

# ***Restricted Narration* pada Penciptaan Iklan Layanan Masyarakat “Remaja Anti Narkoba”**

**I Wayan Nain Febri**

Program Studi Televisi dan Film, PDD Institut Seni dan Budaya Kalimantan Timur

febri\_fbx@yahoo.com

## **Abstrak**

Iklan layanan masyarakat ini, merupakan sebuah hasil karya seni audiovisual yang dibuat berdasarkan pengamatan sosial yang sedang terjadi di Indonesia, dengan judul karya “*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*

## **Abstract**

*This public service advertisement is a final assignment work of visual audio art which is based on the social observations that are taking place in Indonesia, with the title of the work “Penggunaan Restricted Narration (Penceritaan terbatas) pada Penciptaan Iklan Layanan Masyarakat Remaja Anti Narkoba”. This advertisement work used restricted narration method (penceritaan terbatas) to display its story, so that there was always important information that kept hidden from viewer and would be revealed at the right moment. The application of restricted narration in this advertisement is through main character’s story that was described as a student with a good life and harmonious family, but in reality that student is a drug user that would always haunted by laws and will die.*

**Keywords:** *public service advertisement, drug, restricted narration*

## **Pendahuluan**

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 %). (bnn.go.id, 2011)

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. (Kholik AF, 2011)

Badan Narkotika Nasional (BNN) dengan tugas mencegah dan memberantas pengedaran 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 diproduksi Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang di sponsori oleh BNN. (Otto Kleper, 1999)

“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”. (Mayasari Novi, 2007)

Namun iklan yang dibuat oleh BNN tidak serta merta diminati oleh para remaja, karena dinilai kurang menarik karena hampir sama dengan iklan kebanyakan yang beredar di masyarakat, dengan format penggunaan narrator dalam penyampaian pesannya. Maka untuk menarik perhatian Remaja Indonesia, akan dibuat Iklan yang lebih menarik dengan digunakan unsur nilai SUPER “A”.

“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”. (Hakim, 2006)

Iklan layanan masyarakat yang 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. (Deddy Mulyana, 2007). Pemilihan penyampaian informasi cerita akan digunakan Penceritaan terbatas (*restricted narration*) atau narasi terbatas dengan tujuan, 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 memperlakukan perasaan ataupun emosi para penontonnya. Nilai *Unexpected* merupakan sesuatu hal tidak terduga yang diterapkan kedalam sebuah iklan layanan masyarakat, seperti kita ketahui iklan layanan 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. (David Bordwell, 2008)

## Objek Penciptaan

### 1. Remaja

Perkembangan kepribadian seseorang masa remaja mempunyai arti yang khusus, namun begitu masa remaja mempunyai tempat yang tidak jelas dalam rangkaian proses perkembangan seseorang, remaja tidak termasuk golongan anak, tapi juga tidak termasuk golongan orang dewasa, karena remaja ada diantara anak-anak dan orang dewasa. (Hadiyanto, 2007)

### 2. Perkembangan sosial Remaja

Perkembangan dalam masa remaja yang berhubungan dengan pemasakan seksualitas, juga mengakibatkan perubahan dalam perkembangan sosial remaja. Sebelum masa remaja sudah ada saling berhubungan yang lebih erat di antara anak-anak sebaya. Hal ini sering juga menimbulkan kelompok-kelompok anak, perkumpulan- perkumpulan anak, serta kelompok aktivitas kelompok lain seperti untuk kemah, saling tukar pengalaman, merencanakan berinteraksi bersama kelompok lain. Kadang- kadang aktivitas tersebut bisa juga bersifat agresif, kadang- kadang kriminal seperti mencuri, penganiayaan dan lain-lain. Dalam perkembangan sosial remaja dapat dilihat adanya dua macam gerak, yang pertama memisahkan diri dari orang tua dan yang kedua menuju kearah teman-teman sebaya. Dua macam gerak ini tidak serta merta merupakan gerakan yang berurutan meskipun yang satu dapat terkait pada yang lain. Hal ini kadang- kadang dijumpai dalam masa remaja, dalam keadaan *ekstrim* hal ini dapat menyebabkan bunuh diri (Ausubel, 1965). Dua macam gerak di atas, merupakan suatu reaksi terhadap suatu status sosial seorang remaja. Sesudah dimulainya pubertas, timbul suatu *diskrepansi* yang besar antara “kedewasaan” jasmani dengan ikatan sosial dari belenggu orang tua. Dalam keadaan sudah dewasa secara jasmani dan seksual, remaja masih terbatas dalam kemungkinan- kemungkinan perkembangan, mereka masih tinggal bersama dengan orang tua dan masih bagian dari keluarga. Remaja secara ekonomik masih tergantung pada orang tua, mereka belum bisa kawin, hubungan seksual tidak diperkenankan sesuai dengan norma agama dan sosial, meskipun mereka sudah bisa mengadakan kencan dengan teman-teman lain. Dalam keadaan seperti ini dapatlah dimengerti bahwa mereka akan saling mencari satu sama lain dan akan bergaul dengan teman sebaya karena saling mengerti karena pola pikir yang sama. Dalam keadaan seperti inilah remaja satu dengan remaja yang lain akan saling mempengaruhi tingkahlaku dan pemikiran. (Eleanora, 2011)

