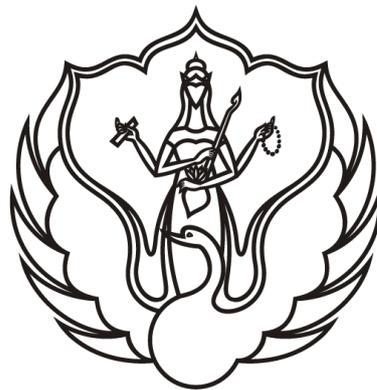


**ANALISIS *PRODUCTS PLACEMENT* SEBAGAI PENDUKUNG
UNSUR NARATIF FILM “TRANSPORTER 3”**

SKRIPSI PENGKAJIAN SENI
untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Strata 1
Program Studi Televisi dan Film



disusun oleh
Hanifah Istiqomah
NIM: 1510787032

PROGRAM STUDI S-1 FILM DAN TELEVISI
JURUSAN TELEVISI
FAKULTAS SENI MEDIA REKAM
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2019

LEMBAR PENGESAHAN

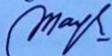
Tugas Akhir Skripsi Pengkajian Seni yang berjudul :

**ANALISIS PRODUCTS PLACEMENT SEBAGAI PENDUKUNG
UNSUR NARATIF FILM "TRANSPORTER 3"**

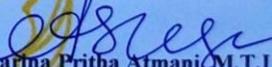
yang disusun oleh
Hanifah Istiqomah
NIM. 1510787032

Telah diuji dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program
Studi S1 Film dan Televisi FSMR ISI Yogyakarta, yang diselenggarakan pada
tanggal 02 JUL 2019

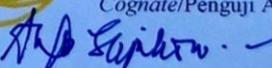
Pembimbing I/Ketua Penguji


Dra. Siti Maemunah, M.Si.
NIP.19611117 198803 2 001

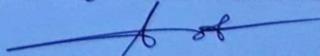
Pembimbing II/Anggota Penguji


Agnes Karina Pritha Atmani, M.T.I
NIP.19760123 200912 2 003

Cognate/Penguji Ahli


Drs. Arif Eko Suprihono, M.Hum.
NIP.19630513 198703 1 001

Ketua Program Studi/Ketua Jurusan


Agnes Widiasmoro, S.Sn., M.A.
NIP.19780506 200501 2 001

Mengetahui
Dekan,
Fakultas Seni Media Rekam

Marsudi K.K., M.Hum.
NIP.19610710 198703 1 002



*"Karya Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada
Bapak dan Ibu kandung terkasih, sebagai tim
pendukung terbaik dalam perjalanan hidup saya"*



**LEMBAR PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hanifah Istiqomah

NIM : 1510787032

Judul Skripsi : **ANALISIS *PRODUCTS PLACEMENT* SEBAGAI PENDUKUNG
UNSUR NARATIF FILM "TRANSPORTER 3"**

Dengan ini menyatakan bahwa dalam Skripsi Penciptaan Seni/Pengkajian Seni saya tidak terdapat bagian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau tulisan yang pernah ditulis atau diproduksi oleh pihak lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah atau karya dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima sanksi apapun apabila di kemudian hari diketahui tidak benar.

Yogyakarta,

Yang Menyatakan,



Hanifah istiqomah

1510787032

**LEMBAR PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hanifah Istiqomah
NIM : 1510787032

Demi kemajuan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Rights*) atas karya ilmiah saya berjudul **ANALISIS PRODUCTS PLACEMENT SEBAGAI PENDUKUNG UNSUR NARATIF FILM "TRANSPORTER 3"** untuk disimpan dan dipublikasikan oleh Institut Seni Indonesia Yogyakarta bagi kemajuan dan keperluan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.

Saya bersedia menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Institut Seni Indonesia Yogyakarta terhadap segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta,

.....nyatakan,

Hanifah Istiqomah
1510787032

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan anugerah, hidayah dan karunia-Nya, sehingga skripsi pengkajian seni dengan judul “Analisis *Products Placement* Terhadap Unsur Naratif Film ‘Transporter 3’” dapat selesai dengan lancar.

Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S-1) Program Studi Film dan Televisi, Jurusan Televisi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terciptanya karya tulis ini, kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan anugerah, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu mengerjakan skripsi ini;
2. Keluarga kecil tersayang, Bapak Suyatin, Ibu Siti Marheni dan kakak Uswah Chandra Fitriani yang selalu mencurahkan cinta kasihnya dalam berbagai wujud nyata dan juga do’a;
3. Bapak Marsudi S. Kar., M. Hum., Dekan Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Ibu Agnes Widyasmoro, S. Sn., M.A., Ketua Program Studi Film dan Televisi Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
5. Bapak Drs. Arif Eko Suprihono, M.Hum., Penguji Ahli dalam Ujian Tugas Akhir;
6. Ibu Dra. Siti Maemunah, M.Si., dosen wali sekaligus dosen pembimbing I;
7. Ibu Agnes Karina Pritha Atmani, M.T.I, dosen pembimbing II.
8. Ibu Lucia Ratnaningdyah Setyowati, S.IP., M.A., dosen pembimbing pengkajian;
9. Keluarga akademika Program Studi Film dan Televisi, Mbak Izza, Mbak Mala, Mas Yus, Mas Kulup, Mbak Mala, dll;
10. Teman-teman “Adaptasi” seperjuangan sejak tahun 2015;
11. Teman-teman “Fombisi” senasib sejak tahun 2015;
12. Seluruh staff Fakultas Seni Media Rekam;

13. Ariska Arlinda, Mas Rendy, Rahmimo dan Alipil yang memberi bantuan dalam proses penelitian, serta Sifa dan Ucik yang selalu memberi dukungan sejak tercetusnya proposal.
14. Teman seperjuangan lulusan tahun ini Yuzakki, Panji, Alvin, Bunga dan Ulfha.
15. Seluruh pihak terkait yang membantu langsung maupun tidak langsung dalam proses pengerjaan skripsi ini, terimakasih atas bantuan dan dukungannya.

Segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi pengkajian seni ini masih jauh dari kriteria penelitian yang sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi pengkajian seni ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca serta peneliti selanjutnya.

Yogyakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Persembahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
Abstrak	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Tinjauan Pustaka.....	4
E. Metode Penelitian	5
1. Objek Penelitian	6
2. Teknik Pengambilan Data	6
3. Skema Penelitian	7
4. Analisis Data	8
BAB II. OBJEK PENELITIAN	
A. Film “Transporter 3”	10
1. Sinopsis	11
2. Peran dan Pemeran	11
3. Tim Produksi	12
4. Penghargaan	13
5. Rumah Produksi	13
B. Unsur Naratif	14
1. Plot	14

2. Karakter/ Tokoh	19
3. Latar	23
4. Konflik	23
C. Produk dalam film “Transporter 3”	23
1. Mobil Audi	23
2. Mobil Mercedes	25
3. <i>Handphone</i> Nokia	25
4. Minuman vodka Seagram’s.....	26
BAB III. LANDASAN TEORI	
A. Naratif	27
1. Plot/ Alur	27
2. Karakter/ tokoh	28
3. Konflik	28
4. Latar	29
B. <i>Product Placement</i>	29
1. Dimensi Visual	30
2. Dimensi <i>Auditory</i>	30
BAB IV. PEMBAHASAN	
A. Pola Analisis	31
B. <i>Product Placement</i> dalam film “Transporter 3”.....	33
C. Analisis <i>Product Placement</i> Terhadap Unsur Naratif	35
1. <i>Product Placement</i> mobil Audi	35
2. <i>Product Placement</i> mobil Mercedes	68
3. <i>Product Placement</i> vodka Seagram’s	74
4. <i>Product Placement handphone</i> Nokia	75
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
Daftar Pustaka	80
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema penelitian	7
Gambar 2.1 Poster film “Transporter 3”	10
Gambar 2.2 Logo <i>Production House</i> EUROPACORP	15
Gambar 2.3 Frank Martin	20
Gambar 2.4 Valentina	21
Gambar 2.5 Tarconi	21
Gambar 2.6 Johnson	22
Gambar 2.7 Lenoid Vasilev	22
Gambar 2.8 Logo mobil Audi	24
Gambar 2.9 Logo mobil Mercedes	25
Gambar 2.9 Logo <i>handphone</i> Nokia	26
Gambar 2.9 Logo vodka Seagram’s	26
Gambar 4.1 <i>Screenshot</i> logo Audi di <i>scene</i> 5	65
Gambar 4.2 <i>Screenshot</i> logo Audi di <i>scene</i> 27	65
Gambar 4.3 <i>Screenshot</i> gelang detonator di <i>scene</i> 27	66
Gambar 4.4 <i>Screenshot</i> logo Audi di <i>scene</i> 73	67
Gambar 4.5 <i>Screenshot</i> logo Audi di <i>scene</i> 73	67
Gambar 4.6 <i>Screenshot</i> logo Audi di <i>scene</i> 73	67
Gambar 4.7 <i>Screenshot</i> logo Mercedes di <i>scene</i> 69	73
Gambar 4.8 <i>Screenshot</i> logo Mercedes di <i>scene</i> 72	73
Gambar 4.9 <i>Screenshot</i> kemasan Seagram’s di <i>scene</i> 69	74
Gambar 4.10 <i>Screenshot</i> logo Nokia di <i>scene</i> 82	75

