

TEKNIK SINEMATOGRAFI PADA INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN

(Studi Kasus Pada *Cinematic Wedding* di Instagram @panic.artwork)

Naufal Rafiif Septiawan¹, Dr. Herning Suryo, M.Si², Muadz, S.Sn., M.A³

S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai peran Teknik Sinematografi, sebuah metode yang menggabungkan video dan teks untuk menghasilkan visual profesional, terutama dalam konteks *Wedding* Sinematografi. Salah satu penyedia jasa yang menerapkan Teknik Sinematografi adalah Panic Artwork Photography di Surakarta, didirikan oleh Rijal Naszirul Haq pada tahun 2014. Mereka menggunakan teknik ini sebagai media komunikasi pemasaran, menciptakan *cinematic wedding* untuk menarik perhatian calon pengantin dan meningkatkan jumlah pelanggan yang dimilikinya. Tujuan penelitian adalah mendeskripsikan peran Teknik Sinematografi pada Instagram sebagai strategi komunikasi pemasaran di akun @panic.artwork. Melalui penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, penelitian ini bertujuan memahami bagaimana Teknik Sinematografi berfungsi sebagai komunikasi pemasaran yang menarik perhatian konsumen. Dengan menggunakan Teori Sinematografi dan *Marketing Mix*, penelitian ini membuktikan bahwa Teknik Sinematografi dalam *marketing cinematic wedding* efektif menarik minat konsumen melalui platform Instagram. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Teknik Sinematografi di Instagram, khususnya oleh @panic.artwork, menggunakan *angle shot*, *type shot*, *composition*, *continuity*, dan *cutting* sebagai kunci utama dengan melibatkan pengantin dan memperkuat pesan pemasaran. Panic Artwork secara cerdas memanfaatkan teknik Sinematografi sebagai strategi utama dalam elemen "*Promotion*" pada *marketing mix*, sementara elemen lain seperti *Product*, *Price*, dan *Place* juga dioptimalkan dengan baik. Inovasi Teknik Sinematografi memungkinkan Panic Artwork untuk menciptakan konten visual yang memukau dan bermakna, meningkatkan daya tarik pada setiap karya yang dipromosikan.

Kata Kunci : Sinematografi, *Cinematic Wedding*, Komunikasi Pemasaran, Instagram, Marketing Mix

CINEMATOGRAPHY TECHNIQUES ON INSTAGRAM AS A

MARKETING COMMUNICATION STRATEGY

(Case Study on Cinematic Wedding on Instagram @panic.artwork)

ABSTRACT

This research discusses the role of Cinematography Techniques, a method that combines video and text to produce professional visuals, especially in the context of Wedding Cinematography.

One of the service providers that applies Cinematography Techniques is Panic Artwork Photography in Surakarta, founded by Rijal Nasyirul Haq in 2014. They use this technique as a marketing communication medium, creating high-quality cinematic weddings to attract the attention of prospective brides and grooms and increase the number of customers they have. Purpose The research is to describe the role of Cinematography Techniques on Instagram as a marketing communication strategy on the @panic.artwork account. Through qualitative research with a case study approach, this research aims to understand how Cinematography Techniques function as marketing communications that attract consumer attention. By using Cinematography Theory and Marketing Mix, this research proves that Cinematography Techniques in cinematic wedding marketing are effective in attracting consumer interest via the Instagram platform. The research results concluded that Cinematography Techniques on Instagram, especially by @panic.artwork, use angle shot, type shot, composition, continuity and cutting as the main keys to involving the bride and groom and strengthening marketing messages. Panic Artwork intelligently utilizes Cinematography techniques as the main strategy in the "Promotion" element of the marketing mix, while other elements such as Product, Price and Place are also well optimized. Innovations in Cinematography Techniques enable Panic Artwork to create stunning and meaningful visual content, increasing the appeal of each work promoted.