### 3. Penyalahgunaan Narkoba

Dari temuan penangkapan beberapa kasus narkoba yang dilakukan di tempat-tempat hiburan malam, masih sering dikedapati pelajar yang tertangkap menggunakan narkoba. Narkoba yang sering digunakan oleh pelajar ada dua jenis, yaitu ganja dan pil ekstasi. Ganja/marizuana (*Cannabis sativa syn., Cannabis indica*) adalah tumbuhan penghasil serat, tumbuhan ini lebih dikenal karena kandungan zat narkotika pada bijinya, *tetrahidrokanabinol* (THC, *tetra-hydro-cannabinol*) yang dapat membuat pemakainya mengalami *euforia* (rasa senang yang berkepanjangan tanpa sebab). Cannabis pertama kali diketahui dapat digunakan untuk pengobatan yaitu dalam terapi pharmacopoeia di negeri Cina yang disebut *Pen Ts'ao*. *Pharmacopoeia* adalah sebuah buku yang berisi daftar obat-obatan serta cara persiapan dan penggunaannya. Ganja/marizuana (*Cannabis*) disebut sebagai “Superior Herbal” oleh Kaisar Shen Nung (2737-2697 SM), yang diyakininya sangat manjur dan mujarab. (www.legalisasiganja.com). Sedangkan pengertian dari Pil ekstasi adalah *Ecstasy* yang dalam rumus kimianya disebut *3-4-Methylene-Dioxy-Methyl-Amphetamine* (MDMA), unsur dasarnya adalah MDA X (*3,4-methylenedioxy-phenylisopropylamine*) yang ditemukan pada tahun 1910 oleh ahli kimia Jerman yaitu Dr G Mannish dan Dr W Jacobson. Namun baru tahun 1939 temuan ini dicoba pada hewan percobaan dan memberikan efek terhadap susunan saraf pusat. Pertamakali obat ini bertujuan untuk penghilang rasa sakit atau obat bius yang digunakan untuk kepentingan perang. Pada dasarnya ekstasi dibuat untuk kepentingan yang bermanfaat namun lama-kelamaan efek ketenangan dan semangat yang dirasakan membuat orang ingin selalu merasakan hal tersebut, sampai suatu ketika ada beberapa orang yang menyalahgunakannya dan diperjual-belikan secara bebas di pasar gelap (Sholihah, 2015). Kasus penyalahgunaan narkoba pada semester pertama 2012 secara umum meningkat dibanding periode sama 2011, dan untuk peringkat tertinggi jumlah kasus penyalahgunaan narkoba ini adalah siswa SMA, kasus penyalahgunaan narkoba yang melibatkan siswa SMA tercatat sebanyak 84 kasus atau meningkat dibanding 2011 yang tercatat 73 kasus. (Kementerian Kesehatan RI, 2011)

