

EDITING DENGAN ASPEK MONTASE DALAM PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT MENGENAI *PUSH PARENTING*

EDITING WITH MONTAGE ASPECT IN DESIGNING PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENT ABOUT PUSH PARENTING

Baskara Maitri Karuna¹, Riksa Belasunda², Teddy Hendiawan³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

¹baskaramk@student.telkomuniversity.ac.id, ²riksab@telkomuniversity.ac.id,

³teddyhendiawan@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Bagi kebanyakan orang tua saat ini, menciptakan anak yang “sempurna” adalah salah satu hal terpenting, anak mereka harus bisa menjadi yang terbaik dalam segala apapun. Merupakan hal yang wajar bagi setiap orang tua yang menginginkan masa depan terbaik untuk anaknya. Dengan berbagai macam cara orang tua untuk mendidik anak-anaknya. Push parenting merupakan istilah suatu pola asuh yang menekan hak anak, menurut kebanyakan orang tua bukan masanya lagi anak dibiarkan banyak bermain dengan teman-temannya. Tuntutan dari orang tua yang sudah melewati batas kemampuan fisik dan psikologi anak, menjadikan terancamnya kesehatan mental karena ambisi orang tua. Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang iklan layanan masyarakat sebagai salah satu media informasi yang mengangkat tentang fenomena push parenting. Dalam perancangan ini menggunakan penelitian kualitatif untuk menganalisa fenomena push parenting, pendekatan fenomenologi untuk menggali para subjek mengenai pengalaman dalam suatu peristiwa, dan landasan pemikiran montase yang dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang dalam penyuntingan gambar pada tahapan pascaproduksi. Dari semua data yang telah dikumpulkan, push parenting yang dilakukan oleh orang tua dapat mengakibatkan dampak buruk psikis dan fisik anak terganggu. Dalam iklan layanan masyarakat ini editor memfokuskan pada penyusunan rangkaian gambar.

Kata kunci: Push parenting, Pendidikan, Iklan Layanan Masyarakat. Editing. Montase

Abstract

For most parents, wanting to have a "perfect" child is one of the most important things. His children must be able to be the best in everything. There are many ways that parents do to educate their children. Push parenting is a term for parenting that oppresses children's rights. The demands from parents that have crossed the limits of the child's physical and psychological abilities, make mental health threatened because of the ambition of parents. In this design, qualitative research is used to analyze the phenomenon of push parenting, a phenomenological approach to explore the subject of experience in an event, and a montage rationale that can be used as a basis for designing in image editing at the post-production stage. Push parenting carried out by parents can cause psychological and physical harm to children. In this public service advertisement, the editor focuses on compiling a series of images.

Keywords: Push parenting, Education, Public Service Advertising. Editing. Montage

1. PENDAHULUAN

Dalam sebuah keluarga mengasuh anak merupakan tugas orang tua, anak akan berkembang dan dibesarkan oleh orang tua sehingga menjadi pribadi yang mandiri dan dewasa. Umumnya usia dewasa berkisar antara 26-35 tahun (Departemen Kesehatan RI, 2009). Sebuah keluarga lazimnya terdiri

dari dua orang dewasa (suami-istri) dan satu atau lebih anak. Hubungan antara anak dan orang tua sangat tergantung pada pola asuh orang tua.

Menurut (Danny I.Yatim-Irwanto, 1991), Ada beberapa pola asuh orang tua salah satunya adalah Pola asuh otoriter (Push

Parenting), model ini ditandai dengan adanya aturan orang tua yang ketat, kebebasan anak-anak sangat dibatasi. Push parenting atau metode pengasuhan yang sangat menuntut ini bermula dari pemikiran orang tua yang masih percaya bahwa jika anak menuruti segala yang diatur oleh orang tuanya untuk "masa depan yang lebih baik", anak mereka akan meraih kesuksesan dan prestasi terbaik. Orang tua akan mengusahakan segala cara agar memperoleh hal tersebut dengan cara anak mereka mengikuti kegiatan bimbingan belajar tambahan akademik maupun non akademik. Tetapi tidak semua usaha tersebut berhasil seperti yang diinginkan orang tua, sehingga dapat menimbulkan reaksi emosi kekecewaan apabila tujuan yang ingin dicapai tersebut gagal. Dalam mencapai tujuan tersebut sebagian yang gagal diantaranya dapat cukup menerima yang telah diperoleh atas usahanya, dan sebagian lainnya akan terus mencoba meraih tujuan tersebut dengan segala cara meskipun diperoleh melalui perilaku menyimpang. Kerap kali pola asuh orang tua yang terlalu menuntut anaknya dari kecil seperti halnya harus mendapatkan pendidikan yang terbaik untuk masuk sekolah favorit, mendapatkan ranking di kelas, yang didukung dengan mengikuti les akademik maupun non-akademik, bahkan pada malam hari pun dituntut harus belajar keras, membuat anak merasa tertekan dan tidak dapat mengenali potensi diri. Hal tersebut juga dirasakan oleh inisial RW berusia 26 tahun yang tinggal di kota Probolinggo pada saat penulis melakukan wawancara daring terhadapnya pada tanggal 19 Desember 2020. Secara sadar ataupun tidak sadar orang tua memiliki alasan mengapa mereka menerapkan pola asuh yang bersifat otoriter (push parenting). Alasan tersebut mungkin didasarkan pada anggapan keberhasilan yang sempit, hanya didasarkan pada tolak ukur pencapaian seperti masuk sekolah favorit, selalu berprestasi mendapatkan nilai terbaik di sekolah dan terobsesi dengan citra ideal masyarakat seperti murid teladan. Menurut Santrock (2007: 15), Orang tua authoritarian menetapkan pembatasan dan tindakan pengendalian yang ketat, dan tidak memberikan kesempatan kepada anak-anak untuk berdialog secara verbal, sehingga orang tua yang authoritarian dapat sepenuhnya mengontrol anak-anak mereka. Push parenting dapat menimbulkan dampak negatif bagi anak, karena anak merasa

tertekan dengan menjalani tuntutan kewajiban oleh orang tuanya. Orang tua akan merasa senang jika anak menjalankan semua kewajiban yang diinginkannya, jika anak menjalankan semua perintah dari orang tua maka akan menganggap anak berbalas budi kepada orang tua. Seperti anak selalu dituntut oleh orang tua agar selalu berprestasi, hal tersebut dapat membuat anak menjadi depresi dan stres. Orang tua menganggap pencapaian nilai merupakan kesuksesan dari anak tanpa memperhatikan kepribadiannya, hal ini dapat menyebabkan kepribadian anak menjadi buruk seperti menjadi tidak peduli terhadap diri dan lingkungan.