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Contoh Pembagian Dimensi	32
Tabel 4.2 Contoh Analisis Unsur Naratif	32
Tabel 4.3 Pembagian Dimensi <i>Product Placement</i>	33
Tabel 4.4 Produk Mobil Audi dalam Film “Transporter 3”	36
Tabel 4.5 Produk Mobil Mercedes dalam Film “Transporter 3”	70

ANALISIS *PRODUCTS PLACEMENT* SEBAGAI PENDUKUNG UNSUR NARATIF FILM “TRANSPORTER 3”

ABSTRAK

Film “Transporter 3” menarik untuk diteliti karena terdapat satu merek produk muncul secara menonjol dari awal sampai akhir cerita sebagai properti. Kemunculan merek produk-produk dalam film mempunyai fungsi sebagai pendukung unsur naratif dari cerita, meskipun tidak semua. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kehadiran dan peran *products placement* dalam film dan juga menjabarkannya sebagai pendukung unsur naratif film. Metode penelitian menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan fokus terhadap adegan yang menampilkan *products placement*.

Pembahasan dalam penelitian ini adalah fungsi *products placement* sebagai pendukung unsur naratif film “Transporter 3”. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara dokumentasi dan observasi secara langsung pada karya film. Data penelitian diolah dan dianalisis menggunakan teori-teori tentang *products placement* oleh Cristel Antonia Russel, Rosemary Avery dan Rosellina Ferraro, serta tentang naratif film oleh Himawan Pratista dan David Broadwell.

Bedasarkan hasil analisis kesimpulannya adalah *products placement* dalam film “Transporter3” muncul melalui 36 *scene*. Kemunculan *products placement* lebih banyak menggunakan dimensi *visual* dari pada dimensi *auditory*. Akibat adanya *products placement* dalam film “Transporter 3” sebagian besar dapat mendukung kehadiran unsur naratif seperti plot, tokoh, konflik dan latar. Kehadiran *products placement* dalam “Transporter 3” paling mendukung unsur konflik, kemudian tokoh dan plot serta paling akhir adalah latar.

Kata Kunci: Naratif, *Product Placement*, Produk

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan film seiring dengan ketatnya persaingan bisnis dalam memperkenalkan produk (iklan). Kesempatan memperkenalkan produk tidak dibiarkan begitu saja oleh produsen-produsen untuk membuat media iklan yang menarik mulai dari menjadi sponsor hingga *endorsement*. Awalnya para produsen hanya sebagai sponsor diciptakannya karya film, namun semakin berkembangnya film dan kebutuhan pemasaran mereka meningkat, saat ini sering sekali kita jumpai produk merek terkenal maupun kurang terkenal muncul dalam beberapa adegan film.

Produsen dituntut memperkenalkan produknya melalui strategi jitu, menarik dan mengena kepada masyarakat. Industri film dituntut menyajikan cerita menarik, disamping adanya perkembangan teknologi. Kedua tuntutan sangat berkaitan oleh pendanaan sponsor dari para produsen kepada industri film. Karya idealis film pada masa sekarang memang berhubungan dengan pertimbangan komersial untuk mendapatkan keuntungan dan minat masyarakat. Dari sisi produsen sendiri, dalam masa sekarang ini sangat sulit jika mengandalkan iklan dari televisi saja. Berbagai strategi promosi, *product placement* dalam film adalah salah satu cara promosi produk yang menarik dan langsung mengena kepada masyarakat. Penggunaan *product placement* sendiri mulai berkembang pesat pada era 1980-an di sebuah film Hollywood “*The Extra-Terrestrial*” (1982). Beberapa penggunaan *product placement* menjadi kendala dalam industri film, karena tidak mudah menempatkan produk untuk muncul dalam sebuah teks film.

