

FILM STORY TELLING

The most
powerful
Communication

by: Budiman Hakim
rewrite: Irwan Tarmawan



The drama, the attraction, of film lies not so much in what is shot – that's the drama of subject – but in how it is shot and how it is presented through editing

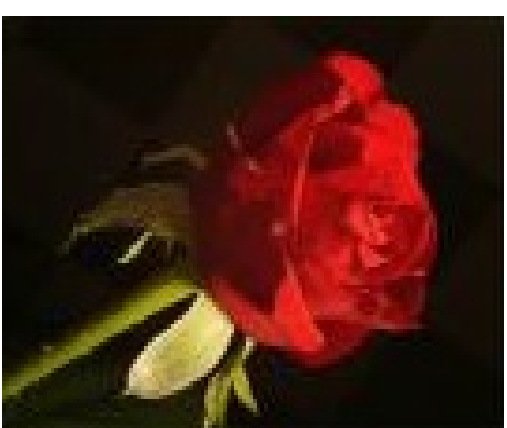
Daya tarik film drama, tidak terletak pada banyaknya shot dari subjek drama itu, melainkan bagaimana cara shot itu dilakukan dan bagaimana disajikannya melalui sebuah editing

James Monaco, *How to Read a Film*



Jika seorang penulis menggunakan kata 'mawar',
pembaca bebas untuk membayangkan salah satu dari
seribu mawar yang mungkin berbeda

Ketika pembuat film
menghadirkan mawar,
kita semua melihat mawar
yang sama
(itulah kelebihan visual)



Tapi kita (film maker) dapat berkata banyak tentang mawar, melebihi yang penulis katakan, itulah film



from above



or below



close



or distant

frontally lit



or back-lit



Moving or still, in full colour, black and white, desaturated colour, or special effect. Accompanied by music or silence, and so on.



Suasana dapat diciptakan,
dengan menggunakan simbol,
metaphora, dan tanda visual
lainnya

“membuat kemungkinan yang
tak terbatas”

Setiap gambar, setiap bingkai,
film akan menghasilkan
puluhan keputusan, tentang
apa yang akan ditampilkan,
dan bagaimana
menampilkannya

**The possibilities
are endless**

how about storytelling?

“Menunggu pesawat take off menuju Bali.
Kebetulan dapat job mengajar sosial media
marketing selama 2 hari untuk ibu-ibu
Darma Wanita di Gedung Telkom
Denpasar.”

Kalimat di atas terlalu penuh dengan informasi dan lebih cocok dilakukan di media satu arah. Karena pemakaian media 1 arah memang perlu memasukkan semua info dalam setiap satu kali mengirim message. Misalnya dalam iklan media cetak.

Kehadiran media digital sebagai media interaktif diharapkan mampu memancing orang untuk bereaksi lebih penting. Jadi akan lebih baik kalo kita **TIDAK** memberikan informasi yang lengkap. Kita bisa mencicilnya dengan cara mencari kalimat yang **MEMANCING** rasa ingin tahu viewer agar terjadi komunikasi

“Udah duduk dan pasang safety belt. Aduh!
Gue selalu takut naik pesawat tapi karena
tugas ya harus dijalani. Doakan ya,
guys....”

Kalimat di atas kelihatannya sederhana tapi orang yang membaca pasti merasa tercolek rasa ingin taunya dan pasti ada yang tidak tahan untuk bertanya sehingga terjadilah interaksi yang bisa membentuk percakapan yang cukup panjang.

Misalnya tiba-tiba seseorang bertanya:

“Emang mau ke mana, Bro?”

Kita jawab, “Ke Bali. Cuaca sih Alhamdulillah lagi bagus. Doin ya, Bro.”

“Wuiih enak banget ke Bali? Liburan ya?”

“Panggilan tugas Bro. Mau ngajar di sana. Bukan hura-hura.”

“Ngajar apa?”

“Biasalah, sosial media marketing.”

“Oh ya? Ngajar siapa? Mahasiswa ya?”

“Bukan. Ibu-ibu Darma Wanita. Ibu-ibu sekarang kan mau pada melek internet.”

“Di mana ngajarnya?”

Lalu percakapan menjadi semakin panjang yang selanjutnya juga akan menarik perhatian teman-teman lain yang kebetulan membacanya. Dan bisa jadi orang-orang lain itu akan turut berpartisipasi dalam percakapan tersebut.

Orang jauh lebih senang membaca percakapan daripada kalimat monolog. Karena membaca percakapan rasanya seperti membaca **CERITA** dan hebatnya lagi kita bisa masuk dan berpartisipasi menjadi salah seorang tokoh dalam CERITA itu.

Life is all
about **stories**



ORANG PIDATO ITU SEDANG BERCERITA.



LAGI PACARAN
KITA BERCERITA

1. KETEMU TEMEN KITA BERCEKITA
2. NGERAYU PACAR KITA BERCEKITA
3. ORANG MENYANYI SEDANG BERCEKITA
4. ORANG BERDOA SEDANG BERCEKITA
4. LAGI WAWANCARA KITA BERCEKITA
5. CURHAT ITU BERCEKITA.
6. ORANG MELUKIS SEDANG BERCEKITA
7. BAHKAN BAYI MENANGIS PUN
SEBENERNYA SEDANG BERCEKITA
TENTANG APA YANG DIA RASAKAN

BERCERITA ADALAH SEBUAH
KEBUTUHAN PRIMER BAGI
MANUSIA. DI MANA PUN KITA
BERADA, DENGAN SIAPA PUN KITA
BERTEMU, INSTING KITA
LANGSUNG MEMAKSA KITA UNTUK
BERCERITA.

Coba perhatikan film ini

Sekarang coba perhatikan film ini lalu bandingkan dengan film sebelumnya.

SUARA ANAK KOREA ITU MEMANG
BAGUS. KITA SEMUA KAGUM
MENDENGARNYA. TAPI KETIKA KITA
MELIHAT CERITA DI BELAKANGNYA,
EMOSI KITA JAUH LEBIH TERGUGAH.
BAHKAN PARA JURI DAN PENONTON
PUN SAMPAI MENANGIS.

Coba perhatikan film ini

MESKIPUN DEREK REDMOND
KALAH TAPI CERITANYA SANGAT
MENGUGAH EMOSI . CERITA
TENTANG DEREK BAHKAN
MENGALAHKAN PRESTASI SANG
JUARA. KARENA ORANG LEBIH
MENGHARGAI PERJUANGAN KITA
DARIPADA KESUKSESAN KITA.

Jadi dapat disimpulkan betapa luar biasa sebuah CERITA. Cerita akan memberikan pengalaman unik pada konsumen sehingga mereka dengan senang hati akan menceritakannya pada orang lain.