
untuk memenuhi sebagai persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1
Program Studi Televisi



Disusun Oleh
I Wayan Nain Febri
NIM : 0610246032

JURUSAN TELEVISI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2013

**Penggunaan *Restricted Narration*
Pada Penciptaan Iklan Layanan Masyarakat
"Remaja Anti Narkoba"**

KARYA SENI
untuk memenuhi sebagai persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1
Program Studi Televisi



Disusun Oleh
I Wayan Nain Febri
NIM : 0610246032

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA		
INV	A.345/H/S/ 2014	
KLAS		
TERIMA	24 Jan 2014	TTD #



**JURUSAN TELEVISI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2013**

**Penggunaan *Restricted Narration*
Pada Penciptaan Iklan Layanan Masyarakat
“Remaja Anti Narkoba”**

KARYA SENI
untuk memenuhi sebagai persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1
Program Studi Televisi



Disusun Oleh
I Wayan Nain Febri
NIM : 0610246032

JURUSAN TELEVISI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2013

PENGESAHAN

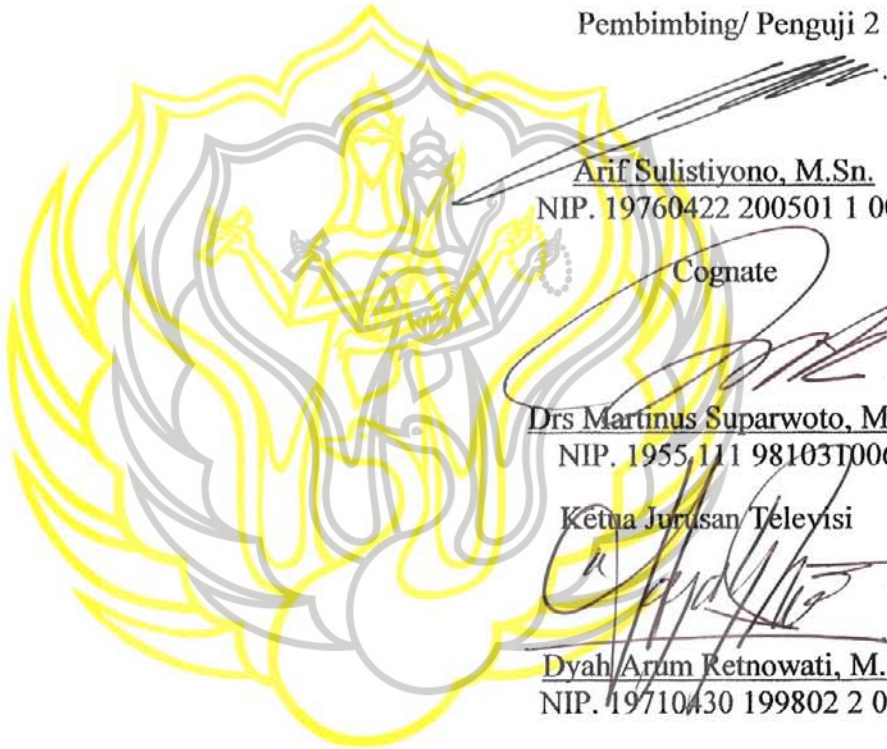
Tugas Akhir Seni ini telah diajukan dalam ujian tugas akhir Jurusan Televisi Fakultas Seni Media Rekam Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang diselenggarakan pada tanggal 1 Juli 2013 dan telah diperiksa, diuji, disahkan oleh Tim penguji Jurusan Televisi Program Studi (S-1) Televisi.

Pembimbing/ Penguji 1



Endang Mulyaningsih, S.IP, M.Hum
NIP. 19690209 199802 2 001

Pembimbing/ Penguji 2



Arif Sulistiyono, M.Sn.
NIP. 19760422 200501 1 002

Cognate

Drs Martinus Suparwoto, M.Sn
NIP. 1955.111 981031006

Ketua Jurusan Televisi

Dyah Arum Retnowati, M.Sn.
NIP. 19710430 199802 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Media Rekam
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Drs. Alexandri Luthfi R, M.S
NIP. 19580912 198601 1 001



Form I : Pengesahan proposal

SURAT PENGESAHAN

Usulan Proposal Tugas Akhir
Mahasiswa FSMR
Prodi : Televisi

Judul Proposal : Penggunaan Restricted Narration pada ^{Penciptaan} ~~perancangan~~
lulan layanan Masyarakat "Remaja Anti Narkoba"

Diajukan oleh :

Nama : Wayan Nain Febri

NIM : 0610246032

Telah disetujui pada tanggal : _____

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Endang Mulyaningih, S.P., M.Hum
NIP : 19690209 199802 2 001

Arif Sulistiyono, M.Sn
NIP : 19760422 2005 011002

Mengetahui :

Ketua Jurusan Televisi

Dyah Arum Retnowati, M.Sn
NIP : 19710430 199802 2 001

PERSEMBAHAN

Sesuai dengan yang dicita-citakan setiap orang tua “seorang anak harus berpendidikan melebihi orang tuanya”, penulis ingin mempersembahkan karya ini kepada bapak dan ibu sebagai wujud bakti awal untuk nantinya melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi.



