

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan hasil penelitian mengenai *products placement* sebagai pendukung unsur naratif film “Transporter 3” diantaranya:

1. Kehadiran *products placement* dalam film “Transporter 3” sebagai properti fungsional yang digunakan oleh tokoh-tokoh dalam film. Didominasi dengan dimensi visual yaitu sebanyak 34 *scene* dan sisanya 2 *scene* melalui dimensi audio.
2. Kehadiran *products placement* muncul mempunyai fungsi sebagai pendukung unsur naratif. Meskipun begitu tidak semua *products placement* mempunyai fungsi sebagai pendukung setiap unsur naratif. Berdasarkan hasil penelitian, kehadiran *product placement* mendukung unsur naratif diantaranya:

- a. Plot

Mendukung informasi awal pengenalan, penggambaran klimaks dan akhir cerita, hal ini dapat dilihat dalam *scene* 7, 27, 28, 49, 83, 120, dan 137.

- b. Tokoh

Mendukung pengenalan, penggambaran 3 dimensi dari tokoh, dan memperjelas peran tokoh yang diperankan dalam cerita. Hal ini dapat dilihat dalam *scene* 5, 6, 8, 11, 12, 13, 27, 38, 67, dan 102.

- c. Konflik

Mendukung kemunculan, penjelasan dan mengerucutkan konflik yang akan dihadapi dan dialami tokoh baik nyata maupun batin. Hal ini dapat dilihat dalam *scene* 7, 50, 53, 57, 73, 78, 114, 116, 128, 129, 131, 135, dan 136.

- d. Latar

Mendukung informasi bahwa latar tempat atau lokasi dari cerita film adalah negara-negara di Eropa dan juga informasi latar waktu cerita film

“Transporter 3” yaitu tahun 2007 atau 2008. Hal ini dapat dilihat dalam *scene* 5, 6 dan 83.

3. Unsur naratif yang paling banyak didukung oleh adanya *product placement* dalam film “Transporter 3” adalah konflik. Produk selalu muncul dalam setiap adegan konflik, meskipun hanya sebagai properti tapi memang mendukung kejadian konflik.

## **B. Saran**

Film “Transporter 3” merupakan objek penelitian yang menarik. Pembahasan tentang *product placement* dikaitkan dengan unsur naratif juga tidak kalah menariknya, karena masih sedikitnya penelitian tentang hal-hal tersebut padahal sangat dibutuhkan bagi para seniman film. Berdasarkan analisis terhadap penelitian ini, saran untuk penelitian selanjutnya antara lain, memperdalam pemahaman tentang *product placement* khususnya melalui media film dan juga unsur naratif film sehingga dapat mempermudah dan memperdalam topik penelitian yang sama.

Penelitian ini masih sangat bisa untuk dikembangkan maupun diperdalam dengan ilmu-ilmu baru untuk hasil yang lebih detail. Penguasaan bahasa Inggris juga sangat membantu dalam mencari referensi buku-buku, informasi data jurnal dan lainnya, karena literatur dan data pendukung kebanyakan menggunakan bahasa Inggris.

Diperlukan juga penguasaan tentang produk-produk yang dibahas dalam film karena akan memudahkan kaitan dengan unsur naratif. Hal utama bagi penelitian selanjutnya adalah menghargai waktu dengan manajemen dan disiplin selama proses penelitian dan penulisan.

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan juga para kreator film dalam membuat karya, supaya kualitas cerita tetap baik meskipun harus dimasukkan merek produk sebagai penunjang material produksi film.

## Daftar Sumber Rujukan

### 1. Daftar Pustaka

- Avery, Rosemary J dan Rosellina Ferraro. "Verisimilitude or Advertising? Brand Appearances on Prime Time Television." *Journal of Consumer Affairs*. 2000.
- Biran, Misbach Yusa. *Teknik Menulis Skenario Film Cerita*. Jakarta: PT Dunia Pustaka Jaya. 2007.
- Bordwell, David dan Thompson Kristin. *Film art: an Introduction*: University of Wisconsin. 2004.
- Eko Santoso, *Tata Artistik*, Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. 2008.
- Eriyanto. *Analisis Naratif: Dasar-dasar dan Penerapannya dalam Analisis Teks Berita Media*. Jakarta: Kencana. 2013.
- Groote, David dalam Eko Santosa dkk. *Seni Teater Jilid 1*. Departemen Pendidikan Nasional, Jakarta. 2008.
- Harymawan, RMA., *Dramaturgi*, Bandung: CV Rosda. 1988.
- Himawan, Pratista. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka. 2008.
- Lehu, Jean Marc. 2007. *Branded Entertainment: Product Placement & Brand Strategy in the Entertainment Business*. London and Philadelphia: Kogan Page
- Lutters, Elizabeth. *Kunci Menulis Skenario*, Jakarta: Grasindo. 2010.
- Miles, Matthew B dan A. Michael Hubberman. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI-PRESS. 1992.
- Nurgiyantoro, Burhan. *Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2002.
- Russell, Cristel Antonia. "Towards Framework of Product Placement: Theoretical Propositions." *Journal of Advances in Consumer Research*. Vol 25 ed. Joseph W Alba and Wasley Hutchison Provo, UT: Association of Consumer Research.

Sarumpaet, Riris . *Istilah Drama dan Teater*. Jakarta: FSUI. 1997.

Seger, Linda. *Making a Good Script Great*. New York: Samuel French Trade. 1987.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2017.

Sukmadinata. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya. 2006.

## 2. Pustaka Laman

<https://www.imdb.com/title/tt1129442/mediaviewer/rm94409728>  
(diakses pada 18 Desember 2018 pukul 19.38 WIB)

<https://sinopsisfilmbioskop21.wordpress.com/2017/03/29/sinopsis-transporter-3/>  
(diakses pada 18 Desember 2018 pukul 22.01 WIB)

[www.acrwebsite.org/volumes/8178/volumes/v25/NA-25](http://www.acrwebsite.org/volumes/8178/volumes/v25/NA-25)  
(diakses pada 20 Desember 2018 pukul 08.56 WIB)

<http://www.europacorp.com/corporate/>  
(diakses pada 20 Februari 2019 pukul 16.27 WIB)

<https://otomotifnet.gridoto.com>  
(diakses pada 24 April 2019 pukul 23.10 WIB)

<https://oto.detik.com>  
(diakses pada 24 April 2019 pukul 23.35 WIB)