

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Acuan Karya

Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh para produsen ataupun penjual untuk melakukan promosi kepada masyarakat. Sebuah produk yang dipasarkan tentu memerlukan media promosi untuk membuat iklan tentang produk yang ditawarkan. Dalam pendekatan komunikasi dengan iklan dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya dengan Jingle, Pooja Jain dan Utkarsh Jain dalam jurnalnya menjelaskan Jingle adalah musik pendek yang digunakan dalam iklan untuk memberikan informasi kepada para konsumen dengan produk yang disajikan, biasanya melalui slogan iklan untuk memperkuat identitas merek tersebut, Dari beberapa tindakan pendekatan tersebut, jingle termasuk pendekatan yang cukup menarik untuk para konsumen. Beberapa penelitian membuktikan bahwa jingle iklan merupakan satu bagian yang memberikan dampak terhadap pengetahuan dan keberhasilan produk di kalangan masyarakat. Karena pada dasarnya manusia cenderung akan lebih mudah mengingat nada atau lagu daripada kata - kata, karena itu jingle iklan dipakai sebagai media promosi sebuah produk. Dalam pembentukan Jingle, untuk menjadi sebuah Jingle yang bagus itu unik, menyenangkan, dan yang terpenting, mudah diingat (*Krisna Adi Wibowo, Bulan Prabawani 2021*).

Menurut *Keller (2003:175)* dan *Soehadi (2005:31)* dalam *Khamdillah Kusuma Ardiyan (2016)* dalam jurnalnya, dalam pembentukan untuk membuat jingle memiliki 5 (lima) aspek penting yaitu :

1. *Memorability*

Bagaimana ketika produk tersebut dapat diingat, Dimana memungkinkan konsumen menyanyikan jingle setelah mereka mendengarnya dari iklan. Meskipun belum tentu disaat itu konsumen akan membeli produk itu setidaknya Produk tersebut dapat diingat. Memorability ini juga dibagi lagi menjadi 2 yaitu:

- a. *Easily Recalled* yaitu sifat jingle yang **mudah diingat** oleh konsumen.
- b. *Easily recognition* yaitu sifat jingle yang **mudah dikenali** oleh konsumen.

2. *Scoreingfullnes*

Jingle mempunyai arti, karena sifat yang musikalnya, jingle dapat dikomunikasikan informasi tentang produk, jika mendengarkan nada dari jingle tersebut konsumen tau bahwa itu merupakan alunan dari produk tersebut.

3. *Adaptability*

Jingle tidak mudah usang, adaptability terbagi 2 macam:

- a. Fleksibel, yaitu jingle dapat digunakan dari masa ke masa, semakin fleksibel sebuah jingle, maka semakin mudah jingle tersebut untuk diperbaharui.
- b. *Updatable*, yaitu jingle tidak ketinggalan jaman karena adanya perubahan yang ters menerus atas nilai dan opini konsumen atau hanya karena kebutuhan (agar jingle Update).

4. *Transferability*

Jingle mudah ditransfer ke produk kategori sama dan berbeda.

5. *Likability*

Likability Likability yaitu jingle yang disukai. Sebuah jingle harus selalu terkait dengan produk.

- a. *Fun and interesting* Jingle harus terdegar menarik dan menyenangkan.
- b. *Rich in visual and verbal imagery* Jingle diperkaya dengan visual dan verbal yang menarik.

Menurut Suhandang (2005:139) dalam jurnal Erlina Fedora Wijaya (2017) dalam pembentukan Jingle juga memiliki sebuah syarat tertentu sama halnya dengan 5 elemen yang dibuat, juga ada beberapa syarat yang menjadi sebuah acuan dalam pembentukan sebuah Jingle, Sebuah jingle yang baik adalah:

1. Jingle harus menampilkan nama dan slogan sebuah produk agar mudah diingat dengan pembawaan yang mudah diingat, simpel dan menyenangkan.
2. Melodi yang dipakai harus unik seperti tadi yang dijelaskan dalam aspek pembuatan Jingle yaitu *memorable*. Lirik lagu harus simpel dan tidak basa basi dengan penyebutan nama produk lebih dari sekali.
3. Slogan dalam jingle harus disebutkan berulang-ulang tidak hanya sekali.

