

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Acuan Karya

Pada tahapan proses membuat jingle, seorang komposer memiliki beberapa bayangan jingle yang telah beredar atau acuan karya yang dipengaruhi jingle-jingle lain yang sudah ada, karena sebuah jingle tidak akan lepas dari apa yang sudah dirasakan, didengar, dan dilihat oleh sang komposer. Oleh sebab itu juga dengan penulis, pada proses pembuatan komposisi musik “*Jingle Selai Kacang*”, penulis banyak dipengaruhi oleh jingle-jingle dari iklan lain, yaitu:

Jingle Iklan teh Kantong Bundar Sari Murni berdurasi, edisi “semangatkan pagi dengan Sari Murni”. Iklan ini berdurasi 30 detik dimainkan menggunakan cara semangat dan riang, dan menambah dengan jingle berupa iringan instrument petikan gitar akustik, dan notasi yang diulang-ulang yang dapat membuat orang mudah mencerna dan merasa nyaman saat mendengarkannya. Jingle inipun sangat terdengar sederhana dan mudah dicerna penonton, adapun partitur, chord, dan liriknya sebagai berikut:

♩ = 110

D G A D

1 2 3 3 3 3 5 4 5 4 3 2 7 1 2 2 2 2 5 5 4 3
ini teh kan tong bun dar sa ri mur ni yang ra sa nya enak se kali

5 D G A D

1 2 3 3 3 3 5 4 5 4 3 2 7 1 2 2 2 2 1 1 7 1
se mu a su ka aro ma nya nik mat bi kin ki ta ja di se ma ngat

Gambar 2.1. Partitur Teh Kantong Sari Murni.



Gambar 2.2. Iklan Teh Kantong Bundar Sari Murni
Sumber: (<https://www.youtube.com/watch?v=y8tSrMt6Q-M>)

Iklan Tory Cheese Crackers telah ditayang di awal tahun 2010. Iklan Tory Cheese Crackers adalah tarian dengan iringan musik atau jingle tanpa adanya menonjolkan produk Tory Cheese Crackers. Setelah detik kedelapan iklan ini menampilkan tarian yang sama namun para bintang iklannya menaris ambil memegang sebungkus produk Tory Cheese Crackers di kedua tangannya. Iklan Tory Cheese Crackers diakhiri dengan bintang iklan utamanya wanita berkostum putih disoroti dari dekat dan mendetail close up menggigit kepingan Tory Cheese Crackers kemudian berkata “Cheese bener”.

Adapun syair dari iklan Tory Cheese Crackers ini adalah: “Tory tory tory, Tory Cheese Crackers. Tory tory tory, berasa kejunya” Gambaran dari cuplikan iklan Tory Cheese Crackers di media TV. Adalah merupakan iklan yang menayangkan seorang perempuan, layaknya berpenampilan usia muda menggunakan kaos kuning dengan rompi dan celana pendek putih cerah. Ia tampil dengan tariannya dibagian depan lalu diikuti oleh beberapa orang pria bertopeng

dan berkostum biru. Pakaian yang diperlihatkan oleh beberapa pria tersebut lebih meniru pada seorang pahlawan atau manusia super yang semua orang tau, dan dikenal dengan sebutan superman. meskipun disamakan dengan sosok superman, namun ada perberbedaan mengenai bentuk tubuh beberapa pria yang mengikuti gerakan pemeran utama dalam iklan Tory Cheese Crackers ini.

Dipenghujung waktu iklan Tory Cheese Crackers, pemeran utama iklannya menegaskan suatu produk sambil berbicara Tory Cheese Crackers, Cheese bener. Bagian ini juga diiringi dengan pertunjukan tulisan “Cheese bener” yang kemudian inilah yang dikenal sebagai slogan Tory Cheese Crackers. Kemasan Tory Cheese Crackers dan iklan Tory Cheese Crackers di televisi didominasi dengan warna kuning dan biru terang. “Tory Cheese Crackers, berasa kejunya” merupakan bagian lirik dari jingle iklan Tory Cheese Crackers yang dipertontonkan di berbagai media.

Karya melodi dan ritmis jingle ini banyak menggunakan Teknik repetisi secara terstruktur, agar mudah dipahami dan diingat (*easy listening*).

Gambar 2.3. Motif Repetisi Tory Cheese Cracker



Gambar 2.4. Iklan Tory Cheese Cracker

Sumber: (<https://www.youtube.com/watch?v=fhnY8FP1tuA>)

Salah satu produsen mi instan yang saat ini bersaing secara besar-besaran di pasaran adalah Indomie. Sebagai salah satu produk dalam negeri yang dapat masuk ke pasar internasional. Istilah "Indomie" sering digunakan untuk menyebut mi instan di Indonesia sendiri. Sebuah jingle iklan dengan judul "Indomie Seleraku" selalu diputar di berbagai media. Lagu ini diciptakan oleh A. Riyanto sekitar tahun 1980-an, kemudian dipilih PT. Sanmaru Food Manufacturing Co. Ltd. (sekarang Indofood CBP) sebagai lagu tema untuk iklan Indomie, hingga saat ini.