Meskipun begitu industri film juga tidak kalah kreatif untuk menggunakan *product placement* tanpa menampilkan dengan begitu mencolok di mata penonton melalui berbagai strategi penyajian. Salah satu tekniknya yaitu dengan mencampurkan bersama naratif dari film secara keseluruhan karena akan berkaitan dalam alur cerita dan bisa menjadi cara paling efektif penggunaan *product placement*. Naratif dalam film merupakan unsur utama

selain unsur sinematik, keduanya saling berinteraksi dan berkesinambungan untuk membentuk film. Unsur naratif berhubungan dengan aspek cerita atau tema sedangkan unsur sinematik merupakan aspek teknis dalam produksi sebuah film. Naratif adalah suatu rangkaian peristiwa saling berhubungan satu sama lain dan terikat oleh logika sebab akibat (kausalitas) yang terjadi dalam satu ruang dan waktu (Pratista, 2008: 33).

Film-film dengan *product placement* bisa dilihat diantaranya dalam film populer James Bond, “Golden Eye”, “Quantum of Slace” dan juga film “Transporter” mulai dari sekuel 1 sampai dengan 3. Film Transporter 1 dan 2 sudah muncul *product placement* dari beberapa macam produk. Film “Transporter 3” menampilkan dengan jelas *product placement* dengan merek terkenal seperti *handphone* Nokia, mobil Audi , mobil Mercedes-Benz dan juga minuman vodka Seagram’s. Keunikan film “Transporter 3” adalah selama cerita menggunakan salah satu produk mobil yaitu Audi sebagai properti dalam setiap *scene* tokoh utama. Mobil Audi yang dimaksud merupakan mobil milik tokoh utama dan derkaitan dengan cerita film dari awal hingga akhir cerita.

Film “Transporter 3” dirilis pada 17 Desember 2009, disutradarai oleh sutradara kompeten papan atas Olivier Megathon, dibintangi oleh aktor laga senior Jason Statham dan mendapat rating bagus di IMDb yaitu 6.1/10. IMDb adalah sumber informasi resmi dan populer di dunia untuk konten dan rating film. Film “Transporter 3” berhasil meraih penghargaan *Best International Movie* di Rusia dalam ajang penghargaan bergengsi *MTV Movie Awards* tahun 2009. Sutradara Oliver Megathon mendapat penghargaan juga melalui film ini di ajang *European Film Awards* di tahun yang sama.

Pembahasan inti dari penelitian tentang *product placement* sebagai pendukung unsur naratif dalam film seperti plot, tokoh, konflik dan latar. Kemunculan dari *product placement* akan dibahas lanjut mengenai bagaimana eksistensi dimensi, yaitu *visual* atau *auditory* dan juga bagaimana *product placement* menjadi pendukung terhadap unsur naratif. Penelitian ini bersudut pandang dari estetika film khususnya unsur naratif dalam membahas adegan *product placement* pada film “Transporter 3”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana *products placement* muncul dalam film “Transporter 3”?
2. Bagaimana *products placement* menjadi pendukung unsur naratif (plot, tokoh, konflik dan latar) dalam film “Transporter 3”?
3. Unsur naratif apa yang paling banyak didukung oleh adanya *products placement* dalam film “Transporter 3”?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah, diantaranya untuk:

1. Mengetahui kemunculan *products placement* dalam film “Transporter 3”.
2. Mengetahui peran *products placement* dalam mendukung unsur naratif (plot, tokoh, konflik dan latar) film “Transporter 3”.
3. Mengetahui unsur naratif yang paling banyak didukung oleh adanya *products placement* dalam film “Transporter 3”.

Setiap penelitian tentunya mempunyai manfaat, baik berupa manfaat praktis maupun teoritis. Manfaat praktis dalam penelitian ini yaitu menjadi sebuah pembelajaran, referensi dan wawasan baru terhadap pembaca dan peneliti selanjutnya dalam pengembangan ide dan berpikir kritis terutama dalam ranah pengkajian film. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi referensi pencipta karya film dalam menggunakan *product placement* sesuai naratif film mereka. Penelitian ini juga bisa menjadi bukti bahwa teori yang sudah dirumuskan benar-benar digunakan dengan baik. Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat dalam menambah pengembangan ide dalam penciptaan karya film.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka penelitian ini menggunakan buku dari Jean Marc Lehu yang berjudul “*Branded Entertainment: Product Placement & Brand Strategy in the Entertainment Business*”. Dalam buku tersebut membahas fenomena perkembangan *product placement* dalam berbagai media seperti film, *game*, program televisi dan lainnya. Menurut Jean Marc (2007:209) perkembangan *product placement* kedepannya akan mengikuti kemajuan teknologi dalam bentuk promosi untuk menciptakan hubungan emosional penonton dan media.