Dalam pembuatan Jingle kali inipun penulis, memiliki beberapa acuan dalam pembentukan karyanya yaitu penggunaan lagu anak – anak, karena lagu anak – anak sangat memiliki lirik yang mudah dipahami, berulang – ulang dan ritme yang ceria menurut Rina Wulandari dalam jurnalnya. Juga banyaknya lagu anak – anak diciptakan dengan tonalitas C atau D, karena ambitus suara anak – anak dibagi menjadi 2 bagian yaitu suara anak – anak yang rendah mulai dari a – d” juga suara anak yang tinggi c’ – f” maka dari itu penulis ingin membuat karya ini dengan tonalitas C juga lagu anak – anak, memiliki karakteristik musik yang memiliki struktur dan irama yang sederhana, tetapi relatif konstan Struktur sederhana musik dapat dibuat dalam satu oktaf. Adapun irama musik yang baik bagi anak - anak usia ini umumnya berada pada rentang irama sedang, tidak terlalu cepat, dan tidak pula terlalu lambat. Berkaitan dengan melodi dari jingle ini, penulis membuat dengan bentuk yang sederhana, indah, mudah untuk diikuti, lembut (tidak terlalu melompat-lompat) dan banyak pengulangan. Begitu juga dengan Harmoni Musik menggunakan akord sederhana, serta perpindahan akord yang lembut dan nada yang digunakan adalah nada - nada mayor Menurut jurnal

Maka dari itu sebagai acuan dari pembuatan karya ini, Adapun acuan karya yang dibentuk untuk memenuhi Jingle karya ini yaitu lagu anak berbahasa Jepang yang memiliki nada yang riang dan mudah diingat, yaitu ‘*Inu No Omawari San*’ yang dinyanyikan oleh Nonoka Murakata dimana lagu tersebut dibawa dengan pembawaan yang ringan dan mudah untuk diingat juga penjelasan pada lirik tersebut yang sangat mudah diingat. Lagu yang berdurasi 1 menit 44 detik ini

mengisahkan tentang seorang anjing polisi yang bertanya dan mencari rumah anak kucing yang tersesat. Liriknya sangat mudah diingat juga ditambah dengan bagian chorus ketika anak kucing tersebut menangis, adapun partitur, lirik dan terjemahannya sebagai berikut:

犬のおまわりさん

佐藤 義美 詞
大中 恩 曲

3 1 1 1 3 1 1 1 4 4 3 3 2 0 4 4 3 3 2 2 6 6 5 4 3 2 1 1 2
 まいごのまいごの こねこちゃん あなたのおうちは どこですかおう

5 3 3 3 1 4 4 4 3 2 2 3 4. 4 4 4 2 5 5 5 4 3 0
 ち を きい て も わ か ら な い な ま え を きい て も わ か ら な い

5 3 5 1. 5 3 5 2. 2 2 3 4 3 2 3 6 5 7 6 4 5 0
 ニヤン ニヤン ニヤン ニヤン ニヤン ニヤン ニヤン ニヤン ないてばかりいる こねこちゃん

3 0 5 0 5 3 6 5 3 1 0 2 3 1 6 1 2 3 1 2 6. 5 2 3 1.
 い ん の おまわりさん こまっちゃまって ワン ワン ワン ワン ワン ワン ワン

Notasi 2. 1 Partitur Partitur Inu Omawarisan (HunhunJp, 2018)

Maigo no maigo no koneko-chan (Anak kucing yang tersesat)

Anata no uchi wa doko desu ka (Di mana rumahmu?)