Gambar 2.5. Indomie Seleraku



Sumber : *Google.com*

2.1.1. Teori-teori

1. Tangga Nada Mayor

Merupakan tangga nada mayor yang tangga nada diatonisnya mempunyai jarak nilai atau pola antar nada intervalnya $1 - 1 - \frac{1}{2} - 1 - 1 - 1 - \frac{1}{2}$. Lagu atau musik yang memakai tangga nada mayor akan memberikan kesan yang ceria, riang, dan bersemangat.



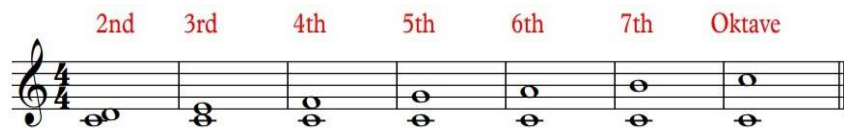
Gambar 2.6. Tangga Nada Mayor

2. Melodi

Seperti yang dikemukakan oleh Soeharto (1992: 1) Melodi merupakan susunan beberapa nada atau nada yang berbunyi atau berbunyi lebih jauh secara bergantian, sedangkan (Jamalus, 1988: 16) melodi adalah rangkaian nada yang ritmis dan berurutan (bunyi dengan getaran yang teratur). yang menyampaikan emosi dan pikiran.

1. Interval

Interval merupakan jarak antara 2 buah nada (Bruce Benward,2003)



Gambar 2.7. Susunan Interval

4. Musik Struktur

Dalam sebuah karya musik terdapat beberapa komponen melodi yang mengandung irama, melodi, dan unsur-unsur, terdapat skema permainan struktur melodi yang terdiri dari beberapa bagian, berupa tema, kalimat dan ungkapan tertentu. Penjelasan tentang bagian-bagian struktur musik dapat dilihat di bawah ini:

a) Motif

Motif adalah pemikiran melodi pendek atau sering disebut tema, yang berubah menjadi kekuatan sebuah lagu atau musik (Peters, 2014).

b) Frase

Frase merupakan kesatuan dari beberapa unit yang dimana bila dilihat dengan cara yang konvensional terdiri dari 4 bar jumlahnya dan memiliki beberapa kadens, (Wicaksono, 1998:4). Frase diisolasi

menjadi dua, untuk lebih spesifik, frasa prekursor dan ekspresi selanjutnya. Dalam kalimat lagu, frase anteseden adalah frase interogatif atau preposisional yang biasanya diakhiri dengan semi-kadens (biasanya pada nada dominan). Frase Konsekuensi, di sisi lain, biasanya ditemukan dalam akord tonik dan merupakan frasa jawaban atau frase terakhir dalam kalimat lagu.

c) Kadens

Isyarat penutup frasa adalah kadens. Pada kenyataannya irama musik semu, yang bergantung pada pemahaman bahwa kumpulan kadens terdiri dari sebuah karya yang pada dasarnya memiliki antara 2 atau 3 tiga harmoni. Hasilnya, ada empat jenis kadens: kadens otentik yang menggunakan akor bertumpuk (V/v hingga I/i), kadens plagal yang menggunakan akor bertumpuk (IV/iv hingga I/i), kadens deseptif yang menggunakan struktur akor untuk (V/v ke VI/vi), dan kadens setengah yang diakhiri dengan akor V/v dan dimulai dengan akor I/i, ii, atau IV.

5. Motif dan Pengembangan

Motif adalah pemikiran melodi pendek atau topik yang berubah menjadi seseorang dari substansi karya musik (Peters, 2014). Membangun motif sebagai dasar untuk komposisi musik. Jika desain sudah dibuat, dapat dikemas dengan cara sebagai berikut :

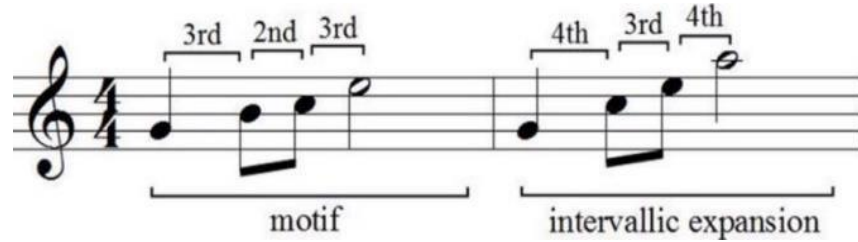
a) Repetisi : ialah ulangan dari motif asli tanpa perubahan didalamnya.



