



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Sound*

Pendengaran melalui telinga biasanya lebih imajinatif daripada penglihatan mata. Manusia biasanya lebih perseptif dan diskriminatif terhadap apa yang dilihatnya. Akibatnya, telinga manusia dapat menerima hal yang tidak lazim, tidak realistis dan lebih toleran terhadap pengulangan (Owens, 2015, hlm. 370). Menurut Pratista (2017), di dalam sebuah film penonton bisa mendengar seluruh suara yang keluar dari gambar. Suara bisa dari dialog, musik, dan efek suara yang penonton dengar melalui telinga. Film bisu yang selama ini diketahui sebenarnya tidaklah sepenuhnya bisu, karena film bisu biasanya diiringi dengan suara alat musik seperti organ, piano, *gramophone*, efek suara, narator, hingga semua penuh dengan musik atau iringan orkestra (hlm. 197).

Pada awalnya banyak orang menganggap bahwa hal yang terpenting di dalam sebuah film adalah visualnya. Tapi ternyata suara juga penting. Saat penonton tidak ingin melihat sebuah visual atau video, penonton bisa saja memalingkan wajah ataupun menutup mata. Tapi semua itu tidak dapat membuat penonton tidak mendengar suara di dalam film tersebut. Menurut Andrea Truppin di dalam buku Altman (1992), suara merupakan hal kedua yang penting setelah visual di dalam sebuah film. Suara merupakan kepercayaan di mana barang yang tidak terlihat di dalam visual bisa penonton bayangkan hanya melalui suara. Suara juga merupakan bukti dari keberadaan barang tersebut (hlm. 235).

2.1.1. Peran *Sound*

Banyak jenis suara yang memiliki peran untuk menceritakan atau memberi informasi di dalam pembuatan sebuah film. Dialog, narasi, dan *sound effect* bisa digunakan untuk menceritakan apa yang terjadi di dalam sebuah *scene*. Misalnya, untuk menarik perhatian sang karakter terhadap sesuatu yang tidak berada di dalam *frame*. *Sound effect* seperti itu sering dituliskan ke dalam naskah, karena penggunaannya dapat memengaruhi karakter untuk mengambil suatu keputusan dan tindakan (Holman, 2010, hlm. xviii).

Suara juga memiliki peran bawah sadar, di mana suara dapat bekerja pada pendengarnya secara tidak sadar. Seringkali penonton hanya bisa mengira-ngira suara yang didengarnya tanpa harus melihat benda atau barang yang ada. Dari situlah sang pembuat film mulai bermain-main dan bereksperimen, bagaimana caranya membuat sesuatu yang tampak nyata terhadap penonton dengan menggunakan suara yang mungkin dipotong-potong (Holman, 2010, hlm. xviii).

Suara juga dapat menyediakan bentuk kontinuitas untuk sebuah film. Misalnya, jika suara tetap konstan sebelum dan sesudah *shot* berganti, maka penonton tidak akan merasakan *jumping* saat menonton. Hal ini dikarenakan sudut pandang penonton masih sama dengan sebelumnya yang terpengaruh dengan suara, sehingga penonton tetap bisa mengikuti cerita dengan baik. *Ambience* dapat memengaruhi suatu kontinuitas di dalam film (Holman, 2010, hlm. xviii).

2.1.2. Jenis Sound

Di dalam sebuah film ada beberapa jenis suara yaitu, *sound effect*, *ambience*, dialog, musik, *dubbing*, dan *voice over*. Dari beberapa jenis tadi, penulis akan menggunakan empat jenis suara dalam pembuatan iklan, yaitu:

2.1.2.1. Sound Effect

Sound effect digunakan saat suatu suara tidak pernah ada atau tidak nyata. Misalnya suara alien, robot, monster dan bisa juga suara yang tidak dapat direkam saat proses pembuatan film itu berlangsung, seperti: suara sirene mobil polisi dan meteor jatuh. *Sound effect* bisa menentukan sebuah mood atau perasaan yang ingin disampaikan ke dalam film. Mereka bisa memberikan *pace* dan *tension* di dalam sebuah *scene*. Misalnya, suara jam berdetik itu bisa membuat penonton merasakan waktu itu berjalan secara lambat. *Sound effect* juga bisa didapatkan dalam *sound library*, kemudian diedit dan diberikan efek-efek supaya dapat memberikan kesan nyata seperti yang terlihat pada sebuah *scene* (Winters, 2017, hlm. 82-83).

2.1.2.2. Soundscape

Soundscape adalah jenis suara rekaman *background* di suatu lokasi. Suara itulah yang memberikan kesan nyata di suatu tempat. *Soundscape* biasanya digunakan untuk kontinuitas suara dengan *low frequency* untuk mengisi *background noise* di suatu tempat. Jika suara *soundscape* itu terus konstan dengan *scene* yang ada, maka penonton akan mendapatkan perasaan yang sama seperti suara *soundscape* yang digunakan. Tidak menutup

kemungkinan untuk *soundscape* melakukan tumpang-tindih untuk transisi sebuah *scene*, karena bisa membuat penonton mengantisipasi apa yang akan terjadi di *scene* berikutnya (Dakic, 2009, hlm. 5).

2.1.2.3. Dialog

Dialog merupakan jenis suara yang dapat memengaruhi penentuan terhadap karakter dan alur cerita. Menurut Jeackle (2013), di awal era suara, seorang sutradara bernama Hawks lebih berkonsentrasi kepada mode dialog yang sutradara rasa akurat untuk mencerminkan bagaimana orang benar-benar berbicara dalam kehidupan sehari-hari. Pada dasarnya sebuah dialog diciptakan agar penonton mendapatkan informasi yang diinginkan pembuat film.

2.1.2.4. Musik

Musik mulai bergabung dengan film melalui karya-karya Lumiere pada tahun 1895 dan 1896. Saat itu Lumiere mengadakan pemutaran film di Paris dan London dengan membawa pemusik. Kemudian orkestra masuk untuk mengiringi film di bioskop (Davis, 2010, hlm. 17). Menurut D.Taylor (2014), musik mempunyai sebuah kekuatan (hlm. 1). Musik yang biasa penonton dengar memang biasanya dapat memengaruhi secara tidak sadar, namun mempunyai dampak besar pada bagaimana kemudian penonton akan memandang suatu produk yang diiklankan (Nina Hoerberichts, 2012, hlm. 5). Musik juga mempunyai kegunaan untuk memberitahu penonton bagaimana merasakan dari momen satu ke momen lainnya (Holman, 2010,

hlm. xii). Dari suatu musik penonton dapat memahami genre apa yang sedang mereka tonton. Seperti contoh film *Deadpool* (Tim Miller, 2016). Dari awal *scene* film di mulai, musik sudah berperan untuk memberi informasi kepada penonton mengenai genre film tersebut.

2.2. Sound Design

Sering kali orang-orang mengatakan bahwa pekerjaan dari seorang *sound design* adalah membuat suara alien, monster, maupun suatu suara yang tidak ada wujudnya atau bentuknya di dunia. Kata dari *sound design* sendiri mempunyai peran yang cukup besar dalam pembuatan sebuah film, yaitu: keseluruhan suara di dalam film. Hal ini termasuk dari suara *ambience*, *sound effect*, *designed sound*, *background sound*, musik, dan bahkan sebuah dialog merupakan tugas *sound design* (Winters, 2017, hlm. 13).

Sound Designer adalah orang yang membuat suara dengan cara merekam, mengedit, dan memanipulasi sebuah suara. Suara yang dihasilkan seorang *sound designer* digunakan untuk memanipulasi penonton agar emosi dan *feel* yang dicapai bisa tersampaikan dengan baik (Winters, 2017, hlm.14).

2.2.1. Foley

Pada awalnya *foley* ditemukan oleh seorang *cartoonist*, *director*, *actor*, *writer*, *baseball player* dan *stuntman* yang bernama Jack Foley. Kemudian Jack Foley mencoba untuk belajar tentang film yang bisa diberikan sebuah suara di dalamnya. Jack Foley mulai membuat suara-suara untuk mengisi aktivitas manusia atau suatu barang dan benda di dalam sebuah film. Film pertama suaranya dibuat oleh Jack

Foley adalah film *The Jazz Singer* (Alan Crosland, 1927), yang diketahui dengan film suara pertama yang diciptakan. Kemudian dari film tersebut, Jack Foley memutuskan untuk terus berada di bidang itu dan membuat banyak suara untuk film-film menggunakan suara langkah kaki, suara baju, tepuk tangan, dan masih banyak lagi yang pastinya bisa menggambarkan *cultural environment* (Ament, 2009, hlm.7).

