

## 1. LATAR BELAKANG

Dalam perkembangan media audiovisual, suara memegang peranan penting dalam membangun pengalaman sinematik yang imersif. Film terdiri dari dua unsur utama, yakni naratif dan sinematik, di mana suara menjadi salah satu elemen penting dalam kategori sinematik (Bordwell et al., 2024). Ketika elemen visual dalam sebuah film tidak mampu sepenuhnya menyampaikan makna atau menegaskan nilai dramatik dari suatu adegan, peran unsur suara menjadi sangat penting. Melalui penggunaan dialog, musik, dan *Sound Effect*, film dapat menghadirkan lapisan emosional serta memberikan informasi tambahan yang tidak dapat dijelaskan secara visual. Suara dalam sinema mampu menciptakan intensitas dramatik yang berhubungan secara mendalam dengan visual, serta mampu membangun suasana yang mendalam melalui berbagai lapisan seperti hening, dialog, dan suara ambient (Arisoy, 2025). Dalam konteks audiovisual modern, *Sound Effect* telah berkembang dari sekadar pelengkap visual menjadi salah satu aspek kreatif yang dapat mengarahkan emosi penonton sekaligus mempertegas atmosfer dalam sebuah karya.

Fenomena perkembangan industri hiburan saat ini, khususnya dalam dunia olahraga, menunjukkan tren meningkatnya produksi konten audio visual yang tidak hanya menekankan pada aspek informatif, melainkan juga pada pengalaman emosional penonton. MotoGP sebagai salah satu olahraga balap internasional dengan jumlah penonton global mencapai lebih dari 400 juta setiap musim (Dorna Sports, 2023) menjadi salah satu contoh bagaimana audiovisual digunakan untuk menciptakan sensasi adrenalin, ketegangan, dan dramatik. Dalam tayangan MotoGP, kecepatan, perpindahan kamera, serta intensitas adegan membutuhkan penguatan dramatik melalui *Sound Effect* agar transisi antar *cut* terasa lebih hidup dan emosional bagi penonton.

Namun, terdapat kesenjangan yang menarik untuk diteliti, yaitu bagaimana *Sound Effect* dirancang secara spesifik untuk mendukung transisi antar *cut*. Penelitian terdahulu umumnya lebih banyak berfokus pada musik *scoring* atau

*ambience* dalam membangun suasana, sementara eksplorasi mengenai *Sound Effect* sebagai instrumen penguat perpindahan antar *shot* masih jarang ditemukan. Meskipun penelitian terbaru dari Fedorishin et al. (2024) menjelaskan bahwa *audio match cutting* mampu menyatukan dua adegan melalui kecocokan suara, fokusnya masih terbatas pada kelancaran transisi atau kontinuitas. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menitikberatkan analisis pada fungsi dramatisasi dan pola ketegangan yang diciptakan oleh suara tepat pada titik transisi visual.

Alasan pemilihan tema ini berangkat dari pengamatan penulis bahwa dalam sebuah iklan, khususnya pada iklan olahraga otomotif seperti F1 dan MotoGP, penggunaan *Sound Effect* memiliki peran penting dalam membangun kesan intens dan dinamis. Namun, kecenderungan yang sering muncul adalah penggunaan *Sound Effect* secara berlebihan dan generik, tanpa mempertimbangkan fungsi dramatik antar *cut* maupun kesinambungan emosionalnya. Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya analisis mendalam terhadap perancangan *Sound Effect* agar mampu meningkatkan nilai dramatik secara lebih terarah dan bermakna. Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi desainer suara dan editor dalam mengelola elemen audiovisual guna menciptakan pengalaman dramatik yang optimal. Selain itu, secara akademik, penelitian ini penting sebagai referensi bagi mahasiswa dalam memahami peran *Sound Effect* sebagai elemen dramatik esensial dalam karya audiovisual.

Dari pengamatan tersebut, muncul ketertarikan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana *Sound Effect* dalam iklan Pertamina MotoGP 2025 digunakan, serta bagaimana elemen tersebut berperan dalam membangun dramatisasi antara satu *cut* dengan *cut* lainnya. Urgensi penelitian ini didasarkan pada masih minimnya kajian sinematografi yang secara spesifik membedah peran *Sound Effect* sebagai penggerak utama dramatisasi dalam iklan bertema olahraga dengan ritme cepat. Sebagian besar penelitian terdahulu mengenai iklan otomotif cenderung lebih fokus pada aspek visual montage atau penggunaan musik latar (*score*) sebagai pembangun emosi. Hal ini menyisakan celah (*research gap*) mengenai bagaimana

elemen audio non-musikal, seperti *hard effect* dan *impact sound*, bekerja secara teknis pada setiap titik transisi visual. Penelitian ini akan menganalisis jenis-jenis *Sound Effect* yang diterapkan, intensitas dan ritmenya, serta ritmenya dalam memperkuat ketegangan, kecepatan, dan karakter visual yang menjadi ciri khas olahraga balap.

Dengan demikian, penelitian berjudul “Analisis *Sound Effect* dalam Membangun Dramatisasi antara *Cut* dalam Iklan Pertamina MotoGP 2025” ini bertujuan untuk memahami bagaimana perancangan dan penataan *Sound Effect* dapat meningkatkan nilai dramatik secara lebih terarah dan bermakna. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan pendekatan kreatif dalam desain suara, khususnya pada iklan olahraga otomotif modern yang sering kali menekankan sensasi, namun mengabaikan narasi emosional dan dramatik di baliknya.

### **1.1. RUMUSAN DAN FOKUS MASALAH**

Rumusan masalah dalam penelitian ini berpusat pada bagaimana analisis *Sound Effect* mampu membangun dramatisasi di antara setiap *cut* dalam iklan Pertamina MotoGP 2025. Fokus utama diarahkan pada identifikasi elemen audio spesifik seperti suara mesin motor, gesekan angin (*whoosh*), *ambience* balapan, dan *transition sound* untuk menciptakan atmosfer kecepatan.

Fokus masalah dalam kajian ini dititikberatkan pada mekanisme *Sound Effect* dalam menciptakan pola ketegangan dan pelepasan (*tension and release*) yang selaras dengan irama cepat. Analisis akan mendalami peran suara mesin berintensitas tinggi (*hard effect*) sebagai pengatur tempo emosional, serta penggunaan *impact sound* dan suara petir (*sound design effect*) dalam memberikan dimensi naratif yang agresif. Melalui pendekatan dramaturgi suara ini, penelitian diharapkan dapat membuktikan bahwa setiap elemen audio bekerja secara aktif untuk membangun dimensi dramatisasi yang kuat tanpa bergantung pada informasi dialog.

## 1.2. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam penciptaan ini adalah untuk menganalisis *Sound Effect* dalam membangun dramatisasi antar *cut* pada iklan Pertamina MotoGP 2025. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi praktisi audio-visual, khususnya *sound designer* dan *editor*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi mahasiswa dalam memahami peran *Sound Effect* sebagai elemen dramatik dalam karya audio-visual.

