



**ANALISA CHRISTIAN METZ  
DALAM IKLAN FILM PENDEK “*FIX IT IN POST*”**

**TESIS**

**SUHENDRA  
55213110058**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2015**



**ANALISA CHRISTIAN METZ  
DALAM IKLAN FILM PENDEK “*FIX IT IN POST*”**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Ilmu Komunikasi

**SUHENDRA  
55213110058**

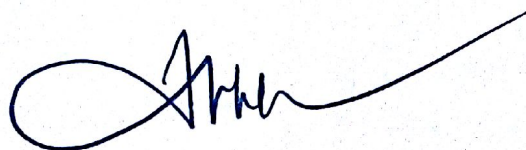
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2015**

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Suhendra
2. NIM : 55213110058
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
6. Judul : Analisa Christian Metz Dalam Iklan Film  
Pendek "*Fix It In Post*"

Jakarta, 6 Juni 2015

Pembimbing Utama



( Dr. Nur Kholisoh, M.Si )



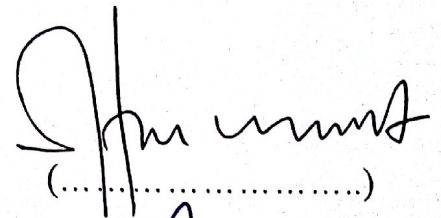
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

- |                       |   |   |
|-----------------------|---|---|
| 1. Judul              | : | Analisa Christian Metz Dalam Iklan Film Pendek "Fix It In Post" |
| 2. Nama               | : | Suhendra  |
| 3. NIM                | : | 55213110058   |
| 4. Jenjang Pendidikan | : | Strata Dua (S2)   |
| 5. Program Studi      | : | Magister Ilmu Komunikasi  |
| 6. Konsentrasi        | : | Corporate and Marketing Communication                           |
| 7. Tanggal            | : | 19 Juni 2015  |

Jakarta, 19 Juni 2015

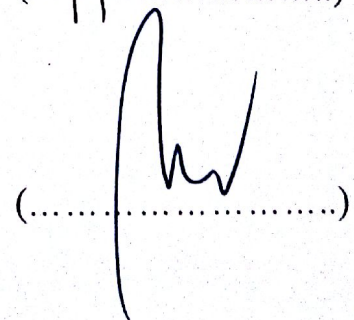
Mengetahui,

1. Ketua Sidang:  
Dr. Heri Budianto, M.Si



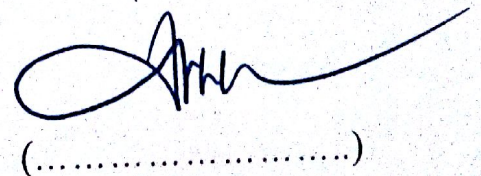
(.....)

2. Penguji Ahli:  
Dr. Inge Hutagalung, M.Si



(.....)

3. Pembimbing:  
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



(.....)



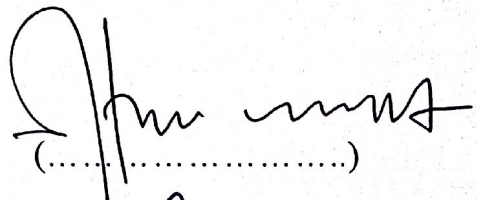
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

- |                       |   |   |
|-----------------------|---|---|
| 1. Judul              | : | Analisa Christian Metz Dalam Iklan Film Pendek "Fix It In Post" |
| 2. Nama               | : | Suhendra  |
| 3. NIM                | : | 55213110058   |
| 4. Jenjang Pendidikan | : | Strata Dua (S2)   |
| 5. Program Studi      | : | Magister Ilmu Komunikasi  |
| 6. Konsentrasi        | : | Corporate and Marketing Communication                           |
| 7. Tanggal            | : | 19 Juni 2015  |