#### Analisis Objek Penciptaan

Beberapa dampak narkoba yang akan terjadi pada si pengguna ringan antara lain:

a. Depresan, yaitu menekan sistem-sistem saraf pusat dan mengurangi aktivitas fungsional tubuh sehingga pemakai merasa tenang, bahkan bisa membuat pemakai tidur dan tak sadarkan diri. Bila kelebihan dosis bisa mengakibatkan kematian. Jenis narkoba depresan antara lain opioda, dan berbagai turunannya seperti morfin dan heroin. Contoh yang populer sekarang adalah Putaw.

b. Stimulan, merangsang fungsi tubuh dan meningkatkan kegairahan serta kesadaran. Jenis stimulan: Kafein, Kokain, Amphetamin. Contoh yang sekarang sering dipakai adalah Shabu-shabu dan Ekstasi.

c. Halusinogen, efek utamanya adalah mengubah daya persepsi atau mengakibatkan halusinasi. Halusinogen kebanyakan berasal dari tanaman seperti *mescaline* dari kaktus dan *psilocybin* dari jamur-jamuran. Selain itu ada juga yang diramu di laboratorium seperti LSD (Pemerintah Republik Indonesia, 2009)

## Pembahasan Karya

Iklan Layanan Masyarakat Remaja Anti Narkoba, dibuat dalam dua versi cerita yang masing-masing dikemas menjadi tiga durasi berbeda. Versi pertama berjudul “Impian Palsu” dengan sinopsis, agar impian tercapai, semangat belajar sangat diperlukan oleh seorang pelajar untuk menghadapi ujian nasional, namun semangat tidak boleh dari narkoba karena hukuman akan selalu menghantui penggunaannya. Versi kedua berjudul “Kehidupan Palsu” dengan sinopsis, mentalitas diri yang kuat sangat diperlukan dalam menjauhi narkoba, karena tidak hanya keluarga yang saling menyayangi saja untuk menghindarkan kita dari narkoba, namun narkoba bisa merasuki siapa saja sampai semua yang telah terjadi hanya bisa disesali.

Aktor utama dalam iklan ini bernama Rahman. Dalam kehidupan nyata nama Rahman merupakan nama asli seorang anak Remaja, dengan memiliki nama “Rahman” seharusnya ia ikut membawa nama harum keluarga, karena nama Rahman merupakan sebuah peralihan bahasa dari kata “Rahmat”, Setiap orang tua tentu berharap agar anaknya selalu dilindungi dan mendapatkan “rahmat” dari Tuhan yang maha Esa, maka dari itu penggunaan nama Rahmat selalu digunakan oleh orang tua untuk memberikan tujuan yang baik bagi masa depan si anak, namun pada kenyataan yang kita temui di kehidupan bermasyarakat, hal itu bisa saja meleset dari rencana awal. Penggunaan nama Rahman dalam iklan ini mengacu pada penjelasan di atas, tanpa di duga seseorang bernama Rahman di iklan ini merupakan seseorang pengguna narkoba dan hal ini merupakan sebuah tanda yang tersembunyi dari sebuah visualisasi nama. (Sutedjo & Hadiwasito, 2002)

### Iklan I “Impian Palsu”

#### 01. INT. KAMAR RAHMAN – PAGI HARI

##### CAST. RAHMAN

Terdengar bunyi alarem digital membangunkan seorang pemuda (Rahman)

#### 02. INT. KAMAR RAHMAN – PAGI HARI

##### CAST. IBU DAN RAHMAN

Rahman dengan menggunakan seragam lengkap, membuka buku “SIAP MENGHADAPI UJIAN NASIONAL SMA” dan Ibu mendampingi Rahman untuk belajar.

#### 03. EKS. RUMAH RAHMAN – PAGI HARI

##### CAST. IBU AYAH DAN RAHMAN

Rahman bersalaman dan mencium kedua tangan orang tuanya. Ayah dan ibu terlihat bahagia melihat Rahman.

**04. EKS. SEKOLAH – PAGI HARI**

**CAST. RAHMAN DAN BEBERAPA SISWA**

Rahman memasuki pintu gerbang, dan seorang gadis memandang Rahman dengan malu-malu.

**05. EKS. LORONG SEKOLAH – PAGI HARI**

**CAST. RAHMAN DAN BEBERAPA SISWA**

Rahman berjalan dengan percaya diri, seorang gadis melirikinya.