Keywords: Sinematografi, Cinematic Wedding, Panic Artwork, Marketing Communications, Instagram, marketing mix

I. Pendahuluan

Teknologi komunikasi telah berkembang begitu cepat sehingga tidak ada masyarakat yang bisa hidup tanpanya. Komunikasi berperan sebagai penggerak interaksi sosial dalam masyarakat, dan masyarakat dapat terus berkembang dalam setiap aspek kehidupan masyarakat, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan individu maupun kepentingan kelompok. Evolusi teknologi komunikasi tidak dapat dipisahkan dari perubahan sosial. Dari segi penggunaan teknologi komunikasi itu sendiri, teknologi komunikasi dipandang sebagai suatu keberadaan yang unik dan objektif dalam memahami pembangunan untuk kebutuhan manusia.

Pada masa kini teknologi komunikasi, khususnya di bidang fotografi dan videografi, telah menjadi terkenal. Seperti yang kita ketahui setiap kegiatan penyiaran menggunakan jasa fotografi dan videografi, baik untuk kegiatan pribadi maupun kelompok. Agar teknologi dapat bermanfaat sebagaimana mestinya, masyarakat harus memahami cara penggunaannya. Fotografi dan videografi memiliki komponen utama yaitu kamera, ini merupakan alat untuk mengambil gambar yang dibantu oleh lensa, dipantulkan ke cermin yang miring 45 derajat, kemudian dikirim ke pentaprisma, yaitu perhentian terakhir viewfinder (jendela bidik atau jendela kecil pada kamera untuk

melihat objek yang akan ditangkap). Penggunaan kamera untuk menciptakan karya audio visual diamanatkan oleh teknologi modern (yang dapat dilihat dan didengar).

Setiap orang menghadapi berbagai momen sepanjang hidup mereka, apakah itu patut diperhatikan atau tidak. Momen pernikahan adalah salah satu momen paling berharga dalam hidup. Pernikahan diadakan sebagai wadah bagi masyarakat umum untuk mengakui bahwa suatu peristiwa sakral telah terjadi. Pernikahan merupakan peristiwa yang sakral dan memiliki arti penting dalam sejarah perjalanan hidup seseorang. Pernikahan biasanya dilakukan di lokasi tertentu, seperti gedung atau lapangan terbuka.

Menurut Bonfix (2011:02) dalam industri pernikahan, video pernikahan atau wedding videography semakin menjadi trend dan menjadi bagian penting dari dokumentasi pernikahan modern. Banyak pasangan yang ingin memperoleh video pernikahan yang tidak hanya sekedar merekam peristiwa, tetapi juga menghasilkan karya cinematic yang berkualitas tinggi dengan kualitas produksi layaknya film. Momen wedding tersebut tentu tidak bisa terulang kembali. Jadi, banyak pasangan yang mencari jasa videographer yang handal agar momen-momen tertentu dapat terekam dan menghasilkan video yang diinginkan konsumen.

Sekarang hal seperti ini sudah menjadi tuntutan dalam bisnis pada bidang Fotografi dan Videografi. Setiap bisnis harus mengutamakan kualitas produk jika ingin menghasilkan barang yang dapat bersaing di pasar dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Persyaratan utama penerimaan suatu produk di pasar adalah kualitasnya. Oleh karena itu, suatu produk dikatakan berkualitas jika dapat memenuhi harapan pelanggan. Seperti yang kita ketahui untuk menarik perhatian calon pelanggan kita harus mampu menghadirkan inovasi dan sesuatu yang berbeda dari yang lain, salah satunya adalah industry cinematic wedding harus menggunakan Teknik Sinematografi yang apik sebagai strategi komunikasi pemasaran.

Dalam menghasilkan Sinematografi yang berkualitas perlu adanya ciri khas untuk setiap penyedia jasa cinematic wedding. Hal ini mendorong produksi video bersaing untuk menghasilkan wedding Sinematografi yang berkualitas tinggi. Untuk itu, kreativitas merupakan skill yang harus dimiliki oleh para videografer. Kreativitas seorang videografer dapat diartikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide atau gagasan orisinal berupa hal-hal yang belum pernah ada atau hal-hal yang pernah ada, dengan bekerja sama dengan apa yang ada di dalam dan di sekitarnya, maka muncullah ide atau gagasan. organisasi pemikiran terpadu.