KATA PENGANTAR

Om swastiastu, puji dan syukur penulis ucapkan kepada Ida Shang Hyang Widhi Wasa yang telah melimpahkan segala perlindungan dan ketentraman di muka bumi ini, sehingga kita masih sehat dan tetap ceria dan selalu bersemangat untuk melakukan kewajiban kita masing- masing. Tidak lupa Penulis ucapkan Terimakasih kepada Ayah tercinta Dr. I Ketut Sunarya, M.Sn beserta ibu tercinta Dra Suhartati, yang senantiasa merawat dan memberi semangat untuk selalu bersemangat dalam menjalani kehidupan dan selalu bersyukur kepada sang Pencipta agar senantiasa dibantu dalam segala kewajiban dunia dan akhirat kelak.

Penyusunan karya ini tidak dapat dilaksanakan dengan baik tanpa bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Seni Media Rekam Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Bapak Drs. Alexandri Luthfi R., M.S.
2. Ketua Jurusan Televisi Ibu Dyah Arum Retnowati, M.Sn.
3. Ibu Endang Mulyaningsih, S.IP,M.Hum dan Mas Arif Sulistiyono, M,Sn yang senantiasa membimbing dalam proses penciptaan karya tugas akhir,
4. Bapak Martinus Suparwoto, M.Sn atas ujian yang lancar dan sarannya;
5. Dosen Wali Siswa Mbak Retno Mustikawati, S.Sn., M.F.A yang selalu bersabar
6. Bapak Produser I Ketut Sunarya dan Ibu Suhartati tercinta
7. Mas dan mbak Karyawan Fakultas Seni Media Rekam atas bantuan dan fasilitasnya selama ini
8. Kawan- kawan Titik *Tengah community* atas bantuan dan sarannya selama ini, “tanpa pemikiran Titik Tengah, karya ini tidak menarik”
9. Kawan- kawan Fotografi “Tirta Mili *Art Photograph*” dan dari berbagai golongan dan berbagai tempat
10. Pacar terkasih Ika Kartika Kusuma wardani, S.E, yang senantiasa bersabar dalam mendampingi kehidupan yang sulit ini;

11. Kawan- kawan alumni SMA N 1 Mlati Sleman
12. Guru dan Kawan- kawan SMK N 2 Sewon
13. Semua organisme yang hidup di dunia ini.

Yogyakarta, 7 Juli 2013

Penulis,

I Wayan Nain Febri



**Penggunaan *Restricted Narration* Pada Penciptaan
Iklan Layanan Masyarakat “Remaja Anti Narkoba”**

Oleh:

I Wayan Nain Febri

Nim. 0610246032

ABSTRAK

Iklan layanan masyarakat ini, merupakan sebuah hasil karya seni audio visual tugas akhir di Institut Seni Indonesia Yogyakarta Jurusan Televisi, dengan judul “Penggunaan *Restricted Narration* (Penceritaan terbatas) Pada Penciptaan Iklan Layanan Masyarakat Remaja Anti Narkoba”. Karya iklan ini menggunakan metode *restricted narration* (Penceritaan terbatas) dalam penyampaian ceritanya, sehingga selalu ada informasi penting yang dirahasiakan dari penonton dan akan ditampilkan pada saat yang tepat.

Penerapan *restricted narration* pada iklan ini adalah melalui penceritaan tokoh utama yang selalu menggambarkan sebuah kehidupan seorang pelajar yang terlihat baik-baik saja dengan keluarga yang harmonis, namun pada kenyataannya pelajar tersebut adalah seorang pengguna narkoba yang dihantui hukum dan akan menjemput kematian.