Dari fenomena yang telah diulas, penulis ingin merancang sebuah karya berupa iklan layanan masyarakat yang mengangkat fenomena tentang push parenting khususnya di kota Probolinggo. Iklan layanan masyarakat yang mengangkat push parenting dirasa belum cukup banyak, iklan ini juga diperuntukan sebagai media komunikasi yang mudah diterima oleh masyarakat umum. Menurut Widyatama (2005), Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, membujuk, atau mengedukasi khalayak dengan tujuan akhir bukan untuk memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi manfaat sosial. Penulis beropini bahwa iklan layanan masyarakat ini sangat cocok digunakan sebagai media utama dalam perancangan, karena iklan ini memperlihatkan pesan sosial pola asuh untuk mematahkan ilusi orang tua agar anak tidak harus selalu sempurna.

Menurut Pratista (2008), Unsur naratif dan sinematik merupakan dua unsur yang dimiliki dalam film, pada unsur sinematik sendiri terdiri dari beberapa bagian seperti mise-en-scene, suara dan editing. Montase merupakan teknik dalam menyunting potongan film tematik yang terpisah dan kemudian menggabungkannya menjadi urutan yang tersusun rapi (Frierson, 2018). Peran Editor sendiri dapat menata visual dari shot-shot yang dibuat berdasarkan konsep dan skenario penyutradaraannya sehingga menjadi rangkaian cerita yang utuh.

Pada Tugas Akhir ini penulis mengambil peran sebagai Editor dalam pembuatan iklan layanan masyarakat agar pesan tersampaikan kepada masyarakat melalui penyuntingan gambar yang telah disusun sesuai alur cerita. Penulis yang bertugas sebagai editor bertanggung jawab untuk

menganalisis naskah dengan melihat adegan pada tahap pra-produksi dengan tujuan membantu berunding dengan sutradara. Serta selama proses produksi penulis membantu dan mengawasi jalannya shooting hingga ke meja editing. Pada tahap pascaproduksi, penulis melakukan pemindahan data, pemilihan footage, mulai merangkai shot menjadi struktur skenario hingga picture lock dengan pengawasan sutradara. Layaknya editing pada film tidak jauh berbedanya dengan editing pada iklan layanan masyarakat hanya saja dalam iklan editing shot dirangkai dengan durasi alur cerita yang lebih pendek dibandingkan dengan film, agar dengan mudah pesan sosial tersampaikan pada masyarakat. Dengan adanya iklan layanan masyarakat, diharapkan dapat menjadi media informasi dan komunikasi yang dapat merubah pola asuh orang tua dalam mendidik anak, sehingga orang tua tidak lagi menggunakan metode push parenting dalam anak.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Pola Asuh

Pola Asuh atau Parenting merupakan proses yang bertujuan untuk meningkatkan dan mendukung perkembangan fisik, emosional, sosial, ekonomi dan intelektual anak sejak bayi hingga dewasa. Ini menjadi tanggung jawab orang tua, karena orang tua adalah guru pertama yang membiarkan anak belajar banyak hal secara umum dan akademik. Parenting merupakan proses interaksi penuh antara orang tua dan anak, seperti merawat, memberi makan, membersihkan, melindungi anak dan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Orang tua akan memberikan pengasuhan terbaik untuk anaknya, dan orang tua akan menjadi panutan bagi anak mereka (Hetherington & Whiting, 1999). Mengasuh anak adalah keseluruhan cara orang tua memperlakukan anak mereka, dan ini merupakan bagian penting dan mendasar dalam menjadikan anak bagian dari kelompok masyarakat yang baik (Wahyuning, 2003).

Menurut (Hauck, 1993:47), pola asuh orang tua digolongkan kedalam empat macam pola salah satunya pola asuh otoriter atau authoritarian. Pola asuh otoriter merupakan salah satu wujud bentuk perlakuan yang diterapkan orang tua pada anak dalam membentuk kepribadian anak dengan cara menetapkan standar penting

wajib dituruti, biasanya disandingkan dengan ancaman.

2.1.1 Pendidikan

Pendidikan adalah upaya menumbuhkan dan mengembangkan kepribadian baik mental maupun fisik. Beberapa ahli juga mendefinisikan pendidikan sebagai proses mengubah konsep dan perilaku seseorang atau sekelompok orang melalui pengajaran dan pelatihan.

Dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Menurut Martinus Jan Langeveld dan Prof H. Mahmud Yunus, dikutip dari artikel Pengertian Pendidikan dalam (gurupendidikan.co.id, 2021) mengatakan, pendidikan merupakan kegiatan yang disengaja bertujuan untuk mempengaruhi dan membantu meningkatkan pengetahuan, jasmani, dan moral sehingga secara perlahan dapat membimbing anak-anak mencapai tujuan dan cita-cita tertinggi mereka. Agar seorang anak dapat hidup bahagia, apa yang dilakukannya dapat bermanfaat bagi dirinya, masyarakat, bangsa, negara dan agama. Selain itu pendidikan merupakan upaya membantu anak menyelesaikan tugas hidup secara mandiri dan bertanggung jawab, sedangkan pendidikan merupakan upaya orang dewasa untuk membimbing manusia yang belum dewasa menuju kedewasaan.

2.1.2 Sekolah

Menurut Zanti Arbi (dalam Made Pidata, 1997) Sekolah adalah lembaga atau tempat belajar, seperti membaca, menulis, dan mempelajari norma-norma perilaku. Sekolah juga menjadi bagian tak terpisahkan dari masyarakat dalam merespon kondisi sosial saat ini. Sekolah juga menjadi lingkungan kedua bagi anak-anak untuk melatih dan mengembangkan kepribadiannya. Menurut Waye (dalam Soebagio Atmodiwiro, 2000) Sekolah merupakan suatu sistem interaksi sosial dalam seluruh organisasi, terdiri dari interaksi pribadi yang saling terkait dalam hubungan organik. Padahal, menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1989, sekolah merupakan satuan pendidikan yang secara terus menerus menyelenggarakan kegiatan pengajaran di berbagai jenjang.

Menurut Alwi Hilir, dikutip dari artikel Sekolah Unggul (kompasiana.com, 2019), Sekolah unggul adalah sekolah yang terus menerus meningkatkan kinerjanya dan mengoptimalkan penggunaan sumber dayanya untuk meningkatkan kinerja siswa secara keseluruhan.

2.2. Media

Media adalah sebagai pengantar atau perantara. Sebuah ide, gagasan, dan pesan dapat disampaikan melalui media. Media menjadi sarana yang digunakan pada sebuah sistem tanda atau kode bahasa yang disebut sistem bahasa dengan aturan telah disepakati semua anggota komunitas yang menggunakan Bahasa tersebut. Medium yang digunakan dalam bahasa film yang terdiri dari visual, audio, gerak, dan verbal telah disepakati oleh komunitas film (Belasunda, 2014).

