

Analisis Teknik Videografi Pada Iklan OLX Versi Mahasiswa Tingkat Akhir Dari Segi Teknik Dasar Videografi

FESI GEMPAR WAHYU EKO P

(Pembimbing : ARIPIN, M.Kom, Auria Farantika Yogananti, S.Sn,MTDdesign)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201201351@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

OLX adalah perusahaan yang menyediakan aplikasi jual beli online barang baru maupun barang bekas. Seiring berkembangnya jaman muncul perusahaan lain yang bermunculan dengan fungsi yang sama khususnya di Indonesia, oleh karena itu OLX harus memiliki strategi salah satunya dengan meluncurkan berbagai iklan, contohnya adalah Iklan OLX Versi Mahasiswa Tingkat Akhir (Laptop Bimo Error) yang ternyata sempat menjadi iklan dengan rating tertinggi pada situs youtube khususnya pada channel resmi OLX, masalah disini adalah bagaimana Iklan OLX Versi Mahasiswa Tingkat Akhir (Laptop Bimo Error) dapat menjadi salah satu daya tarik terbesar walaupun dengan proses videografi yang. Hal tersebut menimbulkan tanda tanya apakah teknik videografi mempengaruhi keberhasilannya. Maka dari itu penulis melakukan analisis yang tentunya membutuhkan data sebagai penunjang analisis, menggunakan metode pengumpulan data kualitatif dan setelah data terkumpul maka di lakukan analisis dari segi teknik dasar videografi yang terdiri dari angle, framing, komposisi dan shot namun pada analisis ini tidak menggunakan shot sebagai landasan karena pada iklan yang di analisis tidak mengaplikasikan teknik shot (pergerakan kamera). Setelah menemukan hasil kemudian dilakukan perhitungan menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif untuk mendapatkan hasil akhir yaitu iklan tersebut mengaplikasikan normal angle, medium shot di bagian framing dan the rule of third untuk pengaplikasian komposisi. Teknik videografi memang berpengaruh pada keberhasilan suatu video, namun tidak sepenuhnya karena masih ada beberapa aspek lain yang mempengaruhi.

Kata Kunci : olx, iklan, analisis, videografi, teknik videografi

Videography Technical Analysis For OLX Advertisement Version of Final Year Student From View of Videography Basic Method

FESI GEMPAR WAHYU EKO P

(Lecturer : ARIPIN, M.Kom, Auria Farantika Yogananti, S.Sn,MTDdesign)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114201201351@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

OLX is a company that provides applications online purchase new items or used items. Along developing its appear other companies that have sprung up with the same function, especially in Indonesia, therefore OLX strategy should have one of them by launching a variety of advertising, for example, is Ad OLX versions: Senior Year (Laptop Ben Error) which turned out had become an ad-rated highest on the site's official youtube channel, especially on OLX, the issue here is how Ad OLX version Senior Year (Laptop Ben Error) can be one of the biggest attraction though with the process videography. This raises a question mark whether videography techniques affect being a success. Thus the authors conducted an analysis which would require the data as supporting analysis, using qualitative data collection and once the data is collected then do the analysis in terms of the basic techniques of videography consisting of angle, framing, composition and shot but in this analysis do not use the shot as foundation for the ads in the analysis do not apply the techniques shot (camera movement). After finding the results and then do the calculation using quantitative descriptive analysis method to get the final result that the ad applying the normal angle, medium shot on the framing and the rule of thirds for the application of the composition. Videography techniques indeed affect the success of a video, but not completely because there are some other aspects that influence.

Keyword : OLX, advertising, analysis, videography, videography Technical.