Kata kunci : Iklan layanan masyarakat, narkoba, *Restricted Narration*

DAFTAR ISI

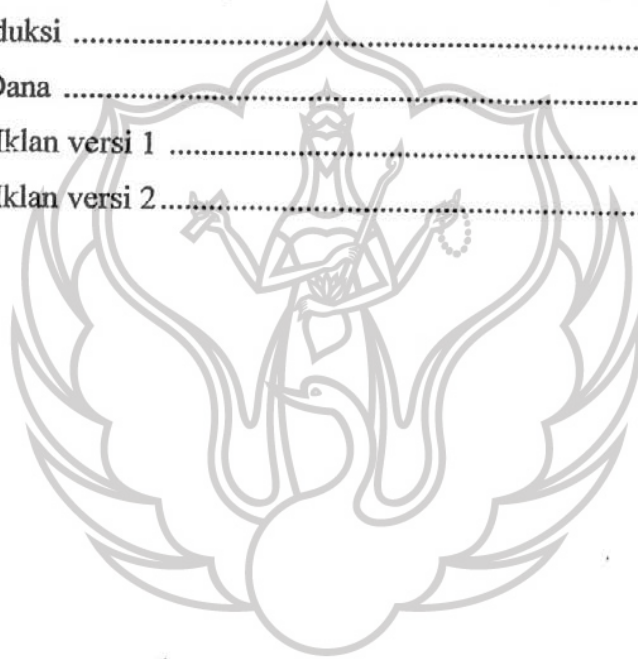
	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Ide Penciptaan.....	6
C. Tujuan penciptaan dan Manfaat Penciptaan.....	7
D. Tinjauan Karya.....	8
 BAB II OBJEK PENCIPTAAN DAN ANALISIS OBJEK	 12
A. Objek Penciptaan.....	12
B. Analisis Objek.....	16
 BAB III LANDASAN TEORI	 18
A. Komunikasi.....	18
B. Iklan Televisi.....	20
C. Iklan Layanan Masyarakat.....	24
D. Strategi Perancangan Iklan.....	25
E. <i>Restricted Narration</i>	27
F. Penyutradaraan Iklan.....	28
 BAB IV KONSEP KARYA	

A. Konsep Estetik	31
B. Desain Program.....	34
C. Desain Produksi	35
D. Konsep Teknis.....	57
BAB V TAHAP BERWUJUDAN DAN PEMBAHASAN KARYA	
A. Tahap Perwujudan Karya.....	60
B. Tahap Pembahasan Karya.....	78
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	115
A. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1. Naskah Iklan versi pertama “Impian Palsu”	35
Tabel 2. Iklan Versi kedua “Kehidupan Palsu”	38
Tabel 3. <i>Storyboard</i> Versi 1 “Impian palsu”	42
Tabel 4. <i>Storyboard</i> Versi 2 “Kehidupan Palsu”	51
Tabel 5. Jadwal Produksi	66
Tabel 6. Anggaran Dana	66
Tabel 7. <i>Floor plan</i> Iklan versi 1	69
Tabel 8. <i>Floor plan</i> Iklan versi 2	73



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Foto- foto Produksi
- Lampiran 2. Poster Karya
- Lampiran 3. Poster Publikasi
- Lampiran 4. Undangan Pemutaran Karya
- Lampiran 5. Katalog Karya muka 1
- Lampiran 6. Katalog Karya muka 2
- Lampiran 7. Foto-foto Pemutaran Karya
- Lampiran 8. Surat Keterangan Publikasi Karya





BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang di Asia yang turut serta menjadi negara yang berusaha memberantas peredaran narkoba jaringan nasional maupun Internasional, akan tetapi Indonesia masih sering *kecolongan* dengan kelihaihan para penyelundup yang memasarkan narkoba di Indonesia. Berbagai jenis narkoba selundupan maupun yang diproduksi di Indonesia dengan mudah diperjual belikan secara bebas di pasar gelap. Hasil temuan Tim Kelompok Kerja Pemberantasan Penyalahgunaan Narkoba Departemen Pendidikan Nasional tahun 2011 menyatakan sebanyak 70 % pengguna narkoba di Indonesia adalah anak usia sekolah, angka itu menunjukkan presentase pengguna narkoba di kalangan usia sekolah mencapai 5 % dari seluruh pelajar di Indonesia. Berdasarkan tingkat pendidikan, kelompok yang paling banyak mengkonsumsi narkoba adalah kalangan mahasiswa (9,9 %), SMA (4,8 %), dan SMP (14 %).¹

Melihat kenyataan yang terjadi di atas dan dampak negatif yang besar di masa yang akan datang, maka semua elemen bangsa, seperti pemerintah, aparat penegak hukum, institusi pendidikan, masyarakat, dan lain sebagainya untuk mulai melakukan gerakan perang narkoba secara serius dan terus menerus, baik dengan pendekatan preventif maupun represif, sehingga upaya pencegahan dan penanggulangan narkoba dapat berjalan dengan efektif. Ketegasan pemerintah dalam memerangi narkoba terlihat dengan dibentuknya Badan Narkotika Nasional yang pada awalnya adalah mengkoordinasi, namun sesuai Keputusan Presiden Nomor 17 Tahun 2002, sekarang berwenang langsung menangani pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan serta pengedaran gelap narkoba, dan lembaga yang ada seperti POLRI diberdayakan dengan menambah struktur organisasi dan satuan tugas khusus.² Badan Narkotika Nasional yang dibentuk, juga melakukan pengelompokan jenis narkoba dan menyatakan Undang- undang dengan tegas dan jelas mengenai hukuman bagi para pelanggaran narkoba.