Foley merupakan proses di mana *foley artist* merekam suara yang sama dengan gambar di sebuah video namun tidak direkam di waktu yang bersamaan. Melainkan direkam di tempat yang berbeda menggunakan barang-barang keseharian yang ada lalu kemudian disamakan dengan video yang ada. *Foley artist* adalah orang yang biasanya melakukan langkah kaki, menggunakan alat peraga dan bahkan gerakan dari kain yang digunakan karakter di ambil suaranya sambil melihat film atau *scene* tertentu. Kemudian ada *foley mixer* yang merekam semua suara yang dibuat di ruangan sebelah. Proses *foley* sendiri membutuhkan waktu, kesabaran, dan banyak keterampilan (Ament, 2009, hlm 10-14).

2.2.1.1. Peran Foley

1. Mendukung Realitas

Foley mempunyai peran penting sebagai pendukung terhadap visual yang sudah ada. *Foley* biasa dilakukan dengan cara merekam *sound* secara terpisah. Kemudian dipoles sehingga seperti yang sesungguhnya atau *realist* dan di-*sync* dengan visual yang berada di dalam film. Misalnya, dari film kita melihat ada orang berlari menggunakan *high heels* di atas lantai kayu. Dari visual yang ada *foley artist* juga harus

merekam dengan menggunakan barang yang sama, yaitu menggunakan *high heels* dan berada di atas kayu sehingga menimbulkan kesan yang *realist*. Setelah proses perekaman, selanjutnya dilakukan *sync* terhadap *sound* yang sudah direkam (Ament, 2009, hlm. 28).

2. Meningkatkan Realitas

Terkadang *foley* digunakan untuk menambahkan atau meningkatkan suatu suara dari hasil *foley* dengan *foley* yang sudah menjadi *sound effect* dari *library* yang ada. Dengan mengombinasikan *foley* dan *sound effect* dari *library*, maka *sound designer* bisa mencari suara yang terbaik untuk dimasukkan ke dalam visual tersebut. Sebagai contoh, ada sebuah film yang menceritakan seorang lelaki mengalami kecelakaan mobil. Dari visual yang ada *sound designer* membutuhkan suara tidak hanya dari suara *foley* saja, karena suara kecelakaan tidak hanya ada suara tabrakan biasa saja, tetapi juga ada suara kaca pecah, metal yang remuk, dan suara klakson yang akhirnya digabungkan dengan proses yang disebut *married effect* supaya bisa meningkatkan kerealitasannya. (Ament, 2009, hlm. 29-30).

3. Mengganti Realitas

Seorang *foley artist* harus dapat berpikir kreatif dengan cara melakukan eksperimen. Jika memang cara itu yang terbaik untuk hasil suara yang lebih bagus maka *foley artist* akan memilih *foley* daripada hanya mengambil suara dari *library*. Cara berpikir yang *out of the box* dapat membuat *foley* yang dihasilkan selalu baru karena kreativitas yang terus

berkembang. Tapi di balik keunikan dan ambisius seorang *foley artist* ternyata mempunyai dampak yang merugikan, yaitu: bagi *sound editor* yang harus bekerja lebih keras dengan mengeluarkan banyak waktu dan tenaga untuk mengedit suara yang ada dalam sebuah produksi *foley* (Ament, 2009, hlm. 30-31).

2.2.1.2. Teknik *Foley*

Menurut Ament (2009), *foley* diawali dengan merekam suara kaki berjalan. Ada beberapa sutradara yang memberi kepercayaan kepada *sound design* untuk membuat *foley*. Ada juga sutradara yang turut terjun ke dalam pembuatan *foley*. Belajar bagaimana menggunakan *props* untuk *foley*, adalah hal yang tidak mudah. Dari cara membuat langkah kaki yang *sync* dengan visual yang ada, sampai dengan segala kepekaan yang harus dimiliki *foley artist* terhadap setiap langkahnya untuk memberikan dampak yang berbeda sesuai dengan visual (hlm. 76).

1. *Foley Artist* sebagai Penari

“*Foley artist* harus menari?” adalah pertanyaan dari berbagai orang yang ingin menjadi *foley artist*. Keika *foley artist* dapat menari maka kemungkinan untuk menjadi *foley artist* lebih besar. Para penari lebih peka terhadap suatu gerakan dan tempo. Kemudian hal itu yang mempermudah seseorang untuk merekam suatu *audio* dan menyamakannya dengan visual yang ada. Pada dasarnya, setiap orang

yang melakukan *foley* terlihat seperti penari. Mulai dari kelenturan, keaktifan, dan kepekaan (Ament, 2009, hlm. 82).

2. Langkah Kaki Sesuai Irama

Saat melihat sebuah adegan di mana orang dalam *frame* berlari namun tidak terlihat kakinya, bukan berarti *foley artist* tidak membuat *foley* suara kaki. Cara yang paling tepat untuk kasus ini adalah lihat bahu sang tokoh di dalam visual. Bisa juga melalui tangan, kepala dan mungkin bagian badan tokoh yang memengaruhi suatu *shot* atau *scene*. Dibutuhkan irama untuk melakukan *foley* supaya suara dan gambar tetap selaras (Ament, 2009, hlm. 83).

3. Beragam Jenis Sepatu

Untuk membuat sebuah *foley*, *foley artist* tidak bisa menggunakan jenis sepatu yang sembarangan. Jika *foley artist* melihat orang menggunakan sepatu *high heels*, maka *foley artist* harus menggunakan sepatu yang sama supaya hasil dari *foley*-nya bisa mempresentasikan suara yang sebenarnya. Jadi *foley artist* harus bisa membedakan berbagai jenis sepatu dan suara untuk pembuatan *foley* (Ament, 2009, hlm. 84).

Selain dengan pemilihan beragam jenis sepatu, *foley artist* juga membutuhkan tempat untuk berjalan. Banyak dari studio di Hollywood yang mempunyai latar atau lantai yang dilengkapi dengan tanah, kerikil, ubin, dan bahkan sebuah tempat yang tahan air dengan berisikan lumpur dan genangan air. Setiap *sound* yang dihasilkan dari

permukaan itu memiliki ciri khas tersendiri yang unik (Rose, 2008, hlm. 208).

4. Jenis Kelamin

Banyak yang berbicara bahwa jenis kelamin dalam sebuah pembuatan *foley* adalah sebuah masalah. Hal ini dikarenakan saat lelaki berjalan sebagai karakter perempuan yang memakai *high heels*, membuat beberapa *foley artist* susah untuk menyamakan langkah kaki dari karakter tersebut, karena mereka harus menggunakan *high heels* juga. Tapi dengan berjalannya waktu, ada orang yang menemukan sepatu biasa, namun mempunyai suara yang mirip dengan *high heels*. Jadi sebenarnya jenis kelamin bukanlah sebuah masalah dalam pembuatan *foley*. Seseorang yang mau melakukan *foley* dengan baik adalah orang yang bisa melakukan *sync*, peka, teliti, memahami karakter, dan mempunyai *artistic taste* (Ament, 2009, hlm. 84).

5. Hewan

Langkah kaki dari seekor binatang mempunyai percampuran suara yang bisa dibilang cukup aneh. *Foley artist* kemudian harus berfikir secara kreatif untuk mendapatkan suara yang diinginkan. Jika *foley artist* melihat sebuah *scene* di mana kuda berjalan, *foley artist* akan merekam langkah kaki kuda menggunakan kepala kelapa, karena suara yang dihasilkan mirip dengan suara langkah kaki kuda (Ament, 2009, hlm. 86).

6. Tanpa Manusia

Melakukan langkah kaki untuk karakter merupakan hal yang penting dalam pembuatan *foley*. Kemudian muncul sebuah program komputer dan mesin yang diciptakan untuk mengurangi kebutuhan seorang *foley artist* untuk merekam ulang sebuah adegan. Program ini juga dapat mengurangi biaya produksi (Ament, 2009, hlm. 88).

