

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penciptaan

Musik adalah bagian dari seni yang menggunakan bunyi sebagai media penciptaannya. Menurut Jamalus (1988) musik adalah suatu hasil karya seni bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi musik yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui unsur-unsur musik yaitu irama, melodi, harmoni, bentuk dan struktur lagu, serta ekspresi sebagai satu kesatuan.

Jenis-jenis musik yang banyak dikenal oleh masyarakat luas yaitu Musik Klasik, Musik Modern, dan Musik Etnis atau musik tradisional. Para ahli mengategorikan Musik Modern sebagai musik populer yaitu musik yang secara umum diterima keberadaannya serta disenangi keberadaannya oleh masyarakat luas. Musik merupakan aktivitas manusia yang bersentuhan dengan pengolahan bunyi yang telah menjadi bagian dari kehidupan manusia sejak zaman primitif hingga manusia modern. Musik Etnik menurut Lono Simatupang adalah musik nonwestern atau musik tradisi yang pentatonik, sebagai ekspresi budaya. Ekspresi ini melibatkan instrumentasi, teknik permainan, dan citarasa. Begitupula dengan Musik Etnik Jawa yang identik dengan kebudayaan Jawa. Kesenian diciptakan manusia untuk dinikmati oleh manusia, dirasakan manusia, dimaknai dan dihayati. Setiap karya seni musik tentunya mengandung pesan yang ingin disampaikan kepada pendengar. Pada zaman prasejarah, musik sangat erat hubungannya dengan hal-hal yang ritual dan magis,

berupa kegiatan upacara-upacara religious, upacara-upacara mistik, seperti penyembuhan orang sakit, usaha membunuh binatang buruan, dan persembahan sesajen di tempat-tempat yang dianggap keramat. Menurut Merriam (1964: 219) musik berfungsi sebagai media untuk mengekspresikan perasaan emosional manusia yang digunakan sebagai media pengungkapan ide-ide dan perasaan para seniman, baik pencipta maupun pemain musik. Merriam (1964: 223) juga menjelaskan bahwa musik dapat memberikan ketenangan jiwa kepada para pendengarnya dengan keindahan yang terdapat di dalam musik. Selain itu juga musik dapat berfungsi sebagai hiburan yang mampu memberikan perasaan senang dan gembira kepada para pendengarnya (Merriam, 1964: 223).

Menurut Hasan Yuniarto pada jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Jingle Iklan Mizone Versi Love Today di Televisi Terhadap Brand Image”, musik juga bisa digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan pesan iklan. Iklan adalah media promosi bagi sebuah produk atau jasa. Dengan demikian pada akhirnya jenis musik tersebut akan menjadi pengidentifikasi produk atau brand. Misalkan dengan mendengarkan sebuah lagu atau Jingle iklan maka pendengar sudah bisa mengetahui produknya apa, kelebihanannya apa, dan tipikal target audiensnya siapa.

Musik Jingle menurut Tya Subiakto yang merupakan salah seorang komposer Musik Jingle, yaitu sebagai pesan iklan atau media beriklan yang disampaikan melalui musik untuk menjual atau memberikan keterangan tentang suatu brand serta ekspresi yang ingin dibangkitkan kepada para pendengar. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian salah satunya adalah Jingle. Maka dari itu Musik Jingle harus memiliki daya tarik dan menempatkan *hook* (bagian-bagian

dalam musik yang mudah diingat oleh pendengar) di dalamnya agar dapat menarik perhatian para pendengar terhadap brand dan dapat mengingat brand tersebut dalam jangka waktu yang panjang.

Selama Masa Pandemi Covid-19 ini, penulis beberapa kali mendapatkan *project* pembuatan jingle. Salah satunya *project* Jingle brand Semen Grobogan yang menurut penulis sangat menarik untuk dijadikan sebagai bahan studi kasus. Dari namanya yang mengambil nama Kota Grobogan; dan logonya yang mengeksplorasi simbol gunung di pewayangan sangat menyiratkan lokalitas budaya Jawa Tengah sehingga elemen tersebut dapat dijadikan sumber ide dalam proses penciptaan Jinglenya.