O uchi wo kiitemo wakaranai (Ditanya rumahnya, tidak tahu)

Namae wo kiite wakaranai (Ditanya namanya, tidak tahu)

Nyan nyan nyan nyan (Meow meow meow meow)

Nyan nyan nyan nyan (Meow meow meow meow)

Naite bakari iru koneko-chan (Anak kucing itu terus menangis)

Inu no omawari-san (Pak Polisi Anjing)

Komatte shimatte (Kebingungan)

Wan wan wawan (Guk guk guk guk)

Wan wan wawan (Guk guk guk guk)

Lagu tersebut dimainkan dengan tangga nada D mayor, Secara Moderato dengan tempo 104 Bpm Dalam lirik tersebut diucapkan bagaimana suara kucing, maupun suara anjing yang dibentuk secara berulang – ulang, dimana orang akan tahu bahwa kata – kata tersebut memang merupakan bentuk dari suara anjing maupun suara kucing. Acuan dalam karya ini yang menjadikan ide, dalam pembentukan karya Jingle yang ingin penulis lakukan, dalam Acuan lagu ini yaitu lagu *Inu Omawari San* penulis mengambil ritmik juga melodi dari lagu tersebut, dimana gaya ritmik tersebut tidak terlalu cepat, juga tidak terlalu lambat, dan tidak melompat – lompat namun mempresentasikan gaya lagu anak – anak, Menurut Refi Yunanda Wicaksono dalam Jurnalnya mengenai lagu anak – anak dimana dibentuk sebuah cerita yang dimana mampu dipahami oleh pendengarnya dikarenakan gaya bahasanya mulai dari melodi, juga gaya ceritanya yang sangat deskriptif.

Wonder If I Have an Oreo

$\text{♩} = 113$

Ba yang kan ku be li ore o tuk si Vam pir yang me nye ram kan

5
a kan kah dia ber u bah de ngan su su se ge las

9
ku ra sa se mu a kan je las me nye nang kan

13
kar na cream nya sa ngat nik mat da lam sand wich co klat bi la

17
si hi u da tang ku beri o re o la gi bisakah di a ber sa ha bat dan ber ba gi

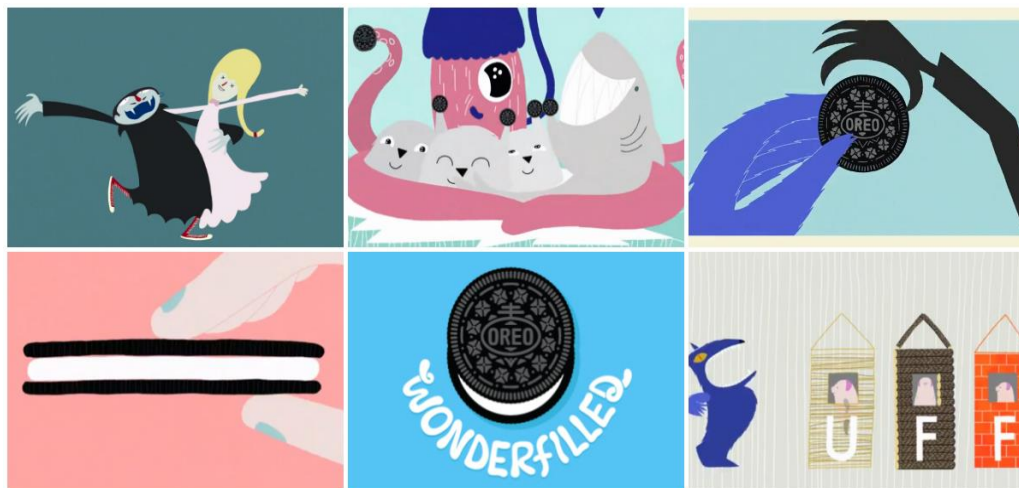
21
ba yang kan ku be ri o re o du nia pe nuh ke a ja i ban