Tinjauan pustaka selanjutnya penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan topik penelitian, bisa digunakan sebagai perbandingan bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya sehingga orisinalitasnya dapat dipertanggungjawabkan. Beberapa karya penelitian terkait dan mendukung penelitian ini antara lain;

Penelitian dari Universitas Telkom, Shilla Chandra Rarassati tahun 2015 dengan judul “Pengaruh *Product Placement* Terhadap *Brand Awareness* Audi Pada Film ‘Transporter 3’”. Persamaan penelitian dalam pembahasan *product placement* film namun berbeda dengan variabel dan topiknya. Penelitian ini lebih mendalami tentang *brand awareness* menggunakan model ilmu komunikasi di film tersebut “Transporter 3”.

Penelitian kedua dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Laili Mustaghfiro tahun 2018 dengan judul “Analisis Naratif Nilai Sosial Film ‘My Stupid Boss’”. Persamaan penelitian dalam pembahasan analisis naratif film namun berbeda dengan variabelnya, yaitu nilai sosial. Penelitian ini lebih fokus membahas tentang nilai sosial dari naratif cerita yang disajikan dalam film.

Penelitian ketiga dari Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Khaulah Izzaturobbaniyah tahun 2017 dengan judul “Nilai Religius pada Film ‘Bulan Terbelah di Langit Amerika’ ditunjukkan melalui Cerita (Analisis Unsur Naratif)”. Persamaan penelitian dalam pembahasan unsur naratif berupa plot, tokoh, latar, konflik. Persamaan terdapat dalam penjabaran tentang naratif, namun dihubungkan dengan nilai religius.

Berdasarkan penelusuran berbagai tinjauan pustaka, penelitian yang sama belum pernah dilakukan. Beberapa penelitian diambil untuk digunakan sebagai penambah pengetahuan tentang *product placement*, naratif film dan juga pendukung unsur naratif.

E. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif digunakan karena penelitian ini menganalisis data secara mendalam. Menonton film “Transporter 3”, melihat adegan-adegan yang memunculkan *products placement* dan juga naratif film, kemudian menjabarkan hasil analisis ke dalam data berupa gambar tabel maupun kalimat deskriptif secara detail dan mendalam. Data kualitatif digunakan dalam membimbing kita untuk memperoleh penemuan-penemuan tidak diduga (Matthew, 1992: 35). Metode ini tepat digunakan dalam penelitian karena dengan data kualitatif kita dapat mengikuti dan memahami alur cerita secara kronologis.

Penelitian dengan pendekatan deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan informasi *products placement* dalam sebuah adegan di film “Transporter 3” dengan catatan deskripsi kalimat rinci, lengkap, mendalam dan menggambarkan situasi sebenarnya untuk mendukung penyajian data. Pendekatan deskriptif merupakan bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena buatan manusia. Fenomena ini bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaan antara fenomena satu dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006: 72).

Penelitian dilakukan dengan cara melakukan observasi terhadap film, menganalisis film dengan memperhatikan adegan-adegan dalam film, mengamati kemunculan produk, dimensi dan juga peran dalam mendukung unsur naratif. Kemudian hasil temuan akan dideskripsikan berupa kalimat berisi fakta-fakta hasil analisis berdasarkan teori-teori yang digunakan.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sebuah film dari negara Perancis (2008), yaitu:

Judul	: Film Transporter 3
Format	: Film fiksi
Genre	: <i>Action, Adventure, Crime</i>
Durasi	: 104 menit
Sutradara	: Olivier Megathon
Penulis Naskah	: Luc Besson dan Robert Mark Kamen
Pemain utama	: Jason Statham (Frank Martin)
Bahasa	: Inggris

2. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

a. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mencari mengambil dan mengumpulkan data-data, dan informasi yang berkaitan dengan penelitian *product placement* dan naratif film baik dalam bentuk video, artikel, *e-book*, jurnal maupun dokumen dalam bentuk lainnya. Peran internet dalam pengambilan data sangat membantu secara efektif, karena film “Transporter 3” merupakan film populer pada masanya, sehingga banyak sekali informasi pendukung.