**06. INT. RUANG KELAS – PAGI HARI**

**CAST. RAHMAN, BEBERAPA SISWA LAIN DAN BAPAK GURU**

Bapak Guru mempersilahkan peserta mengerjakan soal Ujian nasional, Rahman mengerjakan dengan semangat, Seorang siswa mencoba mencontek Rahman, tapi Rahman segera menghindar. Pertamakali Rahman selesai mengerjakan soal ujian, bapak guru dan teman-teman kelas kagum kepada Rahman. Rahman bertemu polisi di pintu keluar kelas.

**07. INT. RUANG KELAS – SIANG HARI**

**CAST. RAHMAN, BEBERAPA SISWA**

Rahman terbangun dari halusinasi, dengan lembar jawaban yang masih kosong.

Telepon genggam Rahman berbunyi di loker tas ujian. Dan terdapat sebuah pesan masuk.

*Blank shot.*

***Caption***

Raih masa depan, Katakan TIDAK! pada NARKOBA..!

**Iklan II “Kehidupan Palsu”**

**01. INT. KAMAR RAHMAN – PAGI HARI**

**CAST. RAHMAN**

Rahman bersiap berangkat kesekolah dengan berpakaian rapi.

**02. EKS. RUMAH RAHMAN – PAGI HARI**

**CAST. AYAH IBU DAN RAHMAN**

Rahman berangkat sekolah dengan menggunakan motor, ia melambaikan tangan kepada ayah dan ibu. Ayah dan ibu nampak gembira.

**03. Eks. SEKOLAH – PAGI HARI**

**CAST. RAHMAN DAN TEMAN SEKOLAH**

Rahman datang, lalu memberi isyarat dengan mengelengkan kepala kepada salah seorang teman. Teman Rahman membalas dengan memberI isyarat dengan gelengan kepala.

**04. INT. KAMAR RAHMAN – MALAM**

**CAST. RAHMAN**

Rahman terlihat tersenyum sendiri didepan sebuah cermin, lalu ia terkejut dan ketakutan setelah melihat wajahnya berubah memar berdarah-darah. Ia lari meninggalkan kamar.

**05. INT. RUMAH RAHMAN – MALAM**

**CAST. AYAH IBU RAHMAN DAN BEBERAPA PELAYAT**

Rahman berlari ketakutan menuruni tangga, lalu terkejut dengan keramaian yang sedang terjadi di ruang tengah. Ia mendekat disebuah kain dengan seseorang yang terbaring, ia membuka kain penutup wajah lalu terkejut mendapati ternyata dirinya sendiri lah yang terbaring disana.

*Flash back..*

**06. EKS. SEBUAH GANG**

**CAST. RAHMAN DAN SEORANG TEMAN**

Rahman berjabat tangan dengan seseorang temannya, terlihat bungkus kecil ditangan mereka.

*Flash back..*

**07. INT. RUMAH RAHMAN – MALAM**

**CAST. AYAH IBU RAHMAN DAN BEBERAPA PELAYAT**

Rahman duduk dan menjauhi kain dan bersandar di kursi dan meratapi nasibnya.

*Flash back..*

**08. EKS. SEBUAH GANG**

**CAST. RAHMAN DAN SEORANG TEMAN**

Rahman memasukan bungkus kecil ke kantong baju dan meninggalkan temannya.

*Blank shot.*

***Caption***

Raih masa depan, Katakan TIDAK! pada NARKOBA..!

**Penerapan Konsep**

a. Iklan 1 “Impian Palsu”

Telah dijelaskan pada bagian BAB III penyampaian informasi menggunakan metode *restricted narration*, dengan pengertian penyampaian informasi cerita yang dibatasi dan terikat hanya pada satu orang karakter saja, dengan penjelasan pada ILM “Remaja Anti Narkoba” di atas antara lain, tokoh utama hanya terikat pada satu tokoh saja, dalam ILM ini adalah tokoh Rahman, sedangkan aktor Ayah dan ibu merupakan aktor piguran yang berfungsi sebagai penambah keyakinan penonton melalui naratif dengan kondisi keluarga yang bahagia dan baik-baik saja. Metode *restricted narration* akan menimbulkan kejutan, kejutan dalam ILM ini adalah pada saat tokoh utama terbangun dari halusinasi dan kebingungan menghadapi soal ujian yang belum ia kerjakan. Adegan ini akan menjelaskan kepada penonton, jika sebuah semangat dan kebahagiaan si tokoh utama hanya sebuah harapan dan sekedar impian dan akan tetap menjadi sebuah impian bila seseorang terkena narkoba.