25
ka lau ku be ri o re o tuk ka mu

Notasi 2. 2 Partitur Oreo

Dalam garapan pembuatan iklan ini juga, penulis mencoba untuk membuat iklan tersebut dibentuk secara animasi, adapun acuan yang digunakan dalam membuat animasi tersebut diambil dari iklan Oreo di tahun 2015 melalui iklan animasi yang mengkampanyekan *tagline* “Penuh Keajaiban” atau *Wonderfilled* di berbagai negara ini Sempat menjadi *trending* di beberapa negara ketika iklan bergenre animasi ini diputar di televisi. Oreo, biskuit *sandwich* yang dari awal kemunculannya lebih menargetkan pasaeannya kepada anak-anak sebagai konsumen yang dominan. Memiliki tonalitas C dengan tempo 113 bpm. Untuk iklan oreo sendiri memiliki lirik yang sangat deskriptif disesuaikan dengan gambar yang ada, maka Jingle oreo yang satu ini menjadi sebuah ketertarikan tersendiri bagi pemirsa yang menikmati iklan ini di rumah.

Dengan menggunakan animasi yang lucu, ritme lagu yang ringan dan liriknya yang sederhana, Dalam pembentukannya ini menunjukkan bagaimana interaksi setiap makhluk yang menjadi bahagia ketika sudah mengkonsumsi oreo. dalam jurnalnya banyak adegan atau makna yang dibentuk dari film film yang ada Selanjutnya secara terus menerus oreo tersebut dipindah tangan ke berbagai makhluk yang berbeda dengan urutan:



Gambar 2.1 Iklan Oreo penuh keajaiban (2015)

- Manusia dengan kulit biru
- Kulit biru ke robot
- Robot ke petinju
- Wanita dengan kingkong
- Astronot dengan alien
- Kesatria dengan pendeta
- Pelaut dengan bajak laut
- Kepiting dengan koki
- Banteng dengan matador
- Cumi dengan manusia

Pemilihan karakter yang digunakan untuk menyampaikan Oreo dari satu makhluk ke makhluk lain jika diteliti lebih seksama merupakan karakter - karakter yang dalam sebuah film /cerita / kehidupan sehari-hari bertentangan satu sama lain menyusul lirik lagu yang digunakan selama pemindah tangan Oreo yaitu “*Wonder if I gave an Oreo...*” memberikan kesan bertanya-tanya apa yang akan terjadi. Dikemudian, selanjutnya dalam hal ini memaknai bahwa semua bisa menjadi teman, dengan oreo dari yang awalnya bermusuhan menjadi berteman lalu dengan adanya Oreo dapat membantu dalam membentuk sebuah hubungan yang ada dalam jingle tersebut.

2.2 Dasar Pemikiran

Dalam pengembangan, ataupun pembentukan karya yang dibuat dari acuan – acuan iklan tersebut, penulis membuatnya dalam dua bagian, yang pertama dalam bentuk audio, yang kedua dalam bentuk Visual. Guna Audio yang diberikan dalam pembuatan iklan tersebut adalah untuk menyampaikan makna dari Jingle yang akan dibuat supaya dalam proses dan hasil dalam pembuatan tersebut dapat disampaikan

犬のおまわりさん

佐藤 義美 詞
大中 恩 曲

3 1 1 1 3 1 1 1 4 4 3 3 2 0 4 4 3 3 2 2 6 6 5 4 3 2 1 1 2
まいごのまいごの こねこちゃん あなたのうちはどこですかおう

Notasi 2. 3 Lagu Inu Omawarisan Tonalitas D Mayor

dengan jelas kepada Konsumen. Begitu juga dengan Visual hal yang ingin ditunjukkan selain dari penyampaian dengan audio penulis juga ingin menampilkan sebuah Visual yang mampu untuk menarik perhatian para konsumen, ataupun setidaknya para konsumen dapat menikmati visual dan penyampaian yang diberikan. Adapun acuan dari karya yang dibuat dari lagu Inu Omawari San.