Gambar 2.8. Motif Repetisi

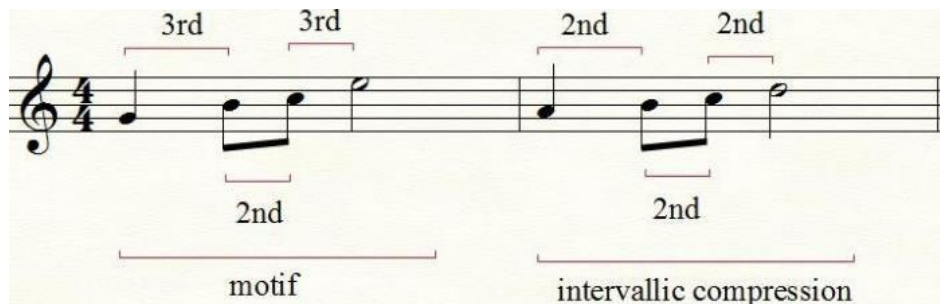
b) Variasi : pengembangan atau modifikasi bentuk motif aslinya. Perubahan dapat berupa ritmis, melodis, harmonik, atau kombinasi dari berbagai macam.

c) Intervallic Expansion : adalah motif yang terbentuk karena perpanjangan jarak bentang dari motif asli.



Gambar 2.9. Motif *Intervallic Expansion*

d) Intervallic Compression : motif yang tersusun karena penurunan antara bentangan jalur yang baik dari motif asli.



Gambar 2.10. Motif *Intervallic Compression*

e) Inversion : terjadinya putaran balik yang bergerak berlawanan arah dengan motif aslinya.



Gambar 2.11. Motif Melodi *Inversion*

6. Dinamika

Dinamika adalah kekuatan suara, dan indikasi dinamika adalah pengungkapan pertunjukan suara yang tebal atau sedikit atau padat dan rapuh. (Suharto, 1992: 30). Elemen memiliki pengaruh yang luar biasa dalam membuat ketegangan (pressure) musik. Aturannya, semakin kuat musiknya, semakin membumi regangan yang dihasilkannya begitu pula sebaliknya, semakin lembut sebuah musik, semakin rendah tekanannya (Operator Mill, interpreter Bramantyo, tidak bertanggal : 80). Elemen yang berbeda seperti yang ditunjukkan oleh operator Mill (penerjemah Bramantyo, tidak bertanggal: 80) yaitu:

- *Fortissimo* : “Sangat Keras”
- *Forte* : “Keras”
- *Mezzo Forte* : “Agak Keras”
- *Mezzo Piano* : “Agak Lembut”
- *Piano* : “Lembut”
- *Pianissimo* : “Sangat Lembut”

Dinamika adalah nilai relatif, dan tidak ada level absolut untuk piano dan forte, berbeda dengan tempo, yang dapat dibatasi atau diatur secara tepat dengan metronom. Disebut juga sebagai pengolahan dinamika perubahan, menurut Roger Kamien (2005), yang meliputi:

- *Crescendo* : “semakin lama semakin keras”
- *Decrescendo* : “semakin lama semakin lembut”

7. Tempo

Tempo ialah tensi kecepatan musik yang dituliskan dalam sebuah kata, juga berlaku bagi semua musik dan istilah ini dicatat pada awal penulisan lagu (Soeharto,1975:57). Sementara itu, Miller (Bramantyo, penerjemah tak dikenal): 24), tempo adalah istilah Italia yang secara harfiah berarti "waktu" atau "waktu", dan kecepatan dijelaskan oleh konten musik. Fungsi dari tempo ini dikhususkan guna meminimalisir kesulitan dalam membawakan sebuah musik atau lagu tertentu (Soeharto, 1992 : 56). Berikut beberapa tanda tempo menurut Miller (Bramantyo, tanpa tahun : 24) yaitu:

- *Presto* : “Sangat Cepat”
- *Allegro* : “Cepat”
- *Vivace* : “Hidup”
- *Moderato* : “Sedang”
- *Andante* : “Agak Lambat”
- *Adagio* : “Lebih Lambat dari Andante”
- *Lento* : “Lambat”
- *Largo* : “Sangat Lambat”

2.2 Dasar Pemikiran

Penulis menggunakan musik sebagai sarana untuk bergerak di industri periklanan, melihat peluang untuk bergerak di industri musik tidak harus selalu mempunyai sebuah band, orkes, dan grup musik lainnya. Maka dari itu penulis

membaginya menjadi dua bagian, yaitu audio dan visual. Audio itu sendiri untuk menyampaikan pesan dari jingle yang akan dibuat supaya dapat disampaikan dengan jelas kepada konsumen, dan visual untuk menarik perhatian dari para konsumen, agar dapat menikmati visual dan penyampaian yang telah diberikan. Musik sendiri sangat berpengaruh untuk sebuah iklan agar terciptanya suatu iklan yang menarik, dan mendapatkan keuntungan dari sebuah produk yang diiklan kan tersebut. Dari sinilah penulis mencoba membuat sebuah jingle dengan konsep musik yang ceria, dan kaya akan instrument membuat iringan musik menjadi lebih berwarna, sehingga memberikan ketertarikan bagi pendengar untuk mencoba produk yang akan dibuatkan jingle tersebut.

Jingle Teh Kantong Sari Murni, Tory Cheese Cracker, dan Indomie Seleraku menjadi sebuah acuan dalam pembentukan karya untuk iklan Selai Kacang ini, hal yang ingin dibuat dalam proses pembuatan iklan Selai Kacang ini menggunakan lebih dari satu suara penyanyi untuk mengisi bagian suara seperti seruan dari beberapa orang untuk menciptakan sedikit suasana meriah yang dikemas dengan hangat, ceria, dan juga riang.