Semen Grobogan merupakan semen lokal dari Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah, yang dapat digunakan untuk semua aplikasi dan segala jenis bangunan. Semen Grobogan ini mulai berproduksi pada tahun 2020. *Target market* yang dimiliki oleh Semen Grobogan pun sebagian besar berasal dari Jawa Tengah, Jogja dan Jawa Timur.

Sesuai dengan *brief* klien, Semen Grobogan ingin memberikan persepsi sebagai semen segala jenis aplikasi kebanggaan masyarakat Jawa. Jingle menjadi salah satu media yang efektif untuk tujuan tersebut. Sebagai pesan iklan atau media beriklan, tentunya Jingle dengan *brand Canvassing* dari brand tersebut harus memiliki keterkaitan yang erat. Sehubungan dengan pengamatan penulis, beberapa Jingle yang penulis amati tidak begitu memiliki keterkaitan dengan *Brand Canvassing*-nya. Seperti Jingle yang tidak mewakili personalitas dan *image* dari brand tersebut. Maka dari itu permasalahan yang penulis temukan adalah bagaimana teknik yang akan

digunakan untuk mengidentikkan brand Semen Grobogan dengan personalitas dan *image* brand sebagai semen kebanggaan masyarakat Jawa tersebut lewat media Jingle.

Tya Subiakto menyatakan bahwa pada umumnya Musik Jingle hanya berdurasi satu menit (60 detik). Namun sekarang Musik Jingle dapat berdurasi mulai dari 30 detik, satu menit (60 detik), hingga tiga menit. Di dalam pembuatan musik Jingle Semen Grobogan penulis juga memiliki tantangan dalam menempatkan unsur *hook* ke dalam Jingle, untuk dapat menarik perhatian para pendengar dengan durasi musik yang singkat yaitu satu menit.

Melalui pengamatan, penulis menemukan musik-musik Jingle yang meskipun dapat mudah diingat namun saat diperdengarkan jarang dapat menarik perhatian dan membuat para pendengar kurang fokus dengan Jingle tersebut. Dikarenakan Jingle merupakan ekspresi yang ingin dibangkitkan kepada para pendengar, para pencipta musik Jingle seharusnya dapat menarik perhatian para pendengarnya agar dapat fokus kepada Jingle tersebut dari awal hingga akhir bagian, sehingga pesan-pesan inti dari brand tersebut dapat tersampaikan dengan baik dan jelas. Kejelasan pesan-pesan inti yang ingin disampaikan melalui Jingle sangat berpengaruh kepada pemasaran brand, maka dari itu musik Jingle seharusnya perlu memiliki banyak daya tarik atau *hook*. Dikarenakan musik Jingle merupakan suatu karya yang umumnya hanya memiliki durasi yang singkat yaitu satu menit, penciptanya juga membutuhkan pertimbangan dalam menempatkan *hook* tersebut secara efektif.

Maka dari itu, pembuatan karya Musik Jingle Semen Grobogan tidak semata langsung dapat dibuat, melainkan perlunya referensi sebagai acuan ide penciptaan serta dibutuhkannya penelitian dan pengamatan terlebih dahulu.

B. Rumusan Ide Penciptaan

1. Bagaimana mengidentikkan Semen Grobogan sebagai semen kebanggaan masyarakat Jawa melalui penciptaan musik Jingle yang didukung oleh pengolahan liriknya?
2. Bagaimana memadukan unsur lokalitas Musik Etnik Jawa dan Modern ke dalam jingle sebagai pertimbangan pembuatan hook dalam durasi satu menit?

C. Tujuan Penciptaan

1. Memahami bagaimana tahap dalam menciptakan Musik Jingle Semen Grobogan yang didukung dengan pengolahan liriknya sebagai semen kebanggaan masyarakat Jawa.
2. Mengetahui bagaimana cara dalam memadukan unsur lokalitas Musik Etnik dan Modern sebagai pertimbangan pembuatan hook dalam durasi satu menit.

D. Manfaat Penciptaan

1. Memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai tahap dalam menciptakan jingle Semen Grobogan sebagai kebanggaan masyarakat Jawa.
2. Memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai cara dalam memadukan unsur lokalitas Musik Etnik dan Modern sebagai pertimbangan pembuatan hook dalam durasi yang singkat.
3. Membantu para pembuat Jingle atau *Jingle Maker* dan peneliti studi kasus yang serupa dalam mengeksplorasi musik Etnis dengan Modern ke dalam Jingle.

