



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.

1.2. 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

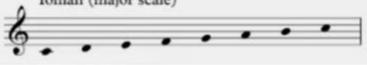
Menurut Dolby (2021), musik yang dapat merepresentasikan sebuah komedi adalah musik sirkus. scoring musik komedi yang dilakukan oleh Walt Disney dan Warner Brothers merupakan sebuah musik yang harus bisa menyesuaikan setiap aksi yang dilakukan karakter melalui musik orkestra atau *light theatre orchestra*. 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.

MODE	NOTATION ON WHITE NOTES	NOTATION IN C
Ionian Major Scale	Ionian 	Ionian (major scale) 

Gambar 1. *Scale Ionian*

(sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=wjQEU1GumSQ&t=900s>)

Menurut Wiflihani (2016), tangga nada tersebut memiliki nada seperti tangga nada mayor. Misalkan dalam tangga nada C, maka nada-nadanya adalah C - D - E - F - G - A - B - C. Tangga nada ini memiliki interval 1 - 1 - $\frac{1}{2}$ - 1 - 1 - 1 - $\frac{1}{2}$. Tangga nada ini bisa menghasilkan tangga. Menurut Parncutt (2014), *scale ionian* atau biasa disebut juga *major scale* sudah dikaitkan dengan emosi yang positif seperti riang, lucu, dan bahagia.

Dolby (2021) juga memberikan beberapa contoh-contoh music yang menggunakan scale ionian dalam film. Contoh musiknya seperti *opening song* STARWARS, *theme song* Forrest Gump, *Baverly Hillbillies*, dan *Green Acres*. Musik-musik tersebut memiliki suasana yang positif.

2.2.3 Artikulasi

Pada musik komedi, artikulasi menjadi hal yang sangat penting. Menurut Dolby (2021), ada beberapa artikulasi yang dapat diterapkan pada musik komedi yakni *Pizzicato* dan *Trill*. Artikulasi tersebut bisa menciptakan suasana yang ceria, jenaka, dan positif. Menurut Banoe (2003) *Pizzicato* merupakan teknik memainkan nada dengan cara memetik senar. Kemudian *Trill* yang dimainkan secara bergantian dan cepat dengan nada terdekatnya (biasanya nada di atasnya).

2.2.4 Harmoni

Menurut Banoe (2003) harmoni merupakan sebuah ilmu pengetahuan yang membahas suatu keindahan komposisi musik. Harmoni merupakan sebuah *triad* yang artinya sebuah akor yang terdiri dari 3 nada. Menurut Steblin (2005), masing-masing tangga nada memiliki karakteristiknya masing-masing. Contohnya pada C mayor, dapat memberikan rasa senang dan gembira.

2.2.5 Iklan

Salah satu alat promosi yang sering dipakai sekarang adalah iklan. Menurut Wibowo dan Karimah (2012), iklan merupakan salah satu alat untuk pemasaran yang persuasif, non-personal, dibayar, dan disebarakan lewat saluran komunikasi umum seperti televisi dan radio. Bisa dikatakan juga bahwa iklan adalah pesan penawaran suatu produk yang disebarakan kepada masyarakat luas melalui media. Menurut Purnama dan Setyowati (2003), musik pada iklan bisa memiliki dampak yang positif dengan adanya peningkatan dari pembeli dan juga musik bisa menjadi sarana yang tepat sebagai latar belakang sebuah iklan.

3. METODE PENCIPTAAN

Deskripsi Karya

Karya yang akan diciptakan berupa iklan atau TVC. FBD Pro 2.0 dan ENTREFINE *HR Tools* adalah dua iklan digital yang akan dibuat dengan masing-masing durasi 60 detik. Kedua iklan akan berkesinambungan atau bersambung secara naratif. Iklan ini akan ditayangkan di media sosial seperti *Instagram*, *Youtube*, dan *Facebook*. Tujuan dibuatnya iklan ini adalah untuk menunjukkan aplikasi FBD Pro 2.0 yang membuat pemakainya menjadi lebih produktif dan efektif. Penyajian iklan akan dilakukan secara *hard-selling*. Iklan ini akan mengkomparasi perhitungan tradisional dan modern. Pada iklan ENTREFINE *HR Tools*, akan lebih fokus memperlihatkan ke-efektifitasan dalam pengelolaan data keuangan finansial suatu perusahaan.

Konsep Karya

Konsep Penciptaan : Iklan digital yang memperkenalkan cara pakai suatu aplikasi

Konsep Bentuk : Iklan *live action* perpaduan animasi dengan adanya unsur komedi

Konsep Penyajian Karya : Pemilihan plot, visual, musik, *treatment*