2.2.1 Iklan Layanan Masyarakat

Iklan Layanan Masyarakat atau Public Service Announcement disingkat PSA merupakan iklan yang berbentuk film dan menampilkan informasi sosial bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan banyaknya permasalahan yang harus mereka hadapi, yang dapat mengancam kondisi kerukunan dan kehidupan masyarakat. Menurut Widyatama (2005), Iklan layanan masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, membujuk, atau mengedukasi khalayak dengan tujuan akhir bukan untuk memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi manfaat sosial. Manfaat sosial yang dibahas adalah peningkatan pengetahuan, perubahan sikap dan kesadaran terhadap isu periklanan dan perilaku masyarakat, serta citra yang baik di mata masyarakat.

Berdasarkan pernyataan di atas, iklan layanan masyarakat dirasa sesuai dengan fenomena yang akan diangkat dalam perancangan Tugas Akhir ini dan menjadi pilihan utama bagi penulis. Dapat disimpulkan bahwa iklan layanan masyarakat dapat menyampaikan fenomena push parenting dengan baik, dengan konsep yang matang dan juga memperlihatkan pengadegan alur cerita yang jelas, sehingga penonton mengerti alur cerita dan pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan tujuan.

2.2.2 Penyunting Gambar

Pada perancangan Tugas Akhir ini penulis mengambil peran sebagai editor yang bertugas menyusun rangkaian gambar

setelah produksi selesai atau tahap pasca produksi. Penyunting gambar atau editor merupakan sineas profesional yang bertanggung jawab membangun cerita dengan estetis dari shot-shot yang dibuat berdasarkan konsep dan skenario penyutradaranya sehingga menjadi film cerita yang utuh. Editor dituntut memiliki sense of storytelling (kesadaran / perasaan / storytelling) yang kuat, tentunya diperlukan sikap kreatif saat menyusun shot-shot yang ada. Bahwa editor harus memahami struktur cerita yang menarik, dan kadar drama dalam komposisi pengambilan gambar mampu membuat aspek emosional yang berkelanjutan, serta mampu membentuk ritme adegan / cerita dengan tepat dari awal hingga akhir film (FFTV-IKJ, 2008).

Menurut Ario Wibisono (2011), editor perlu memperhatikan tiga hal, antara lain:

1.Fungsional

Menentukan shot sesuai fungsinya. Shot lebar (wide shot) dan shot dekat (close shot) memiliki fungsi dan arti yang berbeda. Hal ini membutuhkan perhatian dan pengertian.

2.Proporsional

Menempatkan shot secara proporsional. Panjang pendek pendek shot harus sesuai proporsinya. Demikian pula dalam proses mengedit video pada saat perpindahan shot ke shot lain dengan cara ini penonton tidak akan bosan.

3.Struktural

Menentukan struktur pengaturan shot. Struktur pengeditan tidak harus berupa urutan a-z. Editor dapat dengan bebas bereksplorasi selama proses pengeditan. Dikenal sebagai just a position.

2.2.3 Tugas Editor

Editor juga mempunyai tugas dan fungsi yang penting dalam proses pembuatan film, karena proses editing merupakan langkah terakhir untuk membuat film lebih menarik (Ario Wibisono, 2011). Editor memiliki hak untuk membuat efek visual lebih baik dari sebelumnya. Editor memiliki tanggung jawab dan kewajiban setiap tahapan produksi, yaitu:

Pra Produksi: Menganalisis naskah dengan melihat adegan yang tertulis dalam naskah dan berunding kepada sutradara, Mendiskusikan dengan departemen lain untuk menganalisis naskah dari perspektif teknis, artistik, dan dramatis.

Produksi: Selama proses produksi ini editor tidak memiliki tugas dan kewajiban khusus, editor dapat membantu dan

mengawasi jalannya shooting hingga ke meja editing.

Pascaproduksi: Editor mulai membuat shot - shot menjadi struktur skenario atau disebut rough cut, Hasil rough cut dipresentasikan kepada sutradara dan produser, Revisi dilakukan dari hasil diskusi dengan sutradara dan produser, dengan kreativitas dan imajinasi editor, ia membentuk struktur baru yang lebih baik. Struktur baru ini, editor harus mampu menciptakan emosi, ritme, dan alur yang menarik, Final edit merupakan pencapaian struktur yang paling diinginkan, karena memperkenalkan dan mendiskusikan struktur baru yang dihasilkannya kepada sutradara dan produser, Merapikan final edit (trimming) hingga film selesai selama proses pengeditan (picture lock), Dalam pengolahan suara dan musik, editor bisa menjadi rekan diskusi. Menentukan efek suara dan musik untuk membentuk satu kesatuan gambar dan suara yang saling mendukung.

2.2.4 Pengertian Editing

Editing merupakan proses menata dan menggerakkan gambar dari video shooting / recording menjadi rekaman gambar yang enak dipandang. Biasanya pengeditan berkaitan dengan proses pascaproduksi, cut to cut, transisi, koreksi warna, pencampuran, dan lain sebagainya. Menurut Roy Thompson dan Christopher J. Bowen, (2009), Mengedit adalah proses menyusun, meninjau, memilih, dan mengatur gambar dan suara dalam rekaman produksi. Editing harus menghasilkan tayangan gambar yang padu dan cerita yang bermakna berdasarkan konten yang direncanakan sebelumnya, yaitu untuk menghibur, menginformasikan, menginspirasi dan banyak lagi.

2.2.5 Aspek Editing

Menurut (Pratista, 2008), Teknik mengedit memungkinkan pembuat film untuk memilih atau mengontrol 4 wilayah dasar, yaitu:

a.Kontinuitas Grafik

Pembuat film dapat mengubah shot berdasarkan kontinuitas grafik (kesamaan gambar). Kontinuitas grafik dapat dibentuk melalui unsur mise-en-scene dan sinematografi, dengan aspek warna, komposisi, gerakan, latar, pakaian, pencahayaan, dan lain lain. Dalam film, terutama dalam pengeditan kontinu, kontinuitas grafik biasanya tidak dapat dicapai antar shot.

b.Aspek Ritmik

Pembuat film dapat mengontrol panjang atau pendeknya durasi sebuah shot. Durasi shot berkaitan erat dengan durasi sebelum dan sesudah pengambilan gambar, sehingga pembuat film dapat mengontrol ritme pengeditan sesuai dengan kebutuhan naratif dan estetika. Pembuat film dapat menyesuaikan ritme pengeditan mereka selama waktu pengambilan gambar yang sama (lebih pendek atau lebih lama). Semakin pendek durasi pengambilan gambar, semakin cepat ritme aksinya. Sebaliknya, semakin lama waktu pengambilan gambar, semakin lambat kecepatan aksinya.

c.Aspek Spasial

Pengeditan juga memungkinkan pembuat film memanipulasi waktu dan ruang. Efek ini memungkinkan mengambil setiap shot secara terpisah bahkan di lokasi dan waktu yang berbeda tanpa mempengaruhi kontinuitas narasi.

d.Aspek Temporal

Teknik pengeditan dapat memanipulasi waktu. Dalam shot berikutnya mungkin tidak akan terputus dalam waktu secara temporal (pengeditan kontinu), dan mungkin terjadi lompatan waktu (pengeditan diskontinu).