Warna yang ditampilkan dalam iklan ini merupakan unsur sinematik yang membantu unsur naratif, pada saat adegan ceria dan bahagia selalu ditampilkan dengan warna cerah, sedangkan pada saat si aktor utama tersadar dari halusinansinya, warna akan berubah menjadi suram, hal ini merupakan pemisah antara kejadian nyata dan khayalan si aktor utama, di warna suram ini lah penonton diperlihatkan informasi rahasia dalam iklan ini. *Shot* yang yang dibangun menggunakan tempo yang cepat namun masih bisa

dinikmati oleh mata, penonton tetap bisa menikmati jalan cerita yang disuguhkan ini. Musik ilustrasi di iklan ini cukup membantu terciptanya nuansa yang ingin ditampilkan, keterkejutan akan menjadi sebuah jembatan untuk perpindahan nuansa musik yang ceria menuju kearah musik yang menegangkan sehingga mempengaruhi *mood* penonton.



Gambar 1. Rahman terbangun dari halusinasi

Pada gambar adegan di atas akan menjelaskan kejadian sebenarnya yang menimpa Rahman dan merupakan adegan pemisah antara hayalan dengan kenyataan. Aktor utama terbangun dan terkejut dengan kejadian yang menimpanya. Pada adegan ini unsur kejutan pada *restricted narration* akan diperlihatkan kepada aktor utama maupun kepada penonton. Pada adegan ini akan menjelaskan kepada penonton, bahwa si Aktor Rahman merupakan seorang pengguna narkoba yang sudah terlambat menyesali perbuatannya.

#### b. Iklan 2 “Kehidupan Palsu”

Pada iklan kedua ini, dengan *setting* latar belakang dan aktor yang sama dengan versi pertama, tentunya dengan penyampaian informasi cerita yang dibatasi (*restricted narration*). Adegan akan dimulai pada *Setting* kamar tokoh utama (Rahman), adegan adegan menggunakan seragam SMA yang digambarkan dengan penyambungan *shot* secara cepat namun masih dapat dinikmati mata penonton, dalam adegan ini tokoh Rahman menunjukkan seorang anak remaja SMA yang rapi, dilanjutkan adegan melambaikan tangan kepada orang tua, hal ini menunjukkan Rahman merupakan anak yang ramah terhadap orang tuanya, dilanjutkan *shot* sekolah si Rahman menggelengkan kepala kepada teman, seakan- akan memberitahu sesuatu. Keanihan dan kejutan akan dimulai pada saat aktor utama tersenyum di kamarnya, dan tiba-tiba terkejut setelah mendapati wajahnya berubah berdarah. Dari adegan kamar ini akan mematahkan asumsi keindahan yang dilihat penonton di awal cerita, sehingga menjelaskan kepada penonton jika kehidupan si aktor utama tidak seindah yang ditunjukkan diawal cerita. Keterkejutan akan diperlihatkan lagi, ketika si aktor utama mendapati sebuah keramaian di ruang tengah rumahnya, dan ternyata sebuah acara mendoakan jenazah, dan lebih mengejutkan lagi si aktor utama melihat dirinya menjadi sebuah jenazah. Ilustrasi musik dalam iklan ini, membantu efek kejutan yang ingin ditampilkan sutradara melalui iklan ini, karena dalam setiap adegan, musik akan mempengaruhi *mood* penonton. (Suyanto, 2005) *Beground sound* yang ditampilkan pada adegan ini merupakan surah Yasin, merupakan doa untuk orang yang sudah meninggal di agama Islam, dengan maksud menambah unsur



mistis yang ditampilkan. Nuansa warna secara visual yang terjadi antara adegan siang menuju malam akan menunjukkan *mood* yang berbeda dengan efek yang berbeda pula.



