

1.1. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana perancangan suara *non diegetic* sebagai identitas produk *hitech* pada video iklan event *The Elite Showcase* ?

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui perancangan suara *non diegetic* sebagai identitas produk *hitech* pada video iklan event *The elite Showcase*.

2. STUDI LITERATUR

2.1. TEORI *SOUND DESIGN*

Sound design adalah proses kreatif dan teknis dalam menciptakan dan mengatur elemen suara dalam suatu produksi, seperti film, teater, permainan video, iklan, dan lainnya (Huda & Ardi, 2021). Beberapa teori yang relevan dalam sound design meliputi:

1. Teori Keselarasan Audiovisual

Teori ini menjelaskan bagaimana suara dan gambar bekerja sama untuk menciptakan pengalaman audio visual yang harmonis. Konsep keselarasan audiovisual membantu dalam mengatur hubungan antara suara dan visual, sehingga keduanya saling mendukung dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan (Putra, 2021).

2. Teori Desain Bunyi

Teori desain bunyi melibatkan pemahaman tentang bagaimana elemen-elemen suara seperti frekuensi, durasi, amplitudo, dan tekstur dapat digunakan untuk menciptakan efek suara yang beragam. Desain bunyi melibatkan pemilihan, penciptaan, dan pengaturan elemen suara untuk mencapai tujuan artistik dan komunikatif (Putra, 2021).

3. Teori Spasialitas Suara

Teori ini berkaitan dengan bagaimana suara dapat ditempatkan dan diatur dalam ruang untuk menciptakan pengalaman audio spasial. Pemahaman tentang konsep seperti stereofoni, pemetaan suara, dan penggunaan efek suara seperti panning dan

penempatan suara 3D membantu menciptakan kedalaman dan dimensi dalam suatu desain suara (Kaye, D., & LeBrecht, J, 2015).

4. Teori Imersi dan Efek Emosional

Teori ini membahas bagaimana penggunaan suara dapat menciptakan imersi dan mempengaruhi emosi pendengar. Pilihan suara, dinamika, efek khusus, dan penggunaan teknik seperti layering dan mixing dapat membantu menciptakan pengalaman yang mendalam dan terlibat secara emosional (Kaye, D., & LeBrecht, J, 2015).

2.2 NON DIEGETIC SOUND

Menurut Beauchamp (2013) *suara non-diegetic* tidak dapat didengar oleh karakter utama dalam film/cerita dan hanya bisa didengar oleh para penonton dan juga bisa memberi informasi lebih banyak daripada informasi yang diberikan oleh karakter di dalam cerita (contohnya seperti narasi, suara ketawa dan underscore). Soundtrack *non-diegetic* akan memberi perasaan yang lebih fantastical daripada yang diberikan suara non-diegetic (hlm.16).

Walker (2015), suara non-diegetic berasal dari luar dunia film dimana karakter-karakter yang tinggal dalamnya tidak dapat mendengarnya. Suara-suara seperti orchestral scoring dan voice over sering termasuk dalam suara nondiegetic (hlm.425).

Sonnenschein (2001) suara non-diegetic adalah suara yang tidak akan didengar oleh karakter dan tidak dipancarkan dari peristiwa. Contohnya seperti voice over dan background musik, musik yang berkombinasi dengan unsur kreatif seperti ambience akan membantu menampilkan emosional karakter. (hlm.154)

2.3 SOUND EFFECT

Menurut Beauchamp (2013) *sound effect* bisa dibagi menjadi beberapa bagian yaitu *hard effects*, *Foley*, *backgrounds*, *Walla* dan elemen desain. *Layer-layer* tersebutlah yang menciptakan sebuah soundtrack dengan lengkap. Di antara yang lain *hard effect* dan *foley* tercakup sebagian besar dari seluruh *soundtrack* (hlm. 73).

Menurut Alten (2013) sound effect adalah bunyi yang tidak termasuk percakapan atau jenis musik apapun. Sound effects sangat penting dalam proses penceritaan, karena ia akan memberi perasaan yang lebih real dan berdimensi pada sebuah cerita. Sound effect yang baik akan menyampaikan ilusi yang menyakinkan. Secara umum, sound effect bersifat kontekstual dan naratif dan tidak saling eksklusif (hlm. 319).