2.2.6 Bentuk Editing

Transisi adalah salah satu elemen terpenting dalam sutradara dan editor. Transisi membuat film atau video lebih mudah untuk ditonton. Jika penonton tidak merasakan transisi, maka penggunaan transisi akan disebut berhasil. Keberadaan transisi selalu ada, tetapi tidak diketahui. Ada beberapa jenis transisi selama proses pengeditan, di antaranya:

a.Cut

Cut merupakan transisi yang paling umum digunakan dan tidak rumit. Digunakan saat klip A berakhir dan dilanjutkan dengan klip B tanpa ada efek pada saat transisi atau overlap. Biasanya digunakan untuk memberikan transisi antara shot wajah pemain dengan pemain lain saat dalam percakapan (Peacock, 2001).

b.Fade

Terdiri dari fade-in dan fade-out, biasanya digunakan berpasangan atau secara individu untuk memisahkan berbagai unit cerita. Pada fade in digunakan untuk membuka adegan di mana intensitas gambar akan menjadi lebih terang, sedangkan fade out digunakan untuk menutup adegan dan intensitas gambar akan berubah menjadi gelap. Fade dapat digunakan di antara

sequence dalam posisi yang sama untuk menunjukkan berlalunya waktu. Fade juga digunakan untuk menunjukkan pengalihan ke setting lainnya. (H.M.Y. Biran, 1987)

c. Dissolve

Merupakan sebuah shot atau potongan gambar yang terjadi fade-out dan shot selanjutnya fade-in. Setiap shot atau gambar akan berevolusi atau berubah warna dan gambar (Peacock, 2001). Dissolve juga dapat diartikan sebagai campuran dari adegan pertama, yang kemudian diimbangi dengan perubahan kepekaan gambar pada adegan kedua. Dissolve digunakan untuk mengatasi hilangnya time lapse atau pemindahan waktu, atau untuk memperhalus pergantian adegan sehingga tidak terasa tiba-tiba atau mengejutkan (H.M.Y. Biran, 1987).

2.2.7 Pewarnaan Film

Menurut Andra Fembrianto (2011), Pewarnaan film atau color grading adalah proses kreatif di mana sinematografer dapat mewarnai film untuk meningkatkan nuansa film. Color grading bertujuan untuk menambah warna agar sesuai dengan tema film. Setiap video yang diedit memerlukan koreksi warna untuk mendapatkan persamaan warna, karena bukan tidak mungkin masalah pencahayaan dapat terjadi selama proses produksi yang pada akhirnya akan mempengaruhi warna pada video. Yaitu dengan menggunakan efek video, seperti image control, color balance, dan color grading.

2.2.8 Montase

Menurut Sheila Azizah, dikutip dari artikel Mengenal lebih jauh tentang Teknik Editing Montage (redaksi.pens.ac.id, 2019), Montase dalam film adalah teknik mengedit potongan film tematik yang terpisah dan kemudian menggabungkannya menjadi urutan yang tersusun rapi. Montase juga dikenal dengan fungsinya yang unik yaitu just a position, teknik editing film yang menggabungkan dua atau lebih shot untuk menghasilkan ide atau menciptakan sebuah pemikiran.

Menurut Nurseha Reza dkk, dikutip dari *The Technique of Film and Video Editing Fifth Edition : history, theory, and practice*. (2010:17), Editing Montage Dalam Film Pendek Kisah Yang Tak Terbaca, e-Proceeding of Art & Design : Vol.4, No.3 Agustus 2017, 520 mengatakan Eisenstein berpikir mencoba menerapkan teori penyuntingan sebagai benturan antara citra dan ide. Pemikiran ini terbentuk oleh

ideologi yang dianut negaranya adalah marxisme, terutama dialektika materialisme. Dengan demikian Sergie Eisenstein menghasilkan teori konflik, yang dimana suatu pemikiran (tesis) harus bertentangan dengan dengan ide-ide lain (antitesis) maka akan muncul Ide-ide baru (sintesis).

Montase sendiri ada beberapa jenis, dan ada yang bersifat teknis, Dancyger (2010) menyebutkan bahwa menurut Sergei Eisenstein menjelaskan jenis-jenis montase tersebut dalam bukunya " *The Technique of Film and Video Editing*". Jenis-jenisnya adalah sebagai berikut:

a. Metric Montage

Mengacu pada relative shot satu sama lain. Terlepas dari kontennya, yaitu, saat penonton harus menyerap informasi di setiap shot secara singkat. Ini dilakukan untuk meningkatkan ketegangan yang diciptakan oleh tempat kejadian. Penggunaan close-up yang lebih pendek terhadap shot membuat urutan yang lebih intens.

b. Rhythmic Montage

Mengacu pada kontinuitas yang disebabkan oleh pola visual pada shot. Kontinuitas berdasarkan tindakan dan arah yang cocok adalah contoh rhythmic montage. Montase jenis ini cukup potensial untuk menggambarkan konflik karena menentang pasukan yang dapat dihadirkan berdasarkan orientasi layar dan frame.

c. Tonal Montage

Pengeditan untuk mengacu keputusan yang melibatkan membangun peran emosional dalam adegan mungkin dapat berubah selama perjalanan dari lokasi kejadian. Suara hati digunakan sebagai pedoman untuk menjelaskan tonal montage. Walaupun pada awalnya teori ini terdengar intelektual, namun tidak berbeda dengan masukan Ingmar Bergman proses penyuntingan yang mirip dengan musik serta bermain dengan emosi yang berbeda dari adegan itu.

d. Overtonal Montage

Merupakan interaksi dari metrik tonal montage dan rhythmic. Interaksi yang menggabungkan kecepatan, pikiran, dan emosi untuk mendapatkan efek yang diinginkan dari penonton.

e. Intellectual Montage

Mengacu pada membawa ide ke dalam urutan yang menuntut dan emosional.

Menurut Muhammad Arika Deaz dkk, dikutip dari Kuleshov Effect Examples: What is The Kuleshov Effect. (2019),

Editing teknik Montase Dalam Perancangan Film Pendek Sekantung Curiga, e-Proceeding of Art & Design : Vol.7, No.2 Agustus 2020, 647 mengatakan berhubungan dengan teknik montase, efek emosional dapat ditingkatkan dengan teknik pengeditan yang dikembangkan oleh Lev Kuleshov atau disebut Kuleshov Effect. Efek Kuleshov adalah fenomena psikologis di mana penonton memperoleh lebih banyak makna dari interaksi dua gambar berurutan daripada dari satu tembakan terpisah.