Lagu *Inu No Omawari* menjadi sebuah acuan dalam pembentukan karya untuk iklan Tu’cis ini, hal yang ingin dibuat dalam proses pembuatan Iklan Tu’Cis ini menggunakan lagu anak – anak yang dikemas dengan ceria dan juga riang, sama halnya seperti iklan *Osu dake āsureddo no uta* adapun dalam pembuatan Jingle lagu

ini ini akan dibentuk dalam beberapa hal, yang pertama adalah tonalitas, untuk lagu *Inu No Omawari* memiliki Tonalitas dari D mayor. Adapun lagu yang diben

Tu'Cis Parony

Manuela Naomi Jeanie
186040027

$\text{♩} = 114$

C Dm G C

mf

T U C I S tu cis tu cis na ma nya

5 C Dm G C

T U C I S u nik u nik ra sa nya

Notasi 2. 4 Lagu Tu'Cis dengan Tonalitas C Mayor

Sedangkan Tucis memiliki Tonalitas C mayor. Dimana untuk notasi melodi yang ada di bentuk dengan cara terbagi bagi menjadi 2 ketuk ataupun 1 ketuk disesuaikan dengan liriknya dan dibuat jarak yang tidak terlalu jauh. Masih disesuaikan dengan range suara anak. Dan bar 1 – 4 juga bar 5 - 8 memiliki nada yang sama sama halnya selayaknya frase Tanya maupun jawab, bar 1 – 4 adalah frase Tanya dan bar 5 – 8 adalah frase jawab karena diakhiri oleh not sebagai penutup, dan memang ada bentuk pengulangan pengulangan pada notasi yang ada secara menyeluruh dan berulang ulang.

9 *mf* D D A7 Em A E7 A

5 3 5 1. 5 3 5 2. 2 2 3 4 3 2 3 6 5 7 6 4 5 0

ニヤン ニヤン ニヤン ニヤン ニヤン ニヤン ニヤン ニヤン ないてばかりいる こねこちゃん

13 *mp* D Bm *p* Em *mf* D E A7 D

3 0 5 0 5 3 6 5 3 1 0 2 3 1 6 1 2 3 1 2 6. 5 2 3 1.

いぬのおまわりさん こまっちゃまって ワンワンワンワン ワンワンワンワン

Notasi 2. 5 Partitur Inu Omawarisan Bar 9 - 17

Selanjutnya, dalam lagu Inu Omawari san ada penggunaan kata “nyan” yang berulang ulang seperti yang ada pada bar 9 dan 16 maka dari itu penulis juga membentuk untuk notasi ini mirip terutama representatif pada liriknya dengan dibentuk sebagai berikut :

9 F Em Dm Dm G G G
ben tuk nya bu lat gu rih dan ma nis nyam nyam nyam nyam nyam

13 Dm Dm G G G F G Em Am
nyam nyam nyam nyam nyam co cok bu at aku dan ju ga ka mu

17 Dm Dm G G G Dm Dm G A
nyam nyam nyam nyam nyam nyam nyam wah na gih banget

Notasi 2. 6 Partitur Tu'Cis Bar 9 - 20

Untuk penggunaan nyam nyam nyam dan nyan nyan nyan dalam 2 bentuk lagu ini dibuat sebagaimana guna kalimatnya ketika lagu dari *Inu Omawari San* digunakan berulang – ulang untuk represntatif kucing yang menangis sedangkan untuk lagu Tucis, penggunaan nyam nyam nyam yang berulang kali menandakan bentuk dari makanan yang terus terusan membuat nagih.

Iklan oreo menjadi sebuah acuan dalam pembentukan karya tersebut, hal yang ingin dibuat dalam proses pembuatan Iklan Tu'Cis ini menggunakan Animasi, sama halnya seperti iklan oreo adapun dalam pembuatan animasi ini akan dibentuk dalam beberapa hal, yang pertama adalah uraian dari *storyline* dari iklan tersebut, mulai dari proses pembentukan liriknya, seperti halnya iklan oreo, setiap lirik membentuk gambaran yang ingin dibuat oleh animasi tersebut, seperti lirik “Bayangkanku Beri Oreo Tuk Si Vampire yang menyeramkan” begitu juga dengan visual yang diberikan ya gambar Vampire yang sedang memegang oreo. Maka dari itu dalam pembentukan Visual ini akan dibangun sesuai dengan lirik yang ada. Dalam bentuk animasi.