

INTISARI

Kopi Abah Capar merupakan merek kopi yang berasal dari Desa Capar Kecamatan Salem Kabupaten Brebes. Banyaknya kopi lokal menjadikan persaingan semakin ketat, mengharuskan sebuah produk memiliki daya saing yang tinggi. Kopi Abah Capar membutuhkan strategi dalam menghadapi kompetitifnya persaingan. Salah satu strategi yang dapat digunakan yaitu meningkatkan brand awareness atau kesadaran seseorang terhadap merek Kopi Abah Capar semakin kuat dengan memperkenalkan Kopi Abah Capar kepada masyarakat luas. Video promosi dapat digunakan dalam memperkenalkan Kopi Abah Capar kepada masyarakat luas. Karena video dapat menampilkan tulisan dan gambar bergerak yang dilengkapi suara sehingga akan mudah dipahami dan menarik. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menerapkan teknik sinematografi dan teknik color grading pada video promosi Kopi Abah Capar agar video yang dibuat lebih menarik. Metode pengembangan multimedia yang digunakan adalah metode MDLC (Multimedia Development Life Cycle) dengan memiliki 6 tahap yaitu concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution. Hasil dari penelitian ini berupa video yang menerapkan teknik sinematografi dan color grading yang berdurasi 1 menit 37 detik dan hasil uji *External* sebesar 88,8% dimana masuk dalam kategori “sangat baik”.

Kata kunci: Kopi, Video, Sinematografi, Color Grading.

ABSTRACT

Abah Capar Coffee is a coffee brand that originates from Capar Village, Salem District, Brebes Regency. The large number of local coffees makes competition even tighter, requiring a product to have high competitiveness. Abah Capar Coffee requires a strategy to face competitive competition. One strategy that can be used is to increase brand awareness or make a person's awareness of the Kopi Abah Capar brand stronger by introducing Kopi Abah Capar to the wider community. Promotional videos can be used to introduce Abah Capar Coffee to the wider public. Because videos can display writing and moving images equipped with sound so they will be easy to understand and interesting. The aim of this research is to apply cinematography techniques and color grading techniques to Kopi Abah Capar promotional videos so that the videos made are more interesting. The multimedia development method used is the MDLC (Multimedia Development Life Cycle) method which has 6 stages, namely concept, design, material collecting, assembly, testing and distribution. The results of this research are a video that applies cinematography and color grading techniques with a duration of 1 minute 37 seconds and an external test result of 88.8% which is in the "very good" category.

Keywords: Coffee, Video, Cinematography, Color Grading.