2.3. Metode Penelitian

Penulis memilih menggunakan metode kualitatif untuk lebih memahami dan mengeksplorasi banyak individu atau kelompok dan menggunakan metode fenomenologi untuk merancang iklan layanan masyarakat. Menurut Creswell, metode penelitian ada tiga jenis yaitu metode kuantitatif, kualitatif, dan campuran.

2.3.1 Metode Fenomenologi

Metode fenomenologi menggambarkan makna pengalaman hidup beberapa orang tentang suatu konsep atau fenomena. Mereka yang berurusan dengan fenomena akan mengeksplorasi struktur kesadaran pengalaman hidup manusia. Menurut Polkinghorne (1989) dalam Creswell (2014). Dalam pendekatan fenomenologi terdapat menjadi 2 yakni:

Deskripsi Tekstural Menurut Moustakas (1994). Deskripsi tekstural dalam metode fenomenologi disebut makna, yang menggambarkan pengalaman objek penelitian sebagai fenomena. Pengalaman masing-masing partisipan dimaknai memiliki nilai yang sama dalam upaya menemukan sifat objek atau yang disebut horizontalisasi. Pada penelitian bagian ini, penulis mendeskripsikan makna semua responden yang mempunyai pengalaman push parenting, dan menggunakan data yang diperoleh melalui kuesioner untuk menyusun deskripsi tekstural.

Deskripsi Struktural Menurut Moustakas (1994). Deskripsi struktural dalam pendekatan fenomenologis menggambarkan topik seperti waktu, tempat, hubungan dengan orang lain, dan perhatian sebab akibat yang disengaja dalam hidup. Struktur individu yang dijelaskan untuk setiap peneliti menggabungkan deskripsi struktur dan

tema menjadi satu deskripsi struktur. Kombinasi dari deskripsi struktural ini menjadi gambaran umum tentang pengalaman. Dalam studi ini, deskripsi struktural disusun berdasarkan pengalaman push parenting dari responden.

2.4. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar atau target audience adalah menentukan dan mengelompokkan pasar yang akan diwujudkan menurut kriteria yang telah ditentukan (Whalley, 2000: 69). Untuk menentukan target, gunakan variabel untuk mengelompokkannya, antara lain:

Metode Variabel

Geografis Lokasi, Wilayah/Negara,

Luas wilayah/negara, Perkotaan/pedesaan

Demografis Usia, Jenis Kelamin,

Pekerjaan

Psikografis Sikap, Kepribadian

Perilaku Menjadi lebih baik/buruk

Menurut Assauri (2012), segmentasi menjadi empat variabel. Variabel segmentasi yang umum digunakan adalah variabel geografis, demografis, psikologis dan perilaku.

a. Segmentasi Geografis

Digunakan untuk mengklasifikasikan pasar berdasarkan lokasi geografis, yang akan memiliki pengaruh berbeda pada permintaan yang berbeda dan biaya operasional. Dalam segmentasi geografis, pasar dibagi menjadi beberapa unit geografis, seperti; negara, provinsi, kota, atau lingkungan. Segmentasi pasar dengan membagi konsumen menjadi segmen pasar berdasarkan ukuran wilayah atau lokasi geografis.

b. Segmentasi Demografis

Pasar dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan variabel demografis seperti umur penduduk, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, agama, ras, kewarganegaraan, dan kelas sosial. Variabel demografis adalah dasar paling populer untuk membedakan grup pelanggan.

c. Segmentasi Psikologis

Segmentasi pasar ini dilakukan dengan mengklasifikasikan konsumen atau pembeli sebagai bagian dari pasar berdasarkan variabel-variabel gaya hidup, pola dan kepribadian.

d. Segmentasi Perilaku

Pada bagian perilaku pasar, mereka diklasifikasikan ke dalam kelompok

berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan produk, atau tanggapan terhadap produk.

3. DATA DAN ANALISIS

Perancangan ini mengambil data objek mengenai push parenting yang berada di Kota Probolinggo. Metode pengasuhan yang menuntut ini masih dapat dijumpai oleh orang tua yang mempunyai ketakutan berlebih terhadap masa depan anaknya, orang tua sangat berharap dengan menggunakan metode pengasuhan ini saat dewasa nanti anak akan lebih sukses dari orang tuanya. Namun tanpa disadari push parenting bisa menjadi salah satu bentuk kekerasan orang tua terhadap anaknya, karena orang tua selalu menuntut anaknya melakukan hal yang mereka minta.

Menurut Ibu Margaretha pakar Psikologi, metode push parenting dibentuk karena munculnya ketakutan berlebih orang tua terhadap anaknya, agar dewasa nanti anak akan lebih sukses dari pada orang tuanya. Dan merupakan sistem di mana orang tua dapat mendorong anaknya untuk mencapai hasil yang terbaik, atau bisa sesuai dengan yang diharapkan orang tuanya. Orang tua dapat melakukan segala perlakuan seperti perkataan, tindakan, fasilitas lain dengan tujuan menjadikan anak lebih baik. Tetapi tanpa disadari push parenting bisa menjadi negatif atau kekerasan, karena perilaku satu arah dari orang tua ke anak seperti mendapatkan kesuksesan atau ide terbaik dari orang tua, yang belum melibatkan apa menurut anak baik. Anak akan terluka secara psikologis karena mereka terus menerus diminta untuk melakukan yang terbaik dan membuat anak tersebut merasa seperti anak yang buruk dan tidak mampu dalam melakukan sesuatu. Walaupun anak sudah berusaha, tetap saja masih ada perasaan tidak kompeten yang tertinggal dalam anak karena selalu dituntut untuk menjadi yang terbaik tanpa melihat apa yang sudah dilakukan selama ini tidak cukup.

Setiap orang tua memiliki metode pengasuhan yang berbeda, termasuk menggunakan metode Good Enough Parenting merupakan pola asuh untuk mematahkan ilusi orang tua agar anak tidak selalu sempurna. Sehingga ketika anak gagal dan tidak memenuhi harapan yang orang tua inginkan, maka orang tua tidak tertekan. Hubungan yang kuat dengan anak harus dimiliki orang tua, dengan melihat

emosional anak dan bagai mana orang tua harus menyikapinya cara ini membuat orang tua mengetahui apa yang diinginkan anaknya.

Penulis juga melakukan wawancara dengan narasumber yang berada di kota Probolinggo melalui daring sebut saja RW, yang pernah mempunyai pengalaman push parenting pada umur 6 tahun saat berada di bangku Sekolah Dasar. Saat kelas satu RW dituntut orang tua untuk mendapatkan ranking satu di kelasnya, akan tetapi akhirnya tinggal kelas untuk mengulang kelas satu dengan alasan orang tuanya belum cukup umur. RW dituntut orang tua agar mendapatkan ranking satu dengan difasilitasi mengikuti les akademik maupun non-akademik, bahkan sehabis pulang les tetap disuruh belajar juga. Pola asuh ini RW dapatkan hingga menduduki bangku kelas 6 SD, psikis RW sedikit terganggu seperti merasa tertekan, stres dan waktu bermain menjadi kurang. Walaupun begitu menurut perspektif RW dengan cara ini ada baiknya juga belajar disiplin dan menghargai waktu serta memudahkan untuk masuk ke jenjang berikutnya dan masa depan yang lebih baik.

