



IMPLEMENTASI TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VISUAL STORYTELLING FILM PENDEK SEBAGAI MEDIA BRANDING SAQA COFFEE

Oleh:

Joko Sugianur¹

Yusni Nyura²

Bambang Cahyono³

Politeknik Negeri Samarinda

Alamat: Jl. Cipto Mangun Kusumo, Sungai Keledang, Kec. Samarinda Seberang, Kota Samarinda, Kalimantan Timur (75242).

Korespondensi Penulis: jokosugianur9@gmail.com, yusninyura@polnes.ac.id,
cbambang87@gmail.com

Abstract. Short films have become one of the branding media that can attract public attention and strengthen brand image. Saqa Coffee requires a message delivery approach that can creatively and engagingly build brand identity through visual media. This study aims to apply cinematography techniques in visual storytelling through a narrative short film as a branding medium for Saqa Coffee, a coffee shop with a vintage concept. This research utilizes the pre-production, production, and post-production stages to produce an engaging visual work. The pre-production stage includes story planning, scriptwriting, storyboard, and setting up locations and equipment. The production stage focuses on capturing images with the application of cinematography techniques, such as composition and camera angles. The post-production stage involves video editing, color correction, and adding audio elements, such as background music and sound effects. The result of this research is a short film titled "NARASA" with a duration of 5 minutes and 33 seconds, which combines cinematography and visual storytelling to convey the identity of Saqa Coffee. The evaluation results show that the short film received a very positive rating from the respondents around 93.19% for its ability to

IMPLEMENTASI TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VISUAL STORYTELLING FILM PENDEK SEBAGAI MEDIA BRANDING SAQA COFFEE

capture attention and deliver a visual experience consistent with Saqa Coffee's concept and brand identity.

Keywords: *Cinematography, Short Film, Visual Storytelling, Branding, Saqa Coffee.*

Abstrak. Film pendek telah menjadi salah satu media branding yang dapat menarik perhatian masyarakat dan memperkuat citra merek. Saqa Coffee memerlukan pendekatan penyampaian pesan yang mampu membangun citra merek secara kreatif dan menarik melalui media visual. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan Teknik Sinematografi dalam *visual storytelling* pada film pendek sebagai media branding Saqa Coffee, sebuah kedai kopi dengan konsep *vintage*. Penelitian ini menggunakan tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi untuk menghasilkan karya visual yang menarik. Tahap pra-produksi meliputi perencanaan cerita, pembuatan naskah, *storyboard*, serta penataan lokasi dan peralatan. Tahap produksi fokus pada pengambilan gambar dengan penerapan Teknik Sinematografi, seperti pengaturan komposisi dan sudut kamera. Tahap pasca-produksi mencakup editing video, *color correction*, dan penambahan elemen audio, seperti *background music* dan *sound effect*. Hasil penelitian ini adalah film pendek yang berjudul "NARASA" dengan durasi 5 menit 33 detik yang memadukan unsur sinematografi dan *visual storytelling* untuk menyampaikan identitas Saqa Coffee. Hasil evaluasi terhadap film pendek ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat baik, yaitu sekitar 93,19%, karena mampu menarik perhatian dan memberikan pengalaman visual yang sesuai dengan konsep dan identitas branding Saqa Coffee.

Kata Kunci: Sinematografi, Film Pendek, *Visual Storytelling*, Branding, Saqa Coffee.

LATAR BELAKANG

Dalam era digital yang semakin berkembang saat ini, strategi branding merupakan komponen penting dalam menciptakan citra dan daya saing sebuah bisnis. Sebagai kedai kopi dengan konsep *vintage*, Saqa Coffee memerlukan pendekatan inovatif untuk mempromosikan identitas mereknya kepada masyarakat. Salah satu pendekatan yang dinilai relevan saat ini adalah melalui media audiovisual seperti film pendek.

Film pendek tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga memiliki kapasitas untuk menyampaikan nilai, emosi, dan identitas suatu merek secara mendalam melalui pendekatan *visual storytelling*. *Visual storytelling* memungkinkan merek untuk membangun hubungan emosional dengan audiens melalui narasi yang kuat dan visual yang menarik. Dalam konteks ini, Teknik Sinematografi memegang peranan penting dalam memperkuat pesan visual yang disampaikan melalui pengambilan gambar, komposisi, pencahayaan, sudut kamera, hingga pewarnaan.

Dengan konsepnya yang unik, Saqa Coffee memiliki potensi besar untuk memanfaatkan film pendek sebagai media branding. Hal ini disebabkan karena selama ini Saqa Coffee membangun visibilitas mereknya hanya melalui media sosial, yaitu *Instagram*. Oleh karena itu penulis ingin membuat film pendek menggunakan Teknik Sinematografi sebagai sarana untuk memperkuat identitas merek.