¹ <http://kompas.com/2011/faktor-peredaran-narkoba.html>

² M. Abdul Kholiq AF. Makalah *Penegakan Hukum terhadap Kejahatan Narkoba*. Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.2011

Narkoba dibagi menjadi tiga jenis yaitu narkotika, psicotropika, dan zat adiktif. Definisi narkotika menurut UU RI No.22 tahun 1997 adalah zat atau obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman baik sintesis maupun semisintesis yang dapat menyebabkan penurunan atau perubahan kesadaran, hilangnya rasa, mengurangi sampai menghilangkan rasa nyeri, dan dapat menimbulkan ketergantungan, yang tergolong narkotika antara lain opioid heroin morfin demerol metadon kokain/ganja. Sedangkan psicotropika dalam UU RI No.5 tahun 1997 adalah zat atau obat, baik alamiah maupun sintesis bukan narkotika, yang berkhasiat psikoaktif melalui pengaruh selektif pada susunan saraf pusat yang menyebabkan perubahan khas pada aktivitas mental dan perilaku, yang tergolong psicotropika antara lain ekstasi dan shabu- shabu. Zat adiktif lain yaitu bahan/zat yang berpengaruh psikoaktif, meliputi minuman beralkohol, inhalansia (gas yang dihirup) dan *solven* (zat pelarut yang mudah menguap berupa senyawa organik (*benzyl alcohol*), tembakau dosis letal (dosis yang menyebabkan kematian jika mengkonsumsi 60 mg nikotin sekali pakai), kafein yang dapat menimbulkan ketergantungan jika dikonsumsi melebihi 100 mg/hari atau lebih dari dua cangkir kopi sehingga lebih banyak menimbulkan ketergantungan psikologis.³

Menurut Petugas Humas Badan Narkotika Nasional (BNN) Pusat Jakarta, pelajar sangat rawan menjadi korban narkoba karena adanya beberapa faktor, antara lain pergaulan antara sesama pelajar, karena banyak dari mereka yang hanya sekedar ikut-ikutan agar percaya diri dan untuk melupakan masalah yang terjadi, bermula dari sebuah keisengan atau sekedar gaya-gayaan membuat mereka ketagihan karena adanya zat adiktif yang terdapat dalam setiap narkoba berbagai jenis. Bersumber dari beberapa penangkapan yang dilakukan pihak BNN beserta Polri, dapat disimpulkan jenis narkoba ganja dan pil ekstasi merupakan narkoba yang sering beredar di kalangan pelajar, karena selain harganya yang relatif murah, barang tersebut mudah didapatkan di tempat-tempat hiburan malam kota besar di Indonesia.⁴

Narkoba jenis pertama yang sering disalahgunakan remaja adalah tanaman ganja. Di Indonesia penggunaan ganja dan zat yang terkandung di dalamnya sudah di

³ <http://www.tempo.co.id/hg/peraturan/2004/04/13/prn,20040413-05,id.html> (diakses tgl 24/09/11 jam 23:04)

⁴ <http://internasional.kompas.com/read/2011/11/01/2004414/Kalangan.Pelajar.Empat.Besar.Pemakai.Narkoba> (diakses tgl 20/09/11 jam 21:09)

mulai sejak dibangunnya Pusat Farmasi yang mempelajari ganja dengan tujuan ilmu pengetahuan, medis, pengobatan, dan digunakan dalam rangka rehabilitasi para pengguna narkoba dalam pusat panti rehabilitasi binaan BNN. Dalam perkembangannya ganja yang dikenal sebagai tanaman surga, dengan efek-efeknya sebagai obat penenang disalahgunakan oleh berbagai pihak yang tidak bertanggung jawab sehingga menjadikan ganja sebagai tanaman candu. Dalam pasar gelap ganja memiliki banyak istilah terkenal antara lain gelek, daun, cimeng, pocong, *budha stick*, hashish.

Golongan narkoba kedua yang sering disalahgunakan remaja adalah pil ekstasi. Ekstasi adalah salah satu obat bius yang dibuat secara ilegal di sebuah laboratorium dalam bentuk tablet atau kapsul. Ekstasi dapat membuat tubuh si pemakai memiliki tenaga yang melebihi kemampuan tubuh itu sendiri, dan berakibat dehidrasi yang sangat tinggi.⁵ Dampak yang terjadi dari seringnya seseorang mengkonsumsi pil ekstasi ada bermacam-macam antara lain menimbulkan efek fisik dan psikis pengguna. Pengguna sedang merasakan rileks, bahagia, berkeringat, bibir kering, detak jantung meningkat, enerjik, dan lain-lain. Namun efek setelah tidak menggunakan, antara lain dehidrasi resah, berkeringat, detak jantung lambat, sistem respon berkurang, mengantuk, dan bahkan efek jangka panjang dengan penumpukan zat ekstasi dalam tubuh akan berakibat hilangnya ingatan karena overdosis bahkan kematian.⁶