2.3. Dimensi *Sound*

Menurut Pratista (2017), seorang pembuat film dapat memilih maupun mengontrol kualitas suara yang akan digunakan dalam sebuah video. kualitas suara dapat dibagi menjadi beberapa aspek, yaitu ritme suara, akurasi suara, dan ruang.

2.3.1. Ritme Suara

Di dalam sebuah suara, terutama suara musik pasti selalu memiliki ritme.

Ritme pada musik umumnya berhubungan dengan ritme aksi dan ritme *editing* terhadap filmnya. Ritme musik dapat memengaruhi unsur sinematik, seperti contoh yang mudah ialah film musikal, *La La Land* (Damien Chazelle, 2016). Seluruh gerak, tari, posisi, pergerakan pemain hingga pergerakan kamera mengikuti ritme musik yang ada.

2.3.2. Akurasi Suara

Akurasi suara adalah keakuratan suara yang keluar dari sebuah objek.

Misalnya di suatu *scene* film terlihat ada telur jatuh dan pecah, maka yang dikatakan akurat adalah jika ada suara telur pecah. Berbeda halnya dengan suara-suara yang keasliannya tidak nyata, seperti suara monster atau dinosaurus. Dalam hal ini, *sound designer* harus berpikir kreatif untuk

membuat suatu suara yang dapat memanipulasi penonton saat menontonnya.

2.3.3. Ruang Suara

2.3.3.1. *Diagetic*

Suatu suara dapat memengaruhi pemikiran kita terhadap suatu jarak dan kedalaman ruang. Perspektif suara sendiri dipengaruhi oleh dua hal, yaitu volume suara dan efek gema. Suara *diagetic* merupakan suara dialog, efek suara, dan suara musik yang berasal dari dalam cerita film. Sangat jarang orang menggunakan musik *diagetic*. Biasanya mereka menggunakan dialog dan efek suara. Seperti contohnya film *Mad Max: Fury Road* (George Miller, 2015). Mereka melakukan hal unik untuk menunjukkan musik *diagetic* di dalam film bertemakan fantasi dan perang. Hal itu terlihat saat *scene* di mana mereka akan perang kemudian muncul sebuah truk yang berisikan orang-orang yang memainkan alat musik, mulai dari gendang, gitar, serta speaker-speaker besar. Suara *diagetic* ternyata juga bisa dipengaruhi oleh *frame*. Di mana suara dari luar dan dari dalam *frame* mempunyai ciri khasnya masing-masing dan bisa digunakan sesuai dengan kebutuhan pembuat film. Selain suara yang terlihat secara fisik dalam *frame*, suara batin yang dipikirkan dan didengar oleh karakter juga merupakan suara *diagetic*.

2.3.3.2. *Non-diagetic*

Berkebalikan dengan suara *diagetic*, suara *non-diagetic* merupakan suara yang berasal dari luar cerita film. Pada dasarnya suara *non-diagetic* sendiri

merupakan suara yang hanya bisa didengar oleh penonton saja. Semua karakter dalam film tidak dapat mendengarnya. Pada umumnya, suara *non-diegetic* muncul dengan wujud sebagai ilustrasi musik, lagu, maupun narasi (suara narator). Hampir semua film menggunakan *sound non-diegetic* sebagai pengiring adegannya. Seperti contoh film *Rebecca* (Alfred Hitchcock, 1940) pada *scene* di mana ada suara seorang perempuan sebagai narator berbicara.

Para pembuat film sering kali menggunakan percampuran antara suara *diegetic* dan *non-diegetic* di dalam sebuah film. Contohnya adalah film *Iron Man* (Jon Favreau, 2008) *scene* pertama film dimulai, terlihat mobil militer yang tengah berjalan dengan *background* musik *rock* yang mengiringi *scene* mobil militer itu berjalan. Setelah beberapa detik kemudian penonton baru disadarkan bahwa suara itu merupakan suara *diegetic* yang berasal dari radio yang ada di dalam mobil militer tersebut. Suara *diegetic* kemudian digolongkan ke dalam berbagai jenis suara yang akhirnya bisa digunakan oleh pembuat film untuk berkreasi sekreatif mungkin dalam membuat film.

