

1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Wyatt (2005) mengatakan film dengan suara pertama kali dibuat pada tahun 1927 oleh seorang penyanyi Jazz di Amerika dengan menggunakan alat rekam *Gramophone* yang berfungsi sebagai sinkronisasi antara gambar dan suara film yang diputar saat itu. Semakin berkembangnya teknologi di saat itu, proses perekaman suara sudah bisa dilakukan saat sedang melakukan perekaman gambar di kamera, dengan *output* gambar dan suara yang bisa diambil atau direkam secara bersamaan.

Iklan adalah salah satu bentuk karya audiovisual yang juga mempunyai elemen-elemen penting seperti Sinematografi, *Production Design, editing*, hingga suara. Suara juga mempunyai peran penting untuk membantu penonton memahami karakter, adegan, dan setting yang terjadi dalam *scene* tertentu. (Sonnenschein, 2001)

Semakin maju perkembangan teknologi yang cukup pesat, iklan sekarang tidak hanya ditampilkan melalui saluran televisi saja. Banyak medium iklan pada masa sekarang sudah bisa ditonton seperti di youtube, atau bahkan *platform* media sosial juga sekarang banyak menampilkan iklan. Dan tentu dengan perbedaan karakter iklan itu sendiri yang bisa menentukan apakah iklan ini layak ditayangkan di youtube atau cukup di televisi saja.

Dengan banyak *audio post production studio* yang sudah banyak terbentuk di era modern ini, metode *Workflow* yang diterapkan pun juga tidak kalah penting untuk mengetahui bagaimana proses pengerjaan *audio post* dalam iklan berlangsung, dengan dimulai menerima gambar, lalu apakah iklan itu membutuhkan suara *voice over*, musik untuk mendukung *mood* iklan, hingga *sound effect* yang akan digunakan untuk mendukung keperluan gambar pada iklan yang sedang dikerjakan. Tentu *setiap audio post production studio* mempunyai metode *workflow* khusus yang sudah diterapkan sejak mereka berdiri, dan tidak semua tempat memiliki persamaan terhadap metode *workflow* yang dijalankan.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis uraikan, muncul rumusan masalah yang terdiri dari :

- Bagaimana penerapan metode workflow yang dipakai oleh *Sound Engineer In-House* di Tomtam Studios ?

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian dan rumusan masalah yang sudah penulis di bagian sebelumnya, untuk penelitian ini agar tidak keluar dari pembahasan utama, skripsi ini membataskan ruang lingkup penelitian kepada metode *workflow audio post production* yang diterapkan di Tomtam Studios, karena perlu diketahui metode *workflow audio post production* seperti apa yang diterapkan di Tomtam Studios.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini agar dapat membuktikan bagaimana penerapan metode *workflow* yang diterapkan oleh Tomtam Studios, apakah sudah sesuai dari penerapan menurut penjelasan dari Wyatt dan Aymes, tipe *workflow* apa yang dipakai untuk membantu proses pengerjaan *audio post*, apakah efektif ketika menggunakan metode *workflow* tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Sound Post Production Workflow*

Dalam mengerjakan proyek iklan oleh sebuah *audio post studio*, tentu ada beberapa metode *workflow* yang sudah diterapkan masing-masing *audio post*. Tentu setiap *audio post* memiliki perbedaan metode *workflow audio* dalam membantu proses *audio post production* baik untuk film maupun iklan. Wyatt dan Aymes (2005) menjelaskan metode *workflow post production*, Wyatt dan Aymes dalam penjelasannya membagi menjadi 4 metode *workflow* antara lain :