Pemerintah dengan BNN berusaha memberantas peredaran narkoba di kalangan remaja dengan berbagai cara, antara lain penyuluhan yang dilakukan di sekolah-sekolah baik tingkat SMP dan SMA, selalu mengadakan pemeriksaan pada setiap pengunjung diskotik, dengan diadakannya cek darah di kecamatan maupun kabupaten. Badan Narkotika Nasional (BNN) dengan tugas mencegah dan memberantas peredaran dan penyalahgunaan narkoba, serta visinya "Mewujudkan Indonesia Bebas Narkoba 2015". Salah satu langkah yang dilakukan BNN dalam memanfaatkan media massa dalam mengajak dan berkampanye anti narkoba adalah dengan diproduksinya Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang di sponsori oleh BNN.

⁵ <http://methadone-indonesia.blogspot.com/2008/05/pengertian-tentang-narkoba.html> (diakses tgl 20/09/11 jam 21:09)

⁶ <http://chatemz.stormpages.com/obatz/mdma/ekstasi%20depan.htm> (diakses tgl 20/09/11 jam 21:09)

“Iklan Layanan Masyarakat (ILM) adalah jenis periklanan yang dilakukan oleh pemerintah, atau suatu organisasi komersial atau pun non-komersial untuk mencapai tujuan sosial atau sosio-ekonomis terutama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.”⁷

Iklan layanan masyarakat termasuk dalam program *spot* atau program yang ditayangkan dengan durasi waktu yang singkat, namun ditayangkan secara berulang-ulang dengan jam tayang yang berbeda. Dalam konteks ini, media televisi di Indonesia menjadi sebuah media massa yang efektif untuk mengajak seluruh lapisan masyarakat termasuk remaja untuk memerangi narkoba. Media yang berkembang pesat (pesawat televisi) pada dasarnya bukanlah hal mewah bagi masyarakat Indonesia di kalangan manapun, selain harga yang relatif murah juga manfaat yang bisa cukup besar. Siaran televisi memberikan pengaruh melalui gambar dan secara audio dengan cerita yang menarik, untuk itu penyampaian iklan layanan masyarakat dalam tema remaja anti narkoba melalui media televisi dapat dirasa bermanfaat secara efektif di kalangan masyarakat. Seperti diketahui bahwa iklan layanan masyarakat anti narkoba buatan BNN atau pun lembaga yang lain telah banyak beredar secara luas sejak meluasnya kasus narkoba di Indonesia pada tahun 2003, namun sayang beberapa iklan dinilai kurang efektif dalam meraih dan merebut perhatian para penonton remaja Indonesia, karena kebanyakan iklan yang diproduksi oleh BNN selalu menggunakan narrator dalam penyampaian informasi ceritanya, karena itu dibuatlah karya ILM yang berbeda dari karya ILM narkoba yang telah ada.

“Iklan yang menarik akan selalu bisa diingat para penonton harus mengandung nilai SUPER ‘A’, antara lain *simple* atau sesuatu yang sederhana dan sesuatu yang dapat dipahami dalam sekali lihat, *unexpected* atau orisinalitas sebuah ide, *persuasive* atau daya bujuk untuk mempengaruhi orang, *entertaining* atau sesuatu yang menghibur namun tidak selalu lucu tapi bisa mempermainkan perasaan para penontonya, *relevant* atau selalu ada hubungannya dengan tujuan utama beriklan, dan yang terakhir adalah atau reaksi masyarakat terhadap iklan”⁸

Berdasarkan pendapat di atas, maka ILM Remaja Anti Narkoba yang akan dibuat ini mengandung beberapa nilai, yaitu nilai *unexpected*, *persuasive*, *entertaining*, *relevant* dan *acceptable*.

⁷ “Irama Visual dari toekang Reklame Sampai Komunikator Visual”. Yogyakarta. 2007. Hal 6