Menurut Bapak Subarjo Bono Pinten Tangsen, editing iklan layanan masyarakat tidak jauh berbeda layaknya dengan editing pada film, dalam penyuntingan gambar iklan layanan masyarakat dilakukan dengan menyusun shot yang telah ditentukan dengan storyboard dan durasi pendek agar bisa dengan mudah menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat. Jika pada penyuntingan gambar pada film menyusun shot dilakukan untuk menangkap moment, ekspresi dan menggabungkan cerita dengan durasi yang lebih panjang.

Berdasarkan wawancara diatas, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa orang tua RW berniat ingin membuat mencapai hasil yang terbaik walaupun dengan metode push parenting, namun sebaiknya orang tua juga memberi batasan dalam menekan pola asuh anak. Dan dari pengalaman RW walaupun metode push parenting bisa menjadi bersifat negatif namun akan bermanfaat pada saat dewasa seperti disiplin menghargai waktu serta memudahkan untuk masuk jenjang berikutnya di masa depan.

4. KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1. Konsep Perancangan

Setelah menganalisis dan mengumpulkan data, penulis dapat mengetahui hasil analisis

untuk iklan layanan masyarakat mengenai push parenting, yang di mana orang tua masih menggunakan cara push parenting untuk mendidik anak, karena menurut orang tua dengan metode itu anaknya akan lebih baik kedepannya, namun akibatnya anak menjadi frustrasi karena selalu dituntut menuruti keinginan orang tuanya. Ini bisa dijadikan ide besar untuk membuat iklan layanan masyarakat.

Penulis melakukan wawancara kepada narasumber yang telah terkena dampak push parenting oleh orang tuanya dan penulis mewawancarai Psikolog untuk mengetahui sebab orang tua masih menggunakan metode push parenting dalam mendidik anak.

4.1.1 Konsep Pesan

Penulis ingin memberikan pemahaman bagi orang tua yang masih menggunakan metode push parenting dalam mendidik anaknya. Berdasarkan data yang telah diperoleh penulis, masih ada orang tua yang mendidik dengan pola asuh menekan. Hal ini dapat terjadi dikarenakan orang tua selalu menginginkan anaknya menjadi yang sempurna atau terbaik dalam semua bidang. Tanpa disadari dengan metode tersebut dapat menjadikan kekerasan dalam mendidik anak oleh orang tuanya.

Pesan dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini yaitu untuk memberikan informasi kepada penonton terutama bagi orang tua yang sudah memiliki anak, bahwa mendidik anak tidak selalu harus dengan menggunakan metode push parenting, yang bisa menimbulkan kekerasan serta merusak psikis anak karena terlalu banyak menerima tekanan atau tuntutan dari orang tua.

4.1.2 Konsep Komunikasi

Dalam pembuatan perancangan iklan layanan masyarakat dengan fenomena push parenting ini, tujuan komunikasi sangat penting agar media yang disampaikan dapat menuju sasaran. Tujuan dari komunikasi ini yaitu mengkomunikasikan informasi kepada target sasaran mengenai dampak buruk push parenting bagi anak, sehingga diharapkan orang tua mendidik anak dengan pola asuh yang lebih baik lagi.

4.1.3 Konsep Kreatif

Konsep kreatif adalah gambaran umum dari proses pengembangan perancangan iklan layanan masyarakat pada editing.

a. Peran

Pada perancangan iklan layanan masyarakat mengenai push parenting ini, penulis berperan sebagai penyunting gambar mempunyai tugas menyusun rangkaian gambar yang sudah dilakukan pada produksi sesuai dengan alur cerita yang sutradara inginkan.

b. Jenis

Penulis memilih jenis iklan layanan masyarakat non-komersial bertujuan untuk menyajikan pesan sosial secara urut dari awal hingga akhir, yang bertujuan untuk pemahaman pola asuh yang lebih baik bagi orang tua.

c. Pendekatan Visual

Perancangan iklan layanan masyarakat ini penulis menampilkan gambaran visual yang akan mengacu pada penyampaian pesan dan emosi untuk membangun karakter antara potongan-potongan gambar. Dalam penerapannya penulis menggunakan montase agar dapat memperlihatkan visual karakter pada pemerannya.

4.1.4 Konsep Media

a. Media Perancangan

Dalam media yang digunakan pada perancangan ini adalah iklan layanan masyarakat jenis non-komersial. Iklan layanan masyarakat merupakan media yang menampilkan informasi dan pesan. Proses pembuatan perancangan ini penulis sebagai penyunting gambar yang akan bertanggung jawab pada tahap produksi. Penyunting gambar memiliki tugas merangkai adegan sesuai dengan alur cerita yang sudah diambil pada tahap produksi.

b. Media Pendukung

Perancangan iklan layanan masyarakat ini menggunakan sarana media pendukung Youtube, karena zaman sekarang kaula muda hingga orang tua dapat mengakses platform tersebut.

4.1.5 Konsep Visual

Dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini menggambarkan emosi pada alur cerita sehingga membutuhkan aspek penyuntingan gambar yang sesuai. Penulis akan memfokuskan pada potongan dan transisi gambar yang sesuai dengan konsep cerita untuk memberikan suasana emosi dalam penyampaian iklan layanan masyarakat kepada penonton.

4.1.6 Konsep Editing

Pada perancangan iklan layanan masyarakat ini dengan fenomena push parenting, penulis akan menggunakan montase dalam penyusunan editing dan bekerjasama dengan konsep yang telah

ditentukan oleh sutradara untuk mewujudkan visi sutradara. Montase ini digunakan untuk memperlihatkan adegan antar tokoh pada alur cerita sehingga menghasilkan pesan pada setiap scene. Style editing pada iklan layanan masyarakat ini memiliki ritme pelan dan saling berhubungan dengan alur maju dan mundur pada cerita. Penggunaan transisi berupa cut, fade, dissolve pada setiap shot dan beberapa efek transisi digunakan untuk mendapatkan pesan dan ekspresi pemeran, di mana editor mengatur potongan shot untuk digabungkan ke dalam shot lain agar menghasilkan ide atau menciptakan sebuah pemikiran. Dalam pewarnaan pada iklan layanan masyarakat dibuat sama dengan warna realita yang tidak mengarah ke artificial image. Serta penggunaan background music berupa instrumental yang memiliki mood sedih tujuannya untuk mendukung suasana yang terjadi pada cerita.