Videografi pernikahan (wedding videography) menjadi semakin populer sebagai salah satu bentuk dokumentasi acara pernikahan yang memungkinkan pengantin untuk merekam kenangan pernikahan mereka dalam bentuk video yang dapat dilihat kembali di kemudian hari. Pasangan itu nantinya dapat meningkatkan keharmonisan hubungan mereka dengan menonton video tersebut. Tidak hanya berlalu begitu saja tanpa adanya kenangan indah di hari bahagia tersebut. Video merupakan gabungan gambar-gambar tidak bergerak yang dilihat berurutan dalam waktu yang ditentukan dan dengan kecepatan tertentu. Karena dimainkan dalam kecepatan yang tinggi maka terciptalah ilusi bergerak yang halus. Gerakan inilah yang membuat video dikenal juga dengan istilah gambar bergerak. Selain itu video dapat menyampaikan pesan lebih efektif karena menggunakan audio video sekaligus.

Sinematografi merupakan salah satu upaya untuk menggambarkan kepada khalayak, melalui penggunaan teknik yang menggabungkan video dan teks untuk menghasilkan visual yang profesional. Sinematografi memiliki berbagai etika, seperti video dengan memanfaatkan cahaya matahari. Pada video yang bagus, maka penguasaan kamera menjadi hal mutlak. Mulai dari bagian-bagian kamera serta pengetahuan tentang komposisi, kebebasan berimajinasi, dan teknik pencahayaan. Untuk memastikan bahwa video akhir memiliki kualitas yang diinginkan, videografer pernikahan dianjurkan untuk mematuhi semua etika Sinematografi.

Salah satu penyedia jasa Video Sinematografi Wedding di Surakarta yaitu Panic Artwork Photography, Panic Artwork didirikan pada tahun 2014 oleh Rijal Nasyirul Haq. Pada saat ini Panic Artwork menyediakan jasa wedding, prewedding serta photo studio. Bagi seorang videographer menghasilkan video yang berkualitas merupakan kebanggaan tersendiri. Selain meningkatkan loyalitas pelanggan, juga dapat mengasah kemampuan yang dimiliki. Salah satunya di Panic Artwork memiliki videographer yang dituntut untuk memiliki keahlian tersendiri. Panic artwork mempublikasikan karyanya melalui Instagram sebagai sarana media promosi.

Menurut Atmoko (2012:3) Instagram adalah layanan jejaring sosial berbasis fotografi. Jejaring sosial ini diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang mampu menjangkau 25 ribu pengguna di hari pertama. Selain itu Atmoko (2012:8), menyatakan bahwa nama instagram merupakan kependekan dari kata "instan-telegram". Menurut website resmi Instagram, Instagram adalah cara yang menyenangkan dan unik untuk berbagi hidup anda dengan teman-teman melalui serangkaian gambar. Bidik foto dengan ponsel atau tablet anda lalu pilih filter untuk

mengubah gambar. Salah satu keunggulan utama Instagram adalah fokus pada visual. Instagram didirikan sebagai platform berbagi foto dan video. Dibandingkan dengan Facebook, Instagram lebih terfokus pada gambar dan video, yang membuatnya lebih menarik bagi pengguna yang ingin berbagi dan menikmati konten visual. Pemilihan Instagram sebagai media promosi karena memiliki banyak keunggulan dibandingkan media sosial lainnya. Salah satunya sebagai media untuk memperkenalkan produk serta mengupdate produk, karena jangkauannya luas sehingga cepat untuk menarik para konsumen.

Untuk mempermudah calon pengantin melihat portofolio yang sudah dihasilkan oleh panic artwork, mereka memiliki beberapa akun Instagram seperti @panic.artwork sebagai akun utama untuk postingan hasil foto wedding, @rukunabadi.foto untuk memposting foto prewedding dan @panicartworkstudio untuk promosi foto studio. Hal tersebut menjadi keunggulan tersendiri bagi Panic Artwork karena dengan adanya pembagian social media ini, calon client dapat lebih mudah melihat portofolio yang disediakan oleh panic artwork sesuai kebutuhan calon client itu sendiri. Disamping itu juga tidak banyak Vendor diluar sana yang memperhatikan pembagian social media seperti ini. Tentunya ini menjadi perbedaan tersendiri bagi Panic Artwork dengan Vendor lainnya.



Gambar 1.1 Postingan video cinematic wedding oleh Panic Artwork

Panic Artwork telah menjadi pilihan utama bagi calon pengantin yang mencari videografer pernikahan yang mampu menghasilkan karya berkualitas dan artistik. Vendor ini dikenal dengan teknik pengambilan gambar dan editing yang kreatif, serta kemampuan mereka dalam menghadirkan cerita yang emosional dan mendalam melalui videonya.

Namun, dalam industri videografi pernikahan yang semakin berkembang, persaingan di antara para videografer semakin ketat. Penting untuk memahami faktor-

faktor apa saja yang membuat Panic Artwork mampu membedakan diri dari videografer pernikahan lainnya dan menghasilkan wedding Sinematografi yang berkualitas. Tingkat keberhasilan Panic Artwork dalam menghasilkan wedding Sinematografi yang berkualitas tidak hanya bergantung pada teknologi dan peralatan yang digunakan, tetapi juga pada kompetensi dan keahlian dari wedding videografer mereka. Kompetensi wedding videografer pada Panic Artwork yang terdiri dari teknis pengambilan gambar, pencahayaan, pengaturan warna, editing, dan aspek artistik seperti storytelling dan penggunaan musik sangatlah penting dalam menghasilkan wedding Sinematografi yang berkualitas.

Dalam dunia pemasaran, strategi komunikasi memainkan peran penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Salah satu aspek penting dari strategi komunikasi pemasaran adalah media visual yang digunakan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi audiens target. Konsep komunikasi pemasaran yang secara umum sering digunakan untuk menyampaikan pesan adalah apa yang disebut sebagai bauran promosi. Terdapat lima bauran promosi yaitu, iklan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, publisitas, serta pemasaran langsung (Kotler dan Keller 2016, 47f)

Strategi pemasaran atau strategi marketing, adalah rencana suatu perusahaan untuk bisa memperkenalkan brand seluas mungkin guna mencapai target pelanggan dan penjualan. Banyak hal yang harus dipertimbangkan dalam pemilihan strategi pemasaran. Salah satu aspek penting dari strategi komunikasi pemasaran adalah media visual yang digunakan untuk menarik perhatian dan mempengaruhi audiens target.

Menurut pernyataan Rijal Nasyirul Haq (Owner Panic Artwork) mengungkapkan bahwa dirinya sudah menyukai gambar-gambar atau video yang lebih unik dan tidak hanya sekedar gelap terang tetapi lebih mengedepankan teknik Sinematografi seperti pengambilan komposisi, framing, permainan cahaya, dll untuk menghadirkan sebuah konsep video yang berbeda dengan penyedia jasa wedding cinematic lainnya. Ini yang membuat beliau menghadirkan gagasannya dalam setiap video yang dihasilkan oleh Panic Artwork sendiri. walaupun setiap client pasti memiliki kualitas acara masing masing, dari situ Panic Artwork mengemas acara client dalam bentuk video dengan mencari bahkan membuat keunikan pengambilan gambar dengan menggunakan Teknik Sinematografi. Berangkat dari hal tersebut sang owner membawa Teknik Sinematografi ini ke dalam media social Instagram sebagai sarana strategi untuk memasarkan produknya yang bertujuan untuk menarik konsumen melalui hasil video yang sudah mereka buat, banyak konsumen yang memilih Panic Artwork karena tertarik dengan teknik pengambilan

gambar yang berbeda dengan vendor lain setelah mereka melihat di Instagram @panic.artwork. (Wawancara 30 Mei 2023)

Pada Teknik Sinematografi ini memiliki peran penting dalam strategi pemasaran. Dalam dunia bisnis dan pemasaran saat ini, video telah menjadi salah satu media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan, menarik perhatian, dan memiliki dampak emosional yang kuat pada audiens. Sinematografi yang mencakup elemen-elemen seperti pembingkai, komposisi gambar, pencahayaan, pergerakan kamera, dan penggunaan warna, berperan penting dalam menciptakan pengalaman visual yang menarik dan berkesan pada video sebagai strategi pemasaran.

Dalam konteks ini, Teknik Video Sinematografi memiliki peran penting yang signifikan terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran yang ada di Panic Artwork.. Dengan menggunakan teknik tersebut, Panic Artwork dapat menciptakan video cinematic wedding yang lebih menarik, berkualitas dan dapat menarik perhatian calon pengantin. Hal ini dapat membantu Panic Artwork dalam mempromosikan layanannya dan meningkatkan jumlah pelanggan yang dimilikinya.

Oleh karena itu, penelitian mengenai Peran Teknik Video Sinematografi sebagai sarana strategi Komunikasi Pemasaran ini sangatlah penting yang digunakan oleh panic artwork dalam meningkatkan minat calon pengantin terkait dengan jasa pembuatan cinematic wedding yang ditawarkan oleh Panic Artwork. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik mengangkat judul mengenai ‘TEKNIK SINEMATOGRAFI PADA INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Pada Cinematic Wedding Video di Instagram @panic.artwork)’.

II. Kajian Pustaka

Strategi komunikasi pemasaran adalah sebuah rencana dari perusahaan yang bertujuan untuk mengalokasikan sumber daya dengan tujuan untuk menghasilkan keuntungan dalam mengiklankan produk atau layanan yang ditujukan untuk khalayak tertentu. Strategi komunikasi pemasaran sendiri memiliki fungsi menyebarkan pesan secara sistematis pada sasaran spesifik untuk mendapatkan hasil maksimal yang sifatnya informatif, persuasif, dan instruktif.

Instagram merupakan sebuah platform social media yang saat ini memiliki banyak penggunanya ditengah ramainya *platform* sosial media lainnya yang sangat bermanfaat karena menjadi salah satu sarana dalam melakukan promosi penjualan yang mudah dan efektif.

Teknik Sinematografi juga merupakan tahapan atau cara pengambilan gambar agar penonton dapat dengan mudah memahami makna atau pesan yang disampaikan melalui gambar tersebut. Kita harus selalu bisa menampilkan gambar yang menarik, memiliki arti atau dengan kata lain: hanya dengan gambar kita bisa menyampaikan pesan atau berbicara. Dalam penelitian ini definisi operasional terkait dengan Sinematografi, Menurut Joseph V. Mascelli A.S.C ada beberapa unsur yang perlu diperhatikan agar pengambilan teknik Sinematografi memiliki nilai *cinematic* yang baik, yaitu :

a. *Angle Shot*

Angle shot berguna untuk menentukan wilayah dan titik pandang yang direkam oleh kamera karena pemilihan *angle shot* yang baik akan meningkatkan kualitas dramatik dari objek yang disampaikan.

b. *Type Shot*

Teknik pengambilan gambar yang bertujuan untuk memilih luas area frame yang diberlakukan kepada objek utama dalam foto baik frame yang lebar maupun sempit untuk membenarkan pemotongan oleh *frame* tersebut.

c. *Composition*

Composition / Komposisi gambar merupakan kumpulan dari struktur visual yang digabungkan menjadi satu sehingga menghasilkan suatu karya yang mengandung unsur *Cinematic*. Disini yang harus diperhatikan dalam komposisi gambar adalah faktor keseimbangan, faktor keindahan, faktor ruang dan faktor warna dari unsur-unsur gambar serta daya tarik tersendiri.

d. *Continuity*

Teknik penggabungan gambar untuk mengikuti suatu aksi melalui satu patokan tertentu. Teknik ini berguna untuk menghubungkan adegan-adegan agar aliran cerita menjadi jelas, halus dan lancar.

e. *Cutting*

Dalam Sinematografi dibutuhkan sebagai transisi atau perpindaham gambar satu kegambar berikutnya, di antara penyambungan pengambilan beberapa gambar secara berurutan.

Penelitian terdahulu dari penelitian ini adalah penelitian dari Desti Putri L "Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online Di Surabaya Melalui Instagram" pada tahun 2020 dimana Perbedaannya objek dan subjek jurnal ini menggunakan internet marketing sedangkan penelitian ini nantinya menggunakan Marketing Mix. Persamaan sama sama menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan komunikasi

pemasaran sebagai landasan teorinya. Selain itu terdapat juga penelitian dari Dewi Kurniawati dan Nugraha Arifin "Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat Beli Mahasiswa" pada tahun 2018 dimana Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan komunikasi pemasaran sebagai landasan teorinya. Perbedaan antar keduanya lebih pada penelitian yang akan dilakukan nantinya menggunakan Teknik Cinematography sebagai media komunikasi pemasaran pada Instagram sedangkan penelitian ini menggunakan social media saja untuk menarik minat pembelian.

III. Metode Penelitian

Metode penelitian dari artikel ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, Subjek dari penelitian ini adalah akun Instagram @panic.artwork dan objek penelitiannya adalah Teknik Sinematografi sebagai media komunikasi pemasaran yang terjadi pada Instagram @panic.artwork. penelitian ini bertujuan memahami bagaimana Teknik Sinematografi berfungsi sebagai komunikasi pemasaran yang menarik perhatian konsumen. Dengan menggunakan Teori Sinematografi dan *Marketing Mix*, penelitian ini membuktikan bahwa Teknik Sinematografi dalam *marketing cinematic wedding* efektif menarik minat konsumen melalui platform Instagram.

IV. Hasil Dan Pembahasan

1. Teknik Sinematografi

Teknik Sinematografi digunakan oleh Panic Artwork sebagai tahapan atau cara pengambilan gambar agar penonton dapat dengan mudah memahami makna atau pesan yang disampaikan melalui gambar tersebut. Disini Panic Artwork berusaha untuk dapat menampilkan gambar yang menarik, memiliki arti atau dengan kata lain hanya dengan gambar kita bisa menyampaikan pesan atau berbicara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan unsur yang perlu diperhatikan agar pengambilan teknik Sinematografi memiliki nilai cinematic yang baik menurut Joseph V.Mascelli A.S.C (2010:42) antara lain :

a. Angle Shot

Panic Artwork sangat memperhatikan betul-betul pada *Angle Shot* ini. Terbukti pada setiap postingannya, ia selalu memberikan variasi angle yang berbeda yang membuat pengantin merasa puas. Penggunaan angle disetiap *scene video* yang berbeda-beda membuat video yang dihasilkan menjadi lebih natural.

b. Type Shot

Begitupula dengan *Type Shot*, Panic Artwork juga menyuguhkan *type shot* yang bervariasi atau tidak monoton. Seperti postingannya di Instagram, Panic Artwork menghasilkan video yang disetiap scene nya memiliki *Type Shot* yang berbeda-beda serta memiliki rasa dan makna yang berbeda juga. Sehingga *feel* yang dirasakan ketika menonton dapat sampai baik kepada pengantin maupun pengantin itu sendiri.

c. Composition

Seperti yang kita ketahui dalam acara *wedding*, sebuah moment yang tidak terduga dapat datang kapan saja dan dimana saja. Dalam hal *Composition* ini memang tidak dapat mengatur secara spontan karena moment adalah sebuah hal yang kondisional. Dari Panic Artwork sendiri sudah melibatkan segalanya yang ada di *Composition* ini mulai dari *Framming*, *Rule of third*, dll. Namun terkadang Panic Artwork masih kurang memperhatikan *Composition* karena adanya moment kejut, Panic Artwork sendiri pun dengan posisi yang ada, dengan lensa yang ada, mereka tetap berusaha untuk mendapatkan moment tersebut sehingga salah satu dari unsur *Composition* ini terabaikan.