⁸ Budiman Hakim. “Lanturan tapi Relevan”. Yogyakarta 2006. Hal 59

Iklan layanan masyarakat yang akan diciptakan dalam karya ini adalah ILM yang menggunakan unsur naratif didalamnya, dibuat dengan bersumber dari beberapa fakta kasus narkoba yang ada di Indonesia terutama dengan kasus yang pelakunya adalah seorang remaja di usia produktif. Naratif adalah suatu rangkaian peristiwa yang berhubungan satu sama lain dan terikat oleh logika sebab-akibat (kausalitas) yang terjadi dalam suatu ruang dan waktu. Sebuah kejadian tidak bisa terjadi begitu saja tanpa ada alasan yang jelas. Segala hal yang terjadi pasti disebabkan oleh sesuatu dan terikat satu sama lain oleh hukum kausalitas. Dalam sebuah film cerita sebuah kejadian pasti disebabkan oleh kejadian sebelumnya.⁹ Dalam unsur naratif, terdapat dua buah batasan metode penyampaian informasi cerita, yaitu penceritaan terbatas (*restricted narration*) dan penceritaan tak terbatas (*omniscient narration*). Pemilihan antara batasan informasi cerita akan menimbulkan konsekuensi yang berbeda terhadap respon penonton dalam mengikuti jalan cerita. Penceritaan tak terbatas (*omniscient narration*) atau narasi tidak terbatas, merupakan penceritaan yang tak terbatas pada satu karakter melainkan lebih dari satu karakter, metode ini akan memunculkan efek ketegangan. Pada metode ini penonton akan diberikan informasi yang lebih dari karakter dalam cerita sehingga lebih mengetahui apa yang terjadi daripada karakter tersebut, metode ini tidak cocok diterapkan dalam iklan ini karena tujuan iklan ini adalah ingin mengejutkan penonton remaja mengenai dampak penggunaan narkoba bagi masa depan. Penceritaan terbatas (*restricted narration*) atau narasi terbatas merupakan penceritaan yang dibatasi oleh satu karakter saja, metode ini akan memunculkan efek kejutan, metode ini memberikan batasan pada penonton yang hanya mengetahui apa yang dialami oleh satu karakter dalam cerita sehingga efek kejutan menjadi dominan pada cerita tersebut. Metode ini dirasa lebih cocok digunakan dalam iklan ini karena kekuatannya adalah kejutan.

Efek kejutan yang ada pada *restricted narration* dapat menghasilkan nilai *entertaining* dan *Unexpected*. Nilai *Entertaining* seperti kita ketahui di atas, tidak hanya berarti hiburan atau sesuatu yang menghibur tapi dalam skala yang lebih luas, *entertaining* berarti mampu mempermainkan perasaan ataupun emosi para penontonya. Nilai *Unexpected* merupakan sesuatu hal tidak terduga yang diterapkan kedalam sebuah iklan layanan masyarakat, seperti kita ketahui iklan layanan

⁹ Himawan Pratista. Memahami Film. Yogyakarta : 2008. Hal 23

masyarakat anti narkoba yang telah banyak beredar selalu memaparkan semua informasi cerita tanpa ada sebuah informasi yang disembunyikan, jadi penggunaan *restricted narration* pada iklan ini merupakan sebuah penerapan hal yang baru.

B. Ide Penciptaan

Merebaknya kasus narkoba yang melibatkan remaja di usia produktif yang mulai muncul pada tahun 2003 sampai dengan sekarang ini, membuat setiap warga negara wajib berperan serta dalam upaya membebaskan calon generasi penerus bangsa dari jeratan bahaya narkoba. Penyalahgunaan ganja dan pil ekstasi sebagai kebutuhan candu bagi remaja di Indonesia merupakan sesuatu yang perlu segera diberantas dan mengembalikan asumsi remaja ke sesuatu yang realis dan masuk akal dengan tidak menggunakan narkoba sebagai obat penambah percaya diri, obat kuat dah bahkan obat penangkal masalah yang terjadi.

Pemilihan iklan sebagai karya Tugas Akhir ini, karena iklan adalah salah satu bentuk komunikasi persuasif yang bermaksud mempengaruhi khalayak untuk mengikuti atau menjauhi sebuah hal sesuai dengan isi iklan itu sendiri. Keberadaan iklan bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi sikap khalayak. Dari keterangan di atas perlu dibuat iklan layanan masyarakat yang berbeda dari iklan produksi BNN, sehingga mampu menarik perhatian para remaja, maka dibuatlah iklan dengan menggunakan gaya *restricted narration* (penceritaan terbatas) karena memiliki ciri-ciri menyembunyikan informasi penting kepada penonton, jadi tokoh utama dan penonton tidak mengetahui secara pasti kejadian yang akan terjadi selanjutnya. Informasi penting tersebut akan dikeluarkan di saat yang tepat dan sesuai, hal ini tentu saja akan menimbulkan efek kejutan bagi tokoh utama dan penonton. Dalam cerita di Iklan ini, akan menunjukkan keterkejutan seorang karakter tokoh utama mengenai sebuah hal yang sedang menyimpannya, namun tanpa ia sadari dan semuanya akan diungkapkan di akhir setiap cerita.

C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan

Tujuan Penciptaan

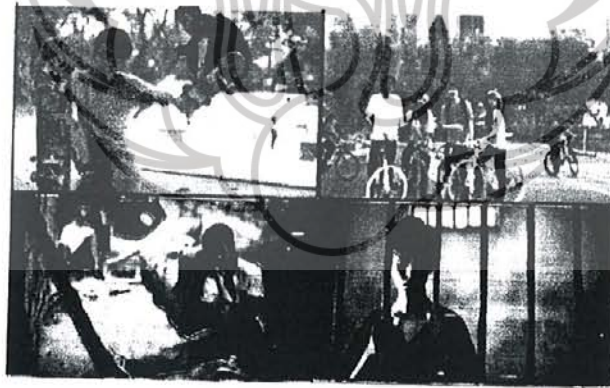
Memberikan alternatif teknik metode narasi terbatas (*Restricted Narration*) pada Iklan Layanan Masyarakat.

Manfaat Penciptaan antara lain,

- a. Membuat Iklan Layanan Masyarakat dengan nilai dari SUPER “A”, yaitu *Simple, unexpected, persuasive, entertaining, relevant* dan *acceptable*,
- b. Memberikan gambaran buruk mengenai para pengguna narkoba dan bahaya yang selalu mengikuti.
- c. Menunjukkan efek buruk narkoba kepada masyarakat khususnya remaja dengan cara yang efektif dengan iklan yang menarik
- d. Menunjukkan ketegasan hukum pemerintah dalam memberantas narkoba dikalangan remaja
- e. Ikut menyukseskan “Indonesia tanpa Narkoba 2015”

D. Tinjauan Karya

Beberapa karya audio visual yang pernah dibuat dan akan menjadi tinjauan karya dalam penciptaan karya ILM “Remaja Anti Narkoba” adalah sebagai berikut, dari masing- masing karya berikut ini di pilih karena memiliki keunggulan tersendiri dan cocok digunakan kembali dalam konsep yang akan diterapkan dalam iklan “Remaja Anti Narkoba” yang akan di produksi ini. Tinjauan karya yang pertama adalah ILM yang berjudul “Menjadi Juara Jauhi Narkoba (BNN) tahun 2008”

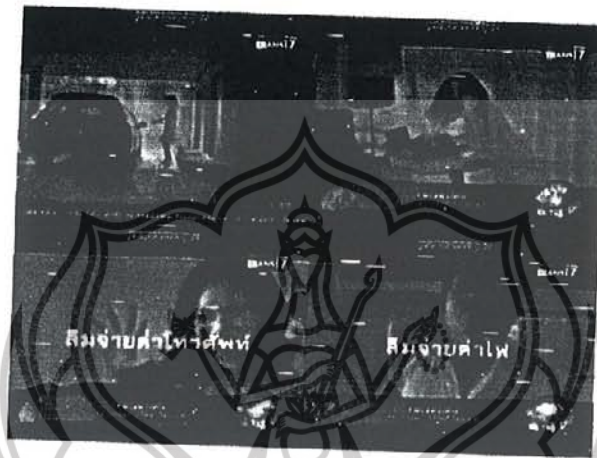


Capture 1. Iklan Layanan Masyarakat “Jauhi Narkoba”
Sumber : www.youtube.com/BNN

Iklan Layanan Masyarakat ini diproduksi Oleh Badan Narkotika Nasional (BNN) pusat Jakarta, dengan durasi 30 detik versi remaja, yang menceritakan peringatan dari para remaja berperestasi kepada kawan-kawan seumuran untuk menjauhi narkoba, naratif terbentuk karena susunan gambar dan narasi yang dibawakan oleh beberapa remaja yang memperingati kawan-kawannya untuk menjauhi narkoba. Kekuatan

utama dari iklan ini adalah pada narasi yang dibawakan oleh beberapa remaja secara bergantian, jika tanpa suara iklan ini berasa tidak berarti apa-apa dengan gambar yang tidak bisa menjelaskan sebab dan akibat. Namun dari segi semangat jiwa muda anti narkoba dalam iklan ini cukup memberi semangat untuk dicontoh, maka *icon* dan semangat keceriaan para remaja akan digunakan dalam iklan “Remaja Anti Narkoba” dengan digabung konsep penceritaan terbatas.