4.2. Hasil Perancangan

Pada tahap pra produksi penulis yang memiliki peran sebagai editor membantu menganalisis naskah dengan sutradara dan departemen lain yang nantinya akan dilaksanakan pada tahap produksi. Tak hanya itu dalam perancangan Tugas Akhir ini penulis juga membuat breakdown editing script.

4.2.2 Produksi

Pada tahap produksi, penulis membantu jalannya proses pengambilan gambar dan memantau kontinuitas visual yang akan ditampilkan dalam iklan layanan masyarakat sesuai dengan alur cerita dan storyboard yang telah dibuat. Saat proses produksi berlangsung penulis juga mempelajari susunan cerita yang kemungkinan akan ada perubahan saat proses berlangsung.

4.2.3 Pascaproduksi

Pada tahap ini, hal yang dilakukan pertama adalah memindahkan dan menyimpan data hasil pengambilan gambar ke dalam komputer dan harddisk kemudian dipisahkan folder sesuai urutan scene yang telah dibuat untuk mempermudah editor dalam mencari gambar yang ingin digunakan. Penulis melakukan proses memilih gambar dan menggabungkan gambar secara kasar (rough cut) atau editing offline, lalu gambar disempurnakan pada tahap editing online dalam pengawasan sutradara.

Penulis menggunakan aspek editing pada iklan layanan masyarakat ini berupa aspek

ritmik, spasial, dan temporal. Dan menggunakan bentuk editing berupa montase, cut, fade, dissolve. Montase merupakan penyusunan rangkaian gambar adegan yang terpisah, kemudian disusun menjadi suatu rangkaian yang tersusun rapi sehingga membentuk suatu kesan.

Pewarnaan pada iklan layanan masyarakat ini diterapkan sesuai dengan konsep yang sebelumnya telah ditentukan, pewarnaan ini bertujuan untuk menandakannya perbedaan waktu, memberikan ketertarikan emosi, memperkuat dan mendukung suasana pada setiap adegan.

a. Alat dan Perangkat Lunak

Alat yang digunakan penulis pada tahap pascaproduksi adalah Komputer dan Laptop. Perangkat Lunak yang digunakan penulis dalam editing video adalah Adobe Premiere Pro 2021, Adobe After Effect 2020 dan Davinci Resolve Studio.

b. Pengelompokan File

Dalam tahap ini penulis bersama dengan sutradara memisahkan file yang akan dipakai sesuai urutan scene pada storyboard untuk mempermudah pada proses editing.

c. Editing Offline

Dalam tahap ini penulis melakukan penyusunan draft gambar menggunakan teknik montase agar menjadi urutan gambar yang tersusun rapi sesuai dengan alur cerita dan sinkronisasi suara sesuai dengan runtutan cerita ke dalam timeline sequence, perangkat lunak yang digunakan adalah Adobe Premiere CC 2020. Pengerjaan editing offline ini juga diawasi oleh sutradara agar potongan gambar sesuai dengan yang diinginkan, setelah editing offline selesai dan sesuai yang diinginkan dan dapat dikatakan picture lock di mana picture lock tidak dapat diubah lagi secara flow, potongan gambar dan suara.

d. Editing Online

Dalam tahap ini editor melakukan penyuntingan draft editing offline dengan ketentuan yang telah sutradara konsepskan dan akan dituangkan ke dalam proses ini seperti mengkoreksi warna, menambahkan color grading, melakukan penghapusan objek yang mengganggu, memperbaiki objek pada footage, pemberian transisi, judul, subtitle dan credit. Perangkat lunak yang digunakan pada editing online yaitu Adobe After Effect 2020 untuk penghapusan objek, Davinci Resolve Studio untuk perwarnaan pada footage, Adobe Premiere Pro 2021 untuk menyatukan footage ke

dalam timeline dari hasil editing online yang kemudian menjadi final render.

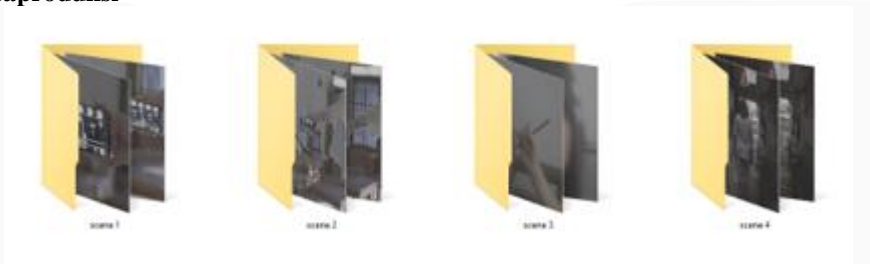
4.3. Hasil Perancangan

1. Produksi

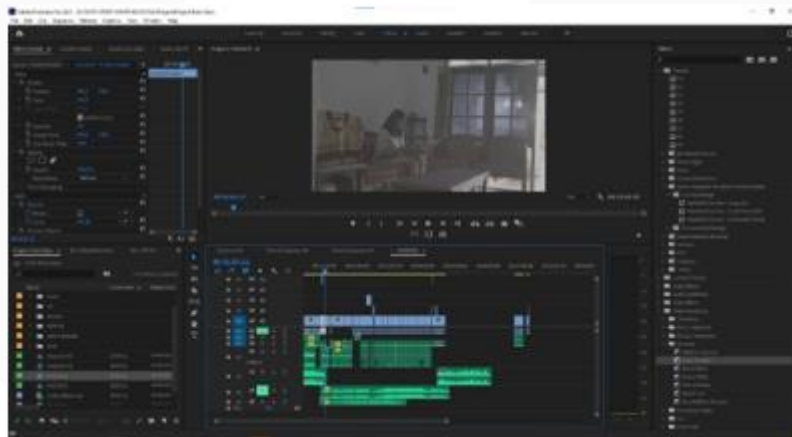


Gambar 1 Proses Produksi
Sumber: Dokumen Pribadi

2. Pascaproduksi



Gambar 2 Pengelompokan File
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 3 Editing Offline
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 4 *Color Grading*
Sumber: Dokumen Pribadi

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilalui oleh penulis dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif terhadap fenomena push parenting, masih ada orang tua yang mendidik anak dengan menggunakan push parenting terjadi pada anak dengan usia 7-20 tahun di kota Probolinggo. Dari semua data yang dikumpulkan, bahwa push parenting yang terjadi dalam mendidik anak sehingga dapat memberikan dampak yang buruk bagi psikis dan minat bakatnya. Dapat diketahui pada perancangan Tugas Akhir ini bahwa bentuk push parenting yang ada dalam mendidik anak kerap kali terjadi dikarenakan orang tua yang selalu menginginkan anaknya menjadi yang terbaik dalam hal apapun. Push parenting yang diterima oleh anak tersebut biasanya akan mengarah ke tuntutan keinginan orang tua yang terlalu menekan. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui wawancara dengan korban push parenting, saat kecil dia selalu dituntut untuk jadi ranking dikelasnya, tak hanya itu sepulang sekolah dia mengikuti bimbingan tambahan akademik maupun non-akademik, dan malamnya dia harus belajar hanya demi mengikuti keinginan orang tuanya agar menjadi anak yang lebih baik di masa depan. Dari hasil data yang penulis dapatkan, penulis

membuat sebuah iklan layanan masyarakat yang berjudul “Putri Story: Impian Tak Seindah Realita” dengan tujuan untuk menyampaikan pesan sosial kepada masyarakat khususnya orang tua yang sudah memiliki anak, bahwa mendidik anak dengan menggunakan metode push parenting adalah hal yang tidak baik.

Dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini penulis berperan sebagai editor, penulis menyusun rangkaian gambar dengan teknik montase agar rangkaian gambar yang tersusun dapat dipahami alur cerita dan pesan sosial oleh masyarakat. Penulis menggunakan beberapa teknik potongan editing dan transisi, teknik editing yang lebih dominan adalah cut dan jump cut agar perpindahan shot sesuai dengan alur cerita, serta menggunakan transisi fade out dan fade in agar perpindahan shot terkesan lebih dramatis.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, jika ada suatu saat nanti ada perancangan iklan layanan masyarakat dengan fenomena push parenting, lebih baiknya dapat mengeksplor kekurangan dalam perancangan karya Tugas Akhir ini sehingga dapat membuat penelitian atau karya yang lebih baik lagi. Dan diharapkan kepada masyarakat terutama orang tua yang sudah mempunyai anak untuk mendidik anaknya dengan lebih baik lagi.

REFERENSI

Buku

Andra, Fembrianto. (2011). *Color Grading Video Dengan Photoshop*.

Ariatama, Agni. Arda Muhlisiun. (2008). *Job Description Pekerja Film*. Jakarta: FFTV-IKJ

Assauri, Sofjan. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo

Atmodiwirio, Soebagio. (2000). *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: Adadizya Jaya.

- Biran, Harun Misbach Yusa. (1987). *Angle, Kontinuiti, Editing, CloseUp, Komposisi dalam sinematografi*. Jakarta. Yayasan Citra.
- Creswell, John W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih di antara Lima Pendekatan*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Dancyger, Ken. (2011). *The Technique of Film & Video Editing: History, Theory, and Practice*. Oxford: Focal Press
- Danny I. Yatim-Irwanto. (1991). *Kepribadian Keluarga Narkotika*. Jakarta: Arcan.
- Frierson, M. (2018). *Film & Video Editing Theory: How Editing Creates Meaning*. New York: Routledge.
- Heterington, M. E & Porke, R. D. (1999), *Child Psychology A Contemporary New Point 4 th*. New York: Mc Graw Hill. Inc.
- Himawan, Pratista. (2008). *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.
- Hauck, Paul. (1993). *Psikologi Populer, (Mendidik Anak dengan Berhasil)*. Jakarta : Arcan.
- John W. Santrock. (2007). *Perkembangan Anak*. Jilid 1 Edisi kesebelas. Jakarta : PT. Erlangga.
- Made Pidarta. (1997). *Landasan Kependidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Peacock, Richard Beck. (2001). *The Art of Moviemaking: Script to Screen*.
- Susanto, Astrid. (1982). *Komunikasi Massa I*. Bandung: Bina Cipta.
- Thompson, Roy; Christopher J. Bowen. (2009). *Grammar of The Shot Second Edition*. Oxford: Focal Press University of Indiana: Prentice Hall.
- Wahyuning, Wiwit. (2003). *Mengkomunikasikan Moral Kepada Anak*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Whalley, Andrew. (2010). *Strategic Marketing*. Ventus Publishing Aps.
- Wibisono, Ario. (2011). *Editing Dokumenter (Sebuah Pengantar)*. Prodi TV dan Film STSI, Bandung
- Widyatama, Rendra. (2005). *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.
- Skripsi**
- Deaz, Muhammad Arika., & Hendiawan, Teddy. (2020). *Editing Teknik Montase Dalam Perancangan Film Pendek Sekantung Curiga*. eProceedings of Art & Design, 7, 647.

Nasyruddin, Mahfudh., & Belasunda, Riksa. (2015). *Perancangan Public Service Announcement (PSA) Sebagai Media Kampanye Anti Polusi Visual Akibat Iklan Outdoor*, 11

Nurseha, Reza., Belasunda, Riksa., & Hendiawan, Teddy. (2017). *Editing Montage Dalam Film Pendek Kisah Yang Tak Terbaca*. eProceedings of Art & Design, 4, 520.

Jurnal

Belasunda, Riksa., Saidi, Acep Iwan & Sudjudi, Iman. (2014). *Hibriditas Medium pada Film Opera Jawa Karya Garin Nugroho sebaga Sebuah Dekonstruksi*. *Jurnal of Visua Art and Design*, 6(2),109-110.

Wawancara

Margaretha. 2020. Dosen Psikologi Universitas Airlangga. 37 menit. (15 Desember 2020)

RW. 2020. Narasumber Korban *Push Parenting*. 13 menit. (19 Desember 2020)

Subarjo Bono Pinten Tangsen. *Editor Freelance*. 30 menit (11 Juli 2021)

Website

Guru Pendidikan. 2021. *Pengertian Pendidikan*. <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-pendidikan/>. Diakses pada 21 April 2021.

Kompasiana. 2019. *Sekolah Unggul*. <https://www.kompasiana.com/alwihilir0740/5d3329a4097f3677584cb492/sekolah-unggul>. Diakses pada 19 Desember 2020.

Pens. 2019. *Mengenal lebih jauh tentang Teknik Editing Montage*. <http://redaksi.pens.ac.id/2019/07/26/mengenal-lebih-jauh-tentang-teknik-editing-montage>. Diakses pada 20 Desember 2020.

Undang - undang

Departemen Pendidikan Nasional. 2003. Undang-undang RI No.20 tahun 2003. Tentang Sistem Pendidikan Nasional. Jakarta: Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan.

Departemen Pendidikan Nasional.1989. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1989. Sistem Pendidikan Nasional dan Penjelasannya, Departemen Pendidikan. Jakarta: Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan.

Sumber lain

Djayadiningrat, Dimas. 2016. Dancow Fortigro – Mother's Day | Directed by Dimas Djayadiningrat. <https://www.youtube.com/watch?v=0JN5LeOwn8k/>. Diakses pada 6 Desember 2020.

Djayadiningrat, Dimas. 2019. Axe – Mudik | Directed by Dimas Djayadiningrat. <https://www.youtube.com/watch?v=UgWscGfbHw8/>. Diakses pada 6 Desember 2020

Indonesia, Gojek. 2019. Para Penjaga Amanah. <https://www.youtube.com/watch?v=13-MSzLs9gg/>. Diakses pada 6 Desember 2020.