Jakarta, 19 Juni 2015

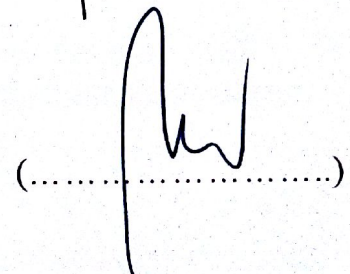
Mengetahui,

1. Ketua Sidang:  
Dr. Heri Budianto, M.Si



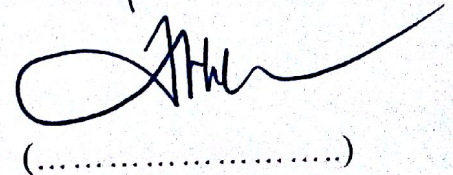
(.....)

2. Penguji Ahli:  
Dr. Inge Hutagalung, M.Si



(.....)

3. Pembimbing:  
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



(.....)



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisa Christian Metz Dalam Iklan Film Pendek  
"Fix It In Post"  
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Semiotika Sinema  
Nama : Suhendra  
NIM : 55213110058  
Program : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 19 Juni 2015

Mengesahkan


Pembimbing Utama



( Dr. Nur Kholisoh, M.Si )

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi



( Prof. Dr. Didik J. Rachbini )



( Dr. Nur Kholisoh, M.Si )



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : Analisa Christian Metz Dalam Iklan Film Pendek  
"Fix It In Post"  
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Semiotika Sinema  
Nama : Suhendra  
NIM : 55213110058  
Program : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 19 Juni 2015

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 19 Juni 2015



( Suhendra )

## KATA PENGANTAR

*“Jika kamu tidak mengejar apa yang kamu inginkan, maka kamu tidak akan mendapatkannya. Jika kamu tidak bertanya maka jawabannya adalah tidak. Jika kamu tidak melangkah maju, kamu akan tetap berada di tempat yang sama”*  
– Nora Roberts.

Alhamdulillah, berkat motivasi yang tinggi untuk melangkah maju dan keinginan untuk mengaplikasikan ilmu-ilmu yang peneliti dapatkan selama perkuliahan di Universitas Mercu Buana Jakarta, dan pengalaman kognitif, akhirnya Tesis yang berjudul "Analisa Christian Metz dalam Iklan Film Pendek *Fix It In Post*" ini selesai.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap iklan film pendek "*Fix It In Post*" karena kejelian dan kecerdasan dari *creator* iklan film pendek, *Jeremy Hunt*, yang menyampaikan "pesan"-nya dengan mengkonstruksi tanda-tanda dalam iklan film pendek tersebut, sehingga menggambarkan kecanggihan *software video editing*, dan menciptakan *brand image* positif terhadap produk *Autodesk® Smoke®*, sebagai *brand* yang menghasilkan *software video editing* canggih.

Peneliti menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus peneliti mengucapkan terima kasih kepada ibu Dr. Nur Kholisoh, M.Si., sebagai dosen pembimbing, sekaligus Kaprodi Magister Ilmu Komunikasi, serta kepada bapak Dr. Heri Budianto, M.Si. dan ibu Dr. Inge Hutagalung, M.Si., selaku dosen Penguji pada Ujian Tesis, bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Tak lupa juga peneliti berterima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu komunikasi, termasuk rekan-rekan kampus, yang luar biasa



memberi *support* dan masukannya, terutama ibu Diana Astuti, yang banyak membantu melengkapi berbagai literatur, pak Sudrajat, bu Prima Jonggrang, dan mbak Dewi Ambar, yang rela diajak *sharing* membahas Tesis yang peneliti kerjakan, serta semua teman-teman yang tidak peneliti sebutkan satu persatu, karena semua teman-teman satu angkatan sangat luar biasa memotivasi dan mendukung, serta seluruh tim produksi PT. SCM, khususnya divisi *production house* yang menjadi salah satu sumber informasi dalam penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, adik-adik, kakak-kakak, ibu mertua dan istri tercinta Diana Dwi Novita, serta *my son* Osaka Sugoy Suhendra yang selalu mendoakan sejak awal perkuliahan hingga menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penelitian ini dapat memberi sumbangsih dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi pemasaran dan semiotika sinema.