Sound effect memiliki beberapa fungsi dalam kategori kontekstual dan keperluan narasi yaitu: memecahkan screen plane; mendefinisikan ruang; menarik perhatian penonton; membangun space; menciptakan suasana lingkungan; 13 menekankan, mengintensifkan, dan melebarkan aksi tindakan; menggambarkan identitas; mengatur kecepatan; memberikan tantangan; membuat lebih humor, metafora, paradoks, dan ironi; melambangkan sebuah makna; memberi nyawa kepada benda mati; dan menyatukan transisi (hlm. 320-324).

2.4 FOLEY SOUND

Menurut Holman (2010), *foley* adalah seni memanipulasi suara dalam kehidupan sehari – hari ke dalam sebuah film, *video*, dan *video game* agar tampak lebih natural. *Foley* ini sendiri merupakan salah satu elemen yang sangat penting dalam proses pasca produksi dalam hal audio pada sebuah film, *game*, dan *video*. Tanpa adanya *foley*, sebuah film akan terasa kosong dan hampa. Artis yang melakukan dialog pada film tersebut pun seakan sedang melakukan dialog di ruangan hampa tanpa adanya *foley*. Dengan adanya *foley*, film pun menjadi lebih hidup karena secara sadar atau tidak sadar penonton menginginkan suara detail dari gesekan baju, furniture, dan lain sebagainya. Selain itu *foley* juga dapat menambahkan kesan yang lebih pada sebuah reaksi, misal pada sebuah film action yang terdapat adegan perkelahian atau pada film komedi yang terdapat bunyi yang terkesan sebagai suatu hal yang lucu.

Foley biasanya juga digunakan untuk mengganti suara yang tidak diinginkan dalam suatu film. Misal bunyi kendaraan bermotor yang masuk pada

saat syuting berlangsung. Contoh – contoh suara yang biasa di foley antara lain : suara langkah kaki, suara gesekan baju, gelas pecah (hlm. 45).

2.5 MUSIC

Menurut Sonnenschein (2001) musik membantu penonton memahami sebuah alur cerita. Musik terdiri dari beberapa elemen antara lain rhythm, melodi, harmoni, tonal center, silence, contrast (hlm 101). Musik bisa membantu ‘menghipnotis’ penonton ke dalam dunia film agar penonton bisa lebih percaya kepada ide semua genre film yang seperti fantasi, horor, science fiction. Musik tidak hanya bisa mensupport realita yang berada di layar, tetapi juga bisa membuat penonton merasakan rasa spiritual dan emosi karakter yang susah diungkapkan oleh katakata (hlm.155).

Menurut Sarrazin (2016) mengatakan musik adalah salah satu istilah yang paling sulit didefinisikan, karena pemahaman setiap orang terhadap musik berbeda-beda. Tapi pada umumnya musik mempunyai elemen dasar yang dapat membantu saat membuat musik, contohnya seperti suara (overtone, timbre, amplitudo, durasi), melodi, harmoni, rhythm, tekstur, structure/form, dan expression (dynamic, tempo, articulation (hlm.36-37).

3. METODE PENCIPTAAN

3.1 Deskripsi Karya

Karya perancangan suara *non diegetic* Iklan event ini versi memiliki durasi selama 23 detik dan berbentuk *live action*. Sebagai identitas produk *Hitech* pada video iklan event *The Elite Showcase* adalah sebuah proyek yang bertujuan untuk menggambarkan citra dan identitas *hitech* pada suara *non diegetic* yang terdapat dalam video iklan tersebut. Proyek ini mencakup perancangan suara *non diegetic* seperti suara karakter di dalam video, musik latar belakang, dan suara efek yang akan merangkai keseluruhan video iklan. Dalam proyek ini, perancangan suara *non diegetic* dibuat untuk menciptakan identitas yang kuat dan mencerminkan citra *hitech* sebagai produk unggulan. Suara karakter, musik latar belakang yang