

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Musik merupakan elemen penting di dalam *film*. Hoeckner (2019) menjelaskan bahwa *film* telah membentuk budaya modern sebagian dengan mengubah budaya ingatannya, tapi musik juga mengingat peristiwa, orang, ide, emosi, tradisi dan identitas. Kalinak (2010) Musik film, entah itu lagu pop, musik improvisasi atau iringan. Dapat menentukan waktu dan tempat tertentu, bisa menciptakan suasana hati dan menciptakan *atmosphere*. Shepherd (2010) berkata bahwa musik membantu mengatur nada dan emosi di setiap *scene*, musik juga bisa menjadi satu satunya elemen suara, misalnya musik video.

Musik juga dapat mempresentasikan identitas, musik tidak dapat mempresentasikan identitas sendirian di awal. Biasanya musik sering kali di mainkan bersama dengan visual. Fenomena ini dapat ditemukan dalam konsep *leitmotif*/tema yang sering digunakan di barat. Konsep tema ini juga dapat ditemukan dalam opera, dimana *theme song* sangat menyertai setiap karakter yang berada di dalam opera tersebut (Tseng, 2013, hlm. 47).

di dalam produksi video komersial banyak jenis-jenis pekerjaan yang ditawarkan seperti *line producer*, *production manager*, *assistant director*, *production assistant*, *videographer*, *camera operator*, *gaffer*, *grip*, *mixer*, *audio boom operator*, *stage manager*, *technical director*, *videotape recorder operator*,

video control engineer, engineer in charge, teleprompter operator, makeup artist, graphic artist, offline editor, online editor, audio sweetening engineer, dan Film Composer (DiZazzo, 2003, hlm. 22-25).

Dari banyaknya jajaran pekerjaan diatas, penulis akan bergerak di bidang *Film Composer*. Shepherd (2010) menjelaskan bahwa *Film Composer* melihat video yang sudah di edit dan membuat *original musik* yang dapat mengiringi video yang sudah di edit. *Film Composer* juga bekerja untuk mensinkronisasikan gambar, ini memungkinkan *Composer* membuat musik yang sesuai dengan *visual*.

Pada video komersial ini, penulis akan merancang *theme song* dari karakter utama agar dapat menggambarkan karakteristik dari karakter utama di dalam video komersial Alfa Group. Video komersial ini menggunakan jenis *mini series*, dengan bertotalkan empat buah video yang ber-episode. Jenis *mini series* digunakan karena *client* kami (Alfa Group) mempunyai empat pesan yang ingin disampaikan melalui video iklan yang kami buat.

Berikut merupakan empat pesan yang ingin disampaikan *client* kami :

1. *Place to Learn and Grow*
2. *Fun Team*
3. *We Are Everywhere*
4. *Reward Your Hardwork*

Dengan menggunakan iklan yang berjenis *mini series* akan memudahkan kami untuk menyampaikan pesan dengan lebih detail sehingga penonton lebih mudah mengerti apa yang ingin kami sampaikan di video tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas, penulis akan merancang *theme song* dari karakter utama agar dapat menggambarkan karakter utama video komersial Alfa Group.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disebutkan sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana perancangan *theme song* untuk menggambarkan karakter utama dalam video komersial Alfa Group ?

1.3. Batasan Masalah

Dari rumusan masalah diatas, berikut merupakan batasan yang ingin diteliti oleh penulis.

1. *Mood* musik akan berjenis *happiness* dan *comedy*.
2. Instrumen musik yang akan digunakan adalah *string*, *piano* dan *drum*.
3. Mengkarakteristikan serta menjelaskan situasi yang dialami karakter utama.

1.4. Tujuan Skripsi

Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk merancang *theme song* dari karakter utama dalam video komersial Alfa Group.

1.5. Manfaat Skripsi

Berikut merupakan manfaat skripsi berdasarkan tujuan diatas :

1. Manfaat bagi penulis merupakan penulis dapat lebih mengerti tentang apa yang dibuat. Sehingga tugas akhir peneliti bukan hanya asal dibuat melainkan tugas akhir peneliti mempunyai arti yang dapat dimengerti oleh banyak orang.
2. Manfaat bagi orang lain ialah mereka dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi dan edukasi. Bagi mereka yang ingin menata suara dalam bidang iklan, mereka dapat melihat juga referensi dari penelitian ini.
3. Manfaat bagi universitas ialah dapat sebagai edukasi dan referensi untuk para mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara.