

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penerapan teknik *live shooting* dalam pembuatan video *Behind the Scenes* (BTS) sebagai bentuk strategi komunikasi visual berbasis digital branding pada proses produksi telur asin di PT. Sentral Telur Asin “Mentari CSN”. Teknik *live shooting* dilakukan dengan merekam kegiatan produksi secara langsung tanpa pengulangan adegan serta tanpa penggunaan efek visual yang berlebihan, sehingga visual yang dihasilkan merepresentasikan kondisi nyata di lapangan. Pendekatan ini dipilih karena konten visual yang menonjolkan keaslian mampu membangun kepercayaan dan meningkatkan transparansi antara merek dan audiens. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan teknik *live shooting* pada video BTS tidak hanya berperan sebagai dokumentasi proses produksi, tetapi juga berfungsi sebagai media edukatif dan promosi yang efektif. Penyajian visual proses pembuatan telur asin secara apa adanya membantu audiens memahami setiap tahapan produksi sekaligus memperkuat citra perusahaan sebagai pelaku UMKM yang menjunjung tinggi nilai tradisional dan kejujuran dalam proses kerja. Dengan demikian, video BTS berbasis teknik *live shooting* memiliki kontribusi penting dalam memperkuat identitas merek, meningkatkan keterlibatan konsumen, serta mendukung strategi visual branding yang kredibel dan transparan di era digital.

Kata Kunci: *Live shooting*, *Behind the Scenes*, Telur Asin, Komunikasi Visual, Digital Branding, UMKM

ABSTRACT

This study examines the application of live shooting techniques in the creation of Behind-the-Scenes (BTS) videos as a digital branding-based visual communication strategy for the salted egg production process at PT. Sentral Telur Asin "Mentari CSN." Live shooting techniques involve recording production activities directly without re-creating scenes or using excessive visual effects, ensuring that the resulting visuals accurately represent real-world conditions. This approach was chosen because authentic visual content can build trust and increase transparency between the brand and its audience. The analysis shows that the application of live shooting techniques in BTS videos not only serves as documentation of the production process but also serves as an effective educational and promotional medium. The visual presentation of the salted egg production process in a straightforward manner helps the audience understand each stage of production while strengthening the company's image as a MSME that upholds traditional values and honesty in its work processes. Therefore, live shooting-based BTS videos play a significant role in strengthening brand identity, increasing consumer engagement, and supporting a credible and transparent visual branding strategy in the digital era.

Keywords: Live shooting, Behind-the-Scenes, Salted Eggs, Visual Communication, Digital Branding, MSMEs