d. Continuity

Teknik ini terbukti sangat berpengaruh untuk digunakan dalam *Wedding* Sinematografi. Karena Panic Artwork juga menggunakan Teknik ini pada moment tertentu terutama pada adanya moment dialog baik antar pasangan, pengantin pada penghulu, pengantin pada orangtua, dan moment – moment dialog lainnya. Dengan begitu Panic Artwork mendapatkan kesan interaksi yang netral dan alami.

e. Cutting

Pada tahap *Cutting* atau *Editing* ini, Panic Artwork menghadirkan penyusunan potongan footage yang bervariasi. Bahkan kunci dari output video *wedding* bisa dikatakan pada *Editing* ini, karena dengan begitu Panic Artwork dapat mengeksplere dengan leluasa yang menyesuaikan moment yang ada.

2. Teknik Sinematografi sebagai komunikasi pemasaran pada Instagram @panic.artwork

Dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital, @panic.artwork memanfaatkan kekuatan teknik Sinematografi sebagai strategi komunikasi pada platform Instagram. Dalam konsep *marketing mix*, khususnya "*Product*," teknik

Sinematografi dapat digunakan untuk menciptakan konten yang memukau dan meningkatkan daya tarik terhadap produk seni yang dipromosikan. Melalui kreativitas teknik Sinematografi, @panic.artwork dapat mempresentasikan produk seni dengan cara yang memikat dan memikul nilai seni di mata pengikutnya. Misalnya, penggunaan pencahayaan yang dramatis dan pemilihan sudut kamera yang unik dapat menyoroti detail-detail khusus dari setiap karya seni, mengekspresikan esensi kreatif, dan meningkatkan persepsi nilai. Video singkat dengan pergerakan kamera yang dinamis dapat memberikan tampilan mendalam pada karya seni, menciptakan pengalaman visual yang lebih menarik.

Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, @panic.artwork dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan pengikutnya, merangsang kreativitas, dan mengkonversi ketertarikan menjadi dukungan nyata, seperti pembelian atau interaksi yang lebih lanjut. Melalui teknik Sinematografi yang cermat dan terukur, akun Instagram ini dapat mengangkat nilai artistiknya, membedakan diri dari pesaing, dan memperkuat pangsa pasar dalam ranah seni dan desain.

- a. *Product* (Produk) panic artwork menawarkan beberapa produknya kepada customer seperti Paket Layanan Fotografi/Videografi, Gaya Pengambilan Gambar, Produk Akhir dan Tambahan Layanan yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipegang, diperoleh dan digunakan atau dikonsumsi untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan.
- b. *Price* (Harga) Dalam hal ini analisis pasar yang dilakukan oleh panic artwork adalah dengan memahami dinamika permintaan dan penawaran, menilai harga pesaing, dan memahami sensitivitas konsumen terhadap perubahan harga. Panic Artwork menggunakan Instagram untuk menaruh nomor handphone yang bisa dihubungi dan akan berlanjut dalam negosiasi dengan customer melalui whatsapp untuk dapat mengetahui *pricelist*.
- c. *Place* (Tempat) Panic artwork menggunakan Instagram sebagai tempat untuk memasarkan produk mereka. Instagram adalah *platform* media sosial yang sangat populer yang dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran dengan menggunakan fitur interaktif yang ada didalamnya seperti hastag, reels, insta bio dan highlight.
- d. *Promotion* (Promosi) @panic.artwork memanfaatkan strategi promosi dengan memilih platform visual seperti Instagram untuk mengekspos karya seni mereka. Dengan memadukan teknik fotografi dan desain grafis yang kreatif,

mereka membuat konten yang memukau. Penggunaan hashtag yang relevan dan partisipasi dalam tren di platform sosial dapat meningkatkan visibilitas kontennya. Dalam konsep marketing mix, khususnya "Promotion," teknik Sinematografi dapat digunakan untuk menciptakan konten yang meningkatkan daya tarik pada produk yang dipromosikan

V. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan mengenai Teknik Sinematografi sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran menyimpulkan bahwa Teknik Sinematografi dapat digunakan sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran pada sebuah produk video cinematic wedding melalui sebuah media Instagram. Panic Artwork menggunakan Teknik Sinematografi seperti Angle shot, Type shot, Composition, Continuity, Cutting untuk menjadi kunci dalam melibatkan pengantin dan memperkuat pesan pemasaran. Khususnya di platform Instagram, @panic.artwork memanfaatkan teknik Sinematografi sebagai strategi utama dalam mengembangkan elemen "Product" pada marketing mix. Tidak hanya itu, elemen yang lain seperti Promotion, Price dan Place juga dimanfaatkan dengan baik oleh Panic Artwork. Terbukti bahwa manajemen dalam pengolahan visual yang menarik, harga yang terbilang terjangkau bagi masyarakat dengan output yang didapatkan begitu memuaskan, dan pemanfaatan tempat sebagai kantor yang strategis dalam jangkauan client, membuat Panic Artwork menggunakan konsep pemasaran Marketing Mix dengan baik. penulis memiliki saran kepada pihak Panic Artwork khususnya kepada *Videographer* sebagai seorang yang melakukan tahapan yang menentukan hasil program, lebih meningkatkan lagi kreatifitas dan ide dalam tahap pengambilan video terutama pada bagian *Composition* yang saya rasa terkadang Panic Artwork masih kurang memperhatikan karena mengutamakan sebuah moment.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Andi Fachruddin, Dasar Dasar Produksi Televisi, (Jakarta: Kencana, 2012).
- Anna Nadia Abrar, Teknologi komunikasi: "Perspektif Ilmu Komunikasi", Lesvi, Yogyakarta, (2003).
- Arif Bw, Mari Mengenal Video Editing, (Semarang: Yescom, 2009).
- Bambang Semedhi, Sinematografi Videografi, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011).

- Belch, George E., dan Michael A. Belch (2012), *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, Edisi 14, New York: McGraw Hill
- Bonafix, “Videografi.” 38Farhan and Ahmad, “VIDEO DIGITAL TAMAN PURBAKALA KERAJAAN SRIWIJAYA DENGAN UNSUR SINEMATIK.” (2016)
- Brillianto K. Jaya, ”BROADCASTING”, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, (2016).
- Dwika Permata, Elfi Tasril, Ika Parma Dewi, “Perancangan Sistem Informasi Pemesanan Wedding Organizer di Kota Padang” 1 (2018)
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek. Bandung: Rosdakarya
- Firmansyah, M. Anang, Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy), (Pasuruan: Qiara Media, 2019).
- Hikmat, N. M. (2011). Metode Penelitian: Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Joseph V. Mascelli, A.S.C (2010). The Five C’s of Cinematography. Terjemah H. Misbach Yusa Biran. Fakultas Film dan Televisi IKJ (FFTV IKJ), Jakarta
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (7th ed.). United Kingdom: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management Global Edition (15th ed.). United States of America: Pearson Education Limited.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moleong, L. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rini Damayanti, “Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Media Sosial Instagram,” 269-270
- Sarwo Nugroho, Teknik Dasar Videografi, (Yogyakarta: Andi, 2014), 11.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sukandarrumidi. 2002. Metode Penelitian. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Tasnim, dkk, Komunikasi Pemasaran (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021),
- Wahana Computer, “Video Editing dan Video Production”, PT Gramedia, Jakarta (2008)
- Yunanto Happi Urbani and Bambang Eka Purnama, “Produksi Film Indie Komersial “Aku Cinta Indonesia – Generation“ Berbasis Multimedia” 3, no. 3 (2011):