Peneliti

## DAFTAR ISI

Halaman

<i>ABSTRACT</i>	
ABSTRAK	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Perumusan dan Pembatasan Masalah	10
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	12
1.5. Sistematika Penulisan	13
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	<b>15</b>
2.1. Penelitian Terdahulu	15
2.2. Kajian Teori	28
2.3. Bagan Kerangka Pemikiran	49
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>50</b>
3.1. Obyek Penelitian	50
3.2. Paradigma Penelitian	51
3.3. Metode Penelitian	51
3.4. Unit Analisis Data	52
3.5. Teknik Pengumpulan Data	52
3.6. Teknik Analisis Data	54
3.7. Teknik Keabsahan Data	54
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>55</b>
4.1. Gambaran umum Obyek Penelitian	55
4.2. Hasil Penelitian	67
4.2. Pembahasan	206
<b>BAB V. PENUTUP</b>	<b>211</b>
5.1. Kesimpulan	211
5.2. Saran	215
DAFTAR PUSTAKA	217
LAMPIRAN	222
BIOGRAFI	225



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Hasil Wawancara Prapenelitian .....	8
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 2.2.	Enam Strategi Kreatif Frazer .....	29
Tabel 2.3.	Judul-Judul Iklan Film Pendek .....	38
Tabel 4.1.	Sinopsis Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " .....	60
Tabel 4.2.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " .....	67
Tabel 4.3.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 1 .....	68
Tabel 4.4.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 1A .....	70
Tabel 4.5.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 1B .....	74
Tabel 4.6.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 1C .....	78
Tabel 4.7.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 1D .....	80
Tabel 4.8.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 2 .....	81
Tabel 4.9.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 2A .....	84
Tabel 4.10.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 2B .....	86
Tabel 4.11.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 2C .....	87
Tabel 4.12.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 2D .....	88
Tabel 4.13.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 3 .....	91
Tabel 4.14.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 3A .....	97
Tabel 4.15.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 3B .....	98
Tabel 4.16.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 4 .....	99
Tabel 4.17.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 5 .....	101
Tabel 4.18.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 5A .....	104
Tabel 4.19.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 5B .....	105
Tabel 4.20.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 5C .....	107
Tabel 4.21.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 5D .....	109
Tabel 4.22.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 6 .....	112
Tabel 4.23.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 7 .....	116
Tabel 4.24.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 8 .....	117
Tabel 4.25.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 8A .....	121
Tabel 4.26.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 8B .....	124
Tabel 4.27.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 9 .....	126
Tabel 4.28.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 10 .....	130
Tabel 4.29.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 10A.....	132
Tabel 4.30.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 10B .....	134
Tabel 4.31.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Scene 10B (cont') .....	138
Tabel 4.32.	Data Iklan Film Pendek " <i>Fix It In Post</i> " Closing .....	142
Tabel 4.33.	Analisa Scene 1 .....	144
Tabel 4.34.	Analisa Scene 1A .....	146
Tabel 4.35.	Analisa Scene 1B .....	148
Tabel 4.36.	Analisa Scene 1C .....	151
Tabel 4.37.	Analisa Scene 1D .....	152