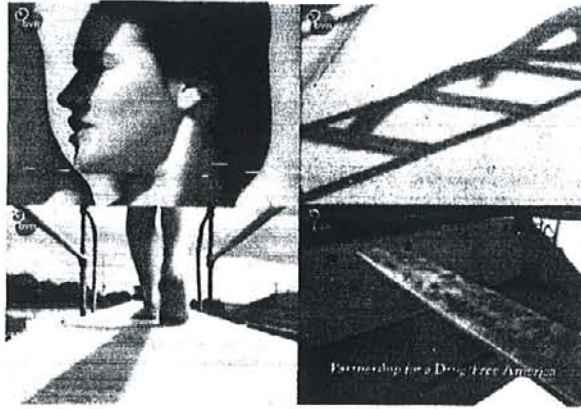
Tinjauan karya yang kedua adalah ILM “Tagihan listrik dan air” dari negara Thailan diproduksi tahun 2009,



Capture 2. Iklan tagihan listrik telepon dan air
Sumber : www.youtube.com/hotspot

Iklan yang menceritakan seorang suami bersiap-siap akan memotong ikan segar, tiba-tiba listrik dirumah padam, ikan terlepas dari genggamannya dan meronta sehingga menumpahkan saus kecap kemuka sang suami, sambil memegang pisau dapur, sang suami berusaha menangkap ikan itu tapi gagal, sang suami ingin mencuci wajahnya di keran air, tapi aliran air sedang mati, disaat yang bersamaan sang istri pulang kerja dengan segera ia masuk kerumah dan terkejut karena ada seorang pembunuh yang ternyata ia adalah suaminya. Iklan ini cukup mewakili sebuah narasi terbatas karena adanya informasi penting yang dirahasiakan dan tidak langsung dipaparkan untuk para tokoh dan penonton.

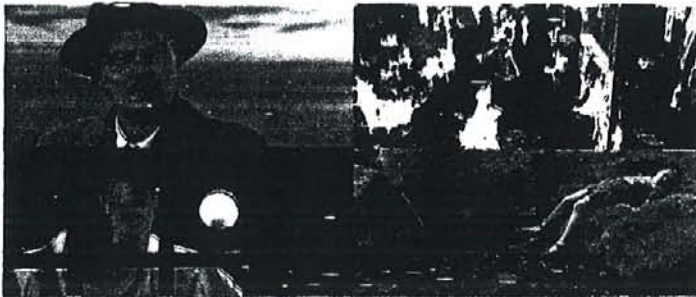
Tinjauan karya yang ketiga adalah ILM dari lembaga *Free drug America* (Free drug.org) tahun 2001, yang berjudul “Swimming”.



Capture 3. Iklan layanan masyarakat "Free drug America"
Sumber : [www.youtube.com /Free drug.org](http://www.youtube.com/Free%20drug.org)

Sebuah lembaga anti narkoba di negara Amerika bernama *Free Drug.org* yang memproduksi ILM yang pada intinya ingin membebaskan Negara Amerika dari jeratan pasar gelap narkoba berbagai jenis, iklan ini berdurasi 30 detik, yang menceritakan seorang remaja putri berniat ingin berenang, namun pada kenyataannya kolam renang yang digunakan kosong tanpa air didalamnya, bisa kita simpulkan si remaja putri ini sedang mengalami halusinasi. Kekuatan iklan ini terletak pada narrator yang membawakan alur cerita secara runtut, dan pada akhirnya menampilkan gambar adegan si wanita melompat ke dalam kolam kosong. Estimasi penonton pada awal menonton iklan ini hanya bercerita seorang remaja yang ingin berenang, tapi kejutan pada akhir cerita akan ditampilkan dengan ditampilkannya kolam kosong sedangkan sang gadis sudah tidak terlihat di layar. Iklan ini cukup sederhana dengan menggunakan adanya informasi cerita yang dibatasi sebagai konsepnya.

Tinjauan karya yang keempat adalah film berjudul "*Shutter island*" karya sutradara *Martin Scorses* (2010),



Capture 4. Film *Shutter island*
Sumber : www.ganol.com

Sebuah film dari Amerika Serikat karya sutradara Martin Scorsese (2010) *Sutter island*, Film yang bercerita tentang penyelidikan yang dilakukan oleh dua orang detektif yang mencari misteri hilangnya seorang pasien dari rumah sakit jiwa yang berpengamanan ketat, tapi pada akhir ceritanya Teddy Daniels (Leonardo Di Caprio) adalah pasien rumah sakit tersebut dan rekan Detektifnya Chuck Aule (Mark Ruffalo) adalah seseorang yang bertugas menjaga Teddy Daniels selama ia merasa menjadi detektif. Selama film berlangsung penonton tidak menyangka seorang detektif tersebut ternyata adalah seorang pasien yang sedang terapi psikologis karena membunuh istrinya sendiri, selama menonton film ini, penonton selalu diperlihatkan kegiatan yang dilakukan Teddy, kemanapun ia pergi penonton akan selalu tahu keberadaannya, karena mata kamera akan selalu mengikutinya. Pada Film ini narasi sangat dibatasi dan hal ini sangat menimbulkan kejutan yang luar biasa dan efek penasaran dengan hal yang akan terjadi berikutnya. Narasi terbatas dan adanya unsur kejutan dalam film ini akan diterapkan dalam karya iklan yang akan diciptakan.