2.4. ***Hyperrealism***

Hyperrealism berawal dari metode melukis tradisional yang terlihat seperti hasil dari foto atau *photorealism*. Sesungguhnya gambar tersebut bukan sebuah kenyataan maupun foto, melainkan berdasarkan pemikiran dan hasil dari imajinasi sang pelukis itu sendiri. Pada awalnya, seniman bernama Marcel Duchamp membuat banyak karya yang disebut dengan *readymades*. Semua karya itu berasal

dari benda-benda asli yang kemudian digabungkan menjadi benda yang baru. Dari saat itu semua benda yang ada merupakan *readymades* (Chase, 1975, hlm. 4).

Pada masa ketika lukisan sebagai pengandaian tampak mustahil. *New realism* muncul dengan bentuk seni modern, kontroversial dan klasik. Dengan menggunakan foto, seniman *new realist* baru menggabungkan alat melukis dengan alat teknologi untuk merekam sebuah objek dan ikon dunia modern. Karya-karya yang disajikan sebagai fakta visual tanpa mengomentari subjektivitas dari gambar. *New realist* telah membentuk cara baru untuk melihat sesuatu yang berasal dari jarak emosional media. *New realist* menggunakan kekayaan data yang akurat dan terkonsentrasi yang tersedia melalui kamera. Dalam lukisan Richard Estes, Chuck Close, Don Eddy, dan *new realist* lainnya, orang-orang disajikan dengan gambar visual yang mudah diakses dan akrab yang telah dirampok dari konten emosionalnya. Jarak emosional dan ketepatan visual menjadi sepadan dan kenyataan diberikan dengan kemurnian yang super nyata dan sekaligus tidak nyata. Kemurnian yang telah diterima sebagai nyata melalui keunikan gambar dan fotografi (Chase, 1975, hlm. 7).

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.1. Lukisan *hyperrealism* Karya Don Eddy
(Chase, 1975, hlm. 52)

Kemudian kata “*hyper*” mulai muncul dan digunakan untuk sebuah cerita. Dickens berpendapat bahwa dia berhasil membuat deskripsi *diagetic* dan sekaligus *extradiagetically* dengan menanamkan deskripsi yang hampir mirip dengan fakta ini ke dalam dongeng moral yang meyakinkan. Kemudian karena adanya hal itu orang-orang mulai menyebutnya sebagai *hyperreality*. Dickens menggunakan sesuatu hal yang sebenarnya tidak nyata dan mengklaim bahwa hal itu nyata. Kemudian pembaca memercayai kata-katanya. Hal ini merupakan upaya Dickens sebagai penulis untuk memfokuskan perhatian pembaca kepada deskripsi kontribusi yang dapat dibuat. Tentu saja menggunakan jenis deskripsi melalui hal yang nyata (Reed, 2010, hlm. 12).

Untuk membuat segala sesuatu yang bisa dikategorikan sebagai “nyata”, hal-hal itu harus tampak “nyata”. Kemudian “sebenarnya nyata” bisa diidentifikasi dengan “sebenarnya palsu”. Maka muncul Amerika yang sangat *hyperrealist*, yang bukan pop art, Mickey Mouse, ataupun film-film Hollywood.

Akhirnya pengaruh itu sampai ke produk-produk dan industri hiburan. Hal itu ditemukan melalui slogan yang melingkupi periklanan Amerika. Pada awalnya slogan itu banyak digunakan oleh Coca-Cola tetapi juga sering sebagai formula hiperbolik dalam percakapan sehari-hari adalah “hal yang nyata”. Contohnya, penyiar tidak mengatakan “program akan berlanjut” melainkan mengatakan “lebih banyak yang akan datang”, kemudian di Amerika tidak mengatakan, “beri saya kopi lagi” tetapi “kopi lagi”. Ini adalah alasan munculnya *hyperreality*, dimana dari imajinasi Amerika menuntut hal yang nyata dan untuk mencapainya harus membuat sesuatu tiruan yang benar-benar palsu, dimana batas antara permainan dan ilusi kabur, museum seni terkontaminasi oleh pertunjukan aneh, dan kepalsuan dapat dinikmati sebagai “kenyataan” (Eco, 1986, hlm. 5).