Tabel 4.38.	Analisa <i>Scene 2</i>	.....	156
Tabel 4.39.	Analisa <i>Scene 2A</i>	.....	158
Tabel 4.40.	Analisa <i>Scene 2B</i>	.....	160
Tabel 4.41.	Analisa <i>Scene 2C</i>	.....	161
Tabel 4.42.	Analisa <i>Scene 2D</i>	.....	162
Tabel 4.43.	Analisa <i>Scene 3</i>	.....	166
Tabel 4.44.	Analisa <i>Scene 3A</i>	.....	170
Tabel 4.45.	Analisa <i>Scene 3B</i>	.....	171
Tabel 4.46.	Analisa <i>Scene 4</i>	.....	173
Tabel 4.47.	Analisa <i>Scene 5A</i>	.....	176
Tabel 4.48.	Analisa <i>Scene 5B</i>	.....	177
Tabel 4.49.	Analisa <i>Scene 5C</i>	.....	178
Tabel 4.50.	Analisa <i>Scene 5D</i>	.....	179
Tabel 4.51.	Analisa <i>Scene 6</i>	.....	183
Tabel 4.52.	Analisa <i>Scene 8</i>	.....	186
Tabel 4.53.	Analisa <i>Scene 8A</i>	.....	188
Tabel 4.54.	Analisa <i>Scene 8B</i>	.....	190
Tabel 4.55.	Analisa <i>Scene 9</i>	.....	192
Tabel 4.56.	Analisa <i>Scene 10</i>	.....	196
Tabel 4.57.	Analisa <i>Scene 10A</i>	.....	198
Tabel 4.58.	Analisa <i>Scene 10B</i>	.....	199
Tabel 4.59.	Analisa <i>Scene 10B (cont')</i>	.....	202



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Bagan Tipologi Sintagmatik Metz .....	46
Gambar 2	Bagan Kerangka Pemikiran .....	49
Gambar 3	Logo <i>Autodesk Inc.</i> .....	55
Gambar 4	Logo <i>Autodesk Smoke 2013</i> .....	56
Gambar 5	Sintagmatik Braket <i>Opening</i> .....	56
Gambar 6	<i>Sequence 1 (Scene 1)</i> .....	153
Gambar 7	<i>Sequence 1 (Scene 1A)</i> .....	153
Gambar 8	<i>Sequence 1 (Scene 1B)</i> .....	153
Gambar 9	<i>Sequence 1 (Scene C1)</i> .....	153
Gambar 10	<i>Sequence 1 (Scene 1D)</i> .....	153
Gambar 11	<i>Sequence 2 (Scene 2)</i> .....	163
Gambar 12	<i>Sequence 2 (Scene 2A)</i> .....	163
Gambar 13	<i>Sequence 2 (Scene 2B)</i> .....	163
Gambar 14	<i>Sequence 2 (Scene 2C)</i> .....	163
Gambar 15	<i>Sequence 2 (Scene 2D)</i> .....	163
Gambar 16	<i>Sequence 3 (Scene 3)</i> .....	171
Gambar 17	<i>Sequence 3 (Scene 3A)</i> .....	171
Gambar 18	<i>Sequence 3 (Scene 3B)</i> .....	172
Gambar 19	<i>Sequence 5 (Scene 5)</i> .....	181
Gambar 20	<i>Sequence 5 (Scene 5A)</i> .....	181
Gambar 21	<i>Sequence 5 (Scene 5B)</i> .....	181
Gambar 22	<i>Sequence 5 (Scene 5C)</i> .....	181
Gambar 23	<i>Sequence 5 (Scene 5D)</i> .....	181
Gambar 24	<i>Sequence 8 (Scene 8)</i> .....	192
Gambar 25	<i>Sequence 8 (Scene 8A)</i> .....	192
Gambar 26	<i>Sequence 8 (Scene 8B)</i> .....	192
Gambar 27	<i>Sequence 10 (Scene 10)</i> .....	204
Gambar 28	<i>Sequence 10 (Scene 10A)</i> .....	204
Gambar 29	<i>Sequence 10 (Scene 10B)</i> .....	204
Gambar 30	Sintagmatik Braket <i>Closing</i> .....	205

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	<i>Company Profile Autodesk® Inc.</i> .....	222
Lampiran 2	<i>Profile Autodesk® Smoke®</i> .....	223
Lampiran 3	Foto-foto diskusi prapenelitian bersama para profesional tim PT. SCM, pengguna <i>software video editing</i> .....	224