



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.

1. LATAR BELAKANG

Iklan atau TVC merupakan salah satu media untuk perusahaan memasarkan produk mereka. Hal tersebut didukung oleh pernyataan dari Wibowo dan Karimah (2012) terkait periklanan. Dalam setiap video, tentunya ada visual dan juga audio. Visual adalah sesuatu yang berkaitan dengan gambar dan audio berkaitan dengan suara. Audio memiliki beberapa unsur-unsur utama. Menurut Prince (2010), unsur-unsur audio tersebut terdiri dari dialog, *sound effect*, dan *music*. Dialog merupakan suara yang dihasilkan dari percakapan dua tokoh atau lebih. *Sound effect* merupakan suara-suara yang dibuat secara khusus untuk memanipulasi suara. Musik adalah suara yang memiliki melodi, ritme, dinamika tertentu yang menyesuaikan sebuah genre film.

Menurut Brownrigg (2003) musik bisa berperan menyampaikan informasi-informasi untuk mendukung aspek visual yang ada. Maka dari itu *music* memiliki karakteristik. Karakteristik *music* pada suatu film dipengaruhi oleh genre film. Musik juga bisa menjadi sarana yang tepat untuk latar belakang sebuah iklan. Menurut Purnama dan Setyowati (2003) musik dalam iklan bisa memberikan dampak yang positif seperti peningkatan penjualan suatu perusahaan.

Pada penulisan ini penulis dan kelompok memilih genre komedi untuk pembuatan iklan dari brand ENTREFINE. Iklan yang dibuat ada 2 buah video. kedua video tersebut akan menceritakan cara menggunakan produk mereka (FBD Pro dan HR Tools). ENTREFINE merupakan perusahaan yang membantu perusahaan kecil atau UMKM dalam mengelola data dan *analytics* agar lebih produktif.

1.1. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana fungsi scale ionian dalam merancang mood pada iklan bergenre komedi? Fokus utama penulisan ini adalah mengenai karakteristik musik komedi melalui perancangan scale ionian.

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah bagaimana fungsi *scale ionian* dalam merancang mood komedi pada iklan ENTREFINE.

2. STUDI LITERATUR

Berisi pemaparan teori dan referensi literatur yang terkait dan digunakan sebagai landasan penciptaan karya.

2.1. LANDASAN TEORI PENCIPTAAN

2.1.1 Musik Komedi

Menurut Dolby (2021), musik yang dapat merepresentasikan sebuah komedi adalah musik sirkus. scoring musik komedi yang dilakukan oleh Walt Disney dan Warner Brothers merupakan sebuah musik yang harus bisa menyesuaikan setiap aksi yang dilakukan karakter melalui musik orkestra atau *light theatre orchestra*. hal tersebut disebut *mickey mousing*. Musik komedi sendiri memiliki beberapa sifat-sifat atau ciri khas. Terdapat 7 sifat-sifat diantaranya adalah *pratfalls, bodily functions, fright scares, crocodile tears, hippos, droids, dan toddlers*.

2.2.2 Scales

Menurut Noor (2020) *scales* atau tangga nada merupakan kumpulan-kumpulan nada yang harmonis dan bisa disatukan menjadi satu kesatuan yang harmonis. Menurut Dolby (2021) *scales* atau tangga nada yang biasa digunakan untuk musik komedi adalah *scales Ionian* dan *scales lydian*.

2.2.2.1 Scales Ionian

Menurut Dolby (2021) *scales* ini memiliki mood yang positif serta dapat memberikan kenyamanan kepada penonton. Scales ionian adalah scales yang paling mudah untuk digunakan dalam berbagai genre music maupun film. Scale Ionian juga dikenal dengan tangga nada mayor. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Mudjilah (2010) tentang scales ionian biasa disebut juga dengan tangga nada mayor yang biasa dikenal. Berikut adalah contoh tangga nadanya.