Berdasarkan masalah yang ada, penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Implementasi Teknik Sinematografi Dalam *Visual Storytelling* Film Pendek Sebagai Media Branding Saqa Coffee”. Penelitian ini menggunakan Teknik Sinematografi dalam pembuatan film pendek untuk membangun identitas merek Saqa Coffee secara visual. Film pendek ini dibuat untuk menonjolkan suasana dan karakter dari Saqa Coffee yang mengusung konsep *vintage*. Film pendek ini diharapkan dapat membuat penonton tidak hanya melihat tempatnya, tetapi juga merasakan kesan emosional dan suasana yang tercipta sehingga muncul ketertarikan untuk datang dan menikmati suasananya secara langsung.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Rohmawati, dkk. (2021) dalam jurnal yang berjudul “Teknologi Pemasaran Digital Untuk Branding” menjelaskan bahwa, dalam dunia bisnis, branding merupakan hal yang utama dan penting di mata konsumen. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan teknologi pemasaran digital dalam membangun citra merek untuk usaha kecil. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui angket. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa usaha kecil dalam membangun cira merek akan memanfaatkan teknologi komunikasi seperti media sosial seperti

IMPLEMENTASI TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VISUAL STORYTELLING FILM PENDEK SEBAGAI MEDIA BRANDING SAQA COFFEE

Instagram, Facebook, dll. Media tersebut dapat mendukung proses optimasi untuk mengenalkan dan meninggikan *brand name* suatu usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Fattah & Hamzah (2024) dalam jurnal yang berjudul “Implementasi Teknik Sinematografi dalam Pembuatan Company Profile Desa Srikamulyan” menjelaskan bahwa, dalam ilmu sinematografi, pembuat film atau video tidak hanya merekam setiap adegan, tetapi juga mengetahui cara mengontrol dan mengatur pengambilan gambar setiap adegan. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis penerapan teknik sinematografi seperti framing, komposisi visual, penggunaan pencahayaan, dan pergerakan kamera dalam konteks company profile. Metode yang digunakan melibatkan analisis visual serta tinjauan literatur terkait sinematografi dan company profile. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa penggunaan teknik sinematografi yang tepat dapat meningkatkan citra visual dan pesan yang disampaikan dalam company profile Desa Srikamulyan, memberikan daya tarik lebih bagi penonton, dan mendukung pencapaian tujuan komunikatif.

Dasar Teori

1. Film Pendek

Film pendek menempati posisi yang khusus secara idealisme karena walaupun tidak bersifat komersial, masih banyak kalangan sineas yang peduli terhadap film pendek (Sultanika, 2021).

2. Branding

Branding adalah proses menciptakan identitas yang berkaitan dengan asumsi, perasaan yang mana mendahului pemasaran dan penjualan. Branding dapat memberikan ciri khas pada perusahaan, produk, atau layanan yang membedakan produk satu sama lain (Dieva & Dermawan, 2023).

3. Visual Storytelling

Visual storytelling merupakan kombinasi dari berbagai media visual (fotografi, ilustrasi, video, animasi, elemen grafik dan juga *3D modeling*) yang dibuat dengan tambahan teks atau audio untuk menciptakan cerita yang menarik dan berpengaruh bagi khalayak yang dituju (Samia, 2023).

4. Sinematografi

Sinematografi adalah bidang ilmu yang membahas mengenai teknik menangkap suatu gambar dan menggabungkan gambar tersebut hingga menjadi suatu rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide suatu cerita. Sinematografi dapat diartikan sebagai penggabungan antara fotografi dengan teknik merangkai gambar atau dalam sinematografi biasa disebut *montase* (Darmoyo, 2020).

METODE PENELITIAN

Desain Penilitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi produksi, yang bertujuan untuk mendeskripsikan proses perancangan dan pembuatan film pendek sebagai media branding, mulai dari pra-produksi, produksi, pasca-produksi, hingga distribusi. Penelitian ini bersifat aplikatif dan berorientasi pada praktik kreatif, dengan luaran utama berupa film pendek sebagai media branding.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Saqa Coffee, yaitu sebuah *coffee shop* yang menjadi objek utama dalam film pendek yang diproduksi oleh peneliti. Subjek ini dipilih karena Saqa Coffee memiliki karakteristik visual yang sesuai untuk diangkat dalam bentuk *visual storytelling* menggunakan Teknik Sinematografi.

Teknik Pengumpulan Data