b. Observasi

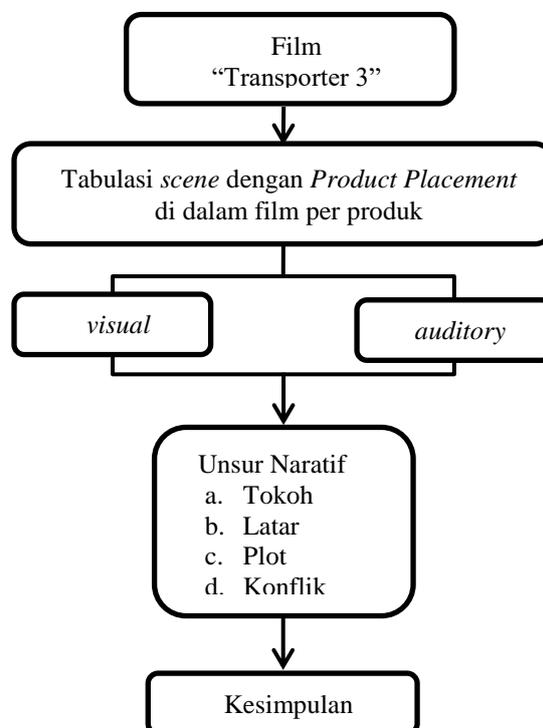
Observasi dalam penelitian ini adalah observasi tidak berperan serta. Maksud observasi tidak berperan serta yaitu peneliti tidak ikut turun dalam observasi lapangan (produksi film). Pada pengamatan tanpa peran serta, pengamat hanya melakukan satu fungsi, yaitu melakukan pengamatan murni pada film yang sudah jadi. Observasi tanpa peran serta dianggap tepat karena peneliti tidak ikut serta dalam proses pembuatan film “Transporter 3”. Pengamat hanya melakukan observasi melalui hasil jadi film “Transporter 3” dengan menonton berulang kali sehingga bisa mendapatkan pendukung data untuk penelitian.

Alat yang digunakan untuk mendukung observasi berupa komputer dengan bantuan perangkat lunak *MPC-HC*, dan catatan sebagai panduan dalam membuat poin-poin pengamatan. Objek penelitian yaitu film “Transporter 3” akan diamati dari unsur *visual* dan *auditory*. Kemudian dianalisis sesuai dengan variabel *product placement* dan naratif film.

Selain itu peneliti juga melakukan observasi terhadap pengguna produk atau merek dalam film “Transporter 3” sebagai data pendukung dalam penelitian.

3. Skema Penelitian

Skema penelitian merupakan rancangan tentang cara menyimpulkan dan menganalisis data, agar dapat dilakukan secara sistematis dan sesuai dengan tujuan dengan penelitian. Skema penelitian diperlukan dalam suatu penelitian karena skema penelitian merupakan pegangan yang jelas dalam melakukan penelitian dan sebagai alat untuk memperlancar dalam proses penelitian.



Gambar 1. 1 Skema penelitian
Sumber: Olahan Peneliti

4. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisis data akan membuat proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami. Analisis kualitatif memfokuskan pada pemahaman dan pemaknaan berdasarkan penjelasan, hasil-hasil observasi atau sumber-sumber lain. Secara umum teknik analisis data menggunakan alur dalam metode penelitian kualitatif yakni mengidentifikasi objek secara mendalam untuk dipaparkan, dianalisis, kemudian diberikan kesimpulan.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dan membuat kesimpulan sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada pihak lain (Sugiyono 2012, 244).

Namun teknik analisis data dalam penelitian kualitatif tidak memiliki acuan pasti dan mutlak sehingga peneliti diharapkan dapat menemukan sendiri kecocokan metode dengan sifat objek penelitian. Analisis data dilakukan dengan mengamati perolehan data dalam instrumen pencatatan data untuk melihat kemunculan gejala-gejala sesuai dengan kategori yang ditetapkan dalam instrumen sambil menguatkannya dengan meninjau teori-teori.

Penelitian ini dimulai dengan pengambilan data (film “Transporter 3”) secara utuh, di salah satu situs internet. Kemudian dilakukan observasi terhadap data dan akan diambil adegan-adegan yang menampilkan *product placement*. Dilanjutkan dengan menganalisis kemunculan *product placement* (melalui dimensi *visual* dan *auditory*). Penelitian ini dilanjutkan dengan meneliti lebih spesifik tentang *product placement* sebagai pendukung dalam adegan terhadap unsur naratif (plot, tokoh, konflik dan latar). Pendukung unsur naratif akan dibahas juga karakter-karakter dari masing-masing produk, korelasi fungsi dan filosofi produk dengan adegan dan juga performa produk lainnya. Setelah itu dari kedua hasil tahapan

analisis diatas akan disimpulkan bagaimana *product placement* muncul dalam film serta fungsi pendukungnya terhadap unsur naratif cerita film “Transporter 3” .