Gambar 2. Rahman terkejut dengan wajah yang hancur

Pada gambar adegan di atas, merupakan adegan pemisah menuju keadaan Rahman yang sebenarnya. Rahman terkejut setelah menatap cermin dan mendapati wajahnya berubah memar dan berdarah-darah. Pada adegan ini akan menampilkan kejutan yang ada pada *restricted narration* (penceritaan terbatas), informasi yang dirahasiakan akan dibuka pada adegan ini dan seterusnya.

## Kesimpulan

Iklan digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan kepada masyarakat, dengan sebuah kemasan atau cara penyampaian yang menarik, maka iklan tersebut akan semakin banyak diminati oleh masyarakat untuk ditonton, dengan harapan semakin banyak penonton yang terpengaruh untuk membeli sesuatu ataupun mengikuti isi pesan tersebut. (Suprpto, 2006) Dalam proses pembuatan iklan ini, hal menarik yang didapat adalah pengalaman menyuguhkan sebuah cerita yang singkat namun penuh dengan banyak makna dan tujuan. Dalam kehidupan sehari-hari sering dijumpai iklan bertebaran dimana-mana dan diberbagai media cetak maupun elektronik, iklan yang dulu merupakan sesuatu yang asing dan membosankan, sekarang merupakan sesuatu yang menarik karena dalam setiap proses produksi setiap orang akan selalu berkomunikasi satu sama lain dalam memahami konsep iklan, semakin dalam orang memahami iklan, maka dirasakan akan semakin dalam mencintai iklan tersebut.

Proses yang panjang membuat setiap orang bertambah pengalaman, sebuah proses yang berat dirasakan ketika adegan sekolah, dimana sutradara harus mampu mengendalikn pemain yang begitu banyak, dan harus senantiasa mengayomi tim produksi maupun pemain.

## Kepustakaan

- Ausubel. 1965. *Theories and Problems of Adolescent Development*. New York.
- David Bordwell, K. T. 2008. *David Bordwell. Style (DeKalb, IL)* (8th ed., Vol. 8).
- Deddy Mulyana. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Eleanora, F. N. 2011. Bahaya Penyalahgunaan Narkoba Serta Usaha Pencegahan dan Penanggulangannya. *Journal Hukum*, XXV (1), 439–452.
- Hadiyanto, D. S. R. 2007. *Psikologi Perkembangan, Pengantar dalam Berbagai Bagianya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hakim, B. 2006. *Lantaran Tapi Relevan*. Yogyakarta: Galang Press.
- Kementerian Kesehatan RI. 2011. Infodatin Narkoba 2011.
- Kholik AF, A. M. 2011. *Makalah Penegakan Hukum Narkoba*. Yogyakarta: Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Mayasari, Novi. 2007. *Irama Visual dari Toekang Reklame Sampai Komunikator Visual*. Yogyakarta: Jalan Sutra.
- Kleper, Otto. 1999. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Penerbit Nusa Indah Jakarta.
- Pemerintah Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2009 Tentang Narkotika. *Undang-Undang Republik Indonesia*, 1–92.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sholihah, Q. 2015. Efektivitas Program P4Gn Terhadap Pencegahan Penyalahgunaan Napza. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 10(2), 153.  
<https://doi.org/10.15294/kemas.v10i2.3376>
- Suprpto, T. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Sutedjo, & Hadiwasito. 2002. *Penyusunan Pesan. Makalah Pendidikan Creative dan Account*. PPPI: Jawa Tengah.
- Suyanto, M. 2005. *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

## Sumber Website:

- bnn.go.id. (2011). www. Retrieved from [www.bnn.go.id/dampak/narkoba/dan-jenis-jenisnya](http://www.bnn.go.id/dampak/narkoba/dan-jenis-jenisnya)
- [www.internasional.kompas.com/read/2011/11/01/2004414/Kalangan.Pelajar.Empat.Besar.Pemakai.Narkoba](http://www.internasional.kompas.com/read/2011/11/01/2004414/Kalangan.Pelajar.Empat.Besar.Pemakai.Narkoba)

## Hasil karya Seni

### ILM Remaja “anti narkoba”

Iklan Versi 1 : <https://www.youtube.com/watch?v=hCzvGHC9-gg>

Iklan Versi 2 : <https://www.youtube.com/watch?v=iAs41cXch3M>