2.5. *Sound dalam Iklan*

Dalam banyak acara televisi, suara diterima begitu saja. Sementara orang lebih memerhatikan visual. Tapi tanpa adanya suara, informasi tidak akan bisa tersampaikan (pembicaraan, diskusi, wawancara, siaran berita, musik, pertunjukan *game*). Suara dapat menjelaskan atau mendukung sebuah gambar. Musik ataupun efek suara dapat membuat kita merasakan suara sekitar (suara pantai, hutan, restoran), situasi, dan perasaan (kegembiraan, firasat, komedi, *horror*) (Owens, 2015, hlm. 371).

Kebanyakan suara yang terdapat di dalam iklan menggunakan banyak potongan suara yang kemudian dicampur saat pengeditan suara. Sumber yang digunakan untuk bisa melalui suara selama rekaman di set, efek suara dan rekaman di luar set atau di studio. Suara untuk film dan televisi merupakan pengalaman

yang dibangun secara menyeluruh. Biasanya untuk menggabungkan banyak elemen secara bersama dengan mulus dan tidak menarik perhatian khusus (Holman, 2010, hlm. xi). Misalnya pada iklan antara visual dan suara tidak sama, maka iklan itu akan terasa ganjal dan tidak nyaman saat ditonton.

Peran lain dari visual dan suara dapat seiring dengan berjalannya cerita dari satu adegan ke adegan dan dari waktu ke waktu. Visual naratif mungkin langsung akan disertai dialog, sedangkan montase gambar akan sering disertai dengan efek suara atau musik. Pembuat film memvariasikan metode bercerita dari waktu ke waktu untuk menambah minat pada film dan memberikan momen bagi audiens untuk menyerap aksi, membuat transisi adegan, dan sebagainya (Holman, 2010, hlm. xi).

Suara di dunia pertelevisian tidak begitu dipentingkan dan bisa dibilang diremehkan. Mereka lebih mementingkan visual di sebuah video dibandingkan dengan suara yang muncul. Tapi jika ingin mengetahui apakah suara merupakan hal yang penting, penonton cukup mematikan suaranya dan mencoba memahaminya. Penonton pasti akan susah untuk memahami apa yang dilihatnya saja. Kemudian jika penonton hanya mendengarkan suaranya saja. Penonton akan mengetahui bagaimana jalan cerita yang ingin disampaikan. Suara memberikan gambaran *realisme* yang meyakinkan tanpa perlu melihatnya (Owens, 2015, hlm. 255).

Dalam pembuatan iklan maupun film, secara tidak langsung pembuat film akan memengaruhi dan dipengaruhi oleh suara. Penulis akan menggunakan elemen

suara dalam cerita mereka supaya naskah terlihat lebih hidup. *Location scout* harus mencatat kondisi *noise* yang bisa berpengaruh buruk saat melakukan proses syuting, karena walaupun seorang sinematografer dapat melakukan “*pan off*” terhadap sesuatu yang kurang sesuai melalu frame dengan cerita. Tapi tidak ada cara yang efektif untuk menghilangkan suara pesawat terbang. Seorang sutradara juga harus peka terhadap suara-suara dan bagaimana potensi suara yang ada. Menurut pembuat film terkemuka, suara adalah “50 persen dari pengalaman”. Sinematografer pun dapat merancang pencahayaan sehingga *soundman* dapat digunakan dan memiliki hasil suara yang berpotensi. Suara yang dihasilkan juga jauh lebih baik (Holman, 2010, hlm. xi).

Banyak orang berpikir bahwa visual yang melengkapi suara, tapi saat orang pertelevisian menganalisis, ternyata orang biasanya merasa kagum saat suara bisa menyampaikan suatu informasi dan merangsang imajinasi penonton, Sementara itu gambar menjadi pelengkap. Kegunaan dari visual dan suara dalam film sebenarnya sama, yaitu: untuk menyampaikan sebuah cerita (Owens, 2015, hlm. 255).

Iklan yang biasanya diisi dengan suara dari dialog dan diiringi dengan musik, tidak cukup lama untuk membangun sebuah suasana. Tetapi mungkin dengan menambahkan beberapa *sound effect* di dalamnya untuk menyorot momen-momen penting tertentu, dapat membantu dalam membangun suasana yang diinginkan pembuat film (Wyatt & Amyes, 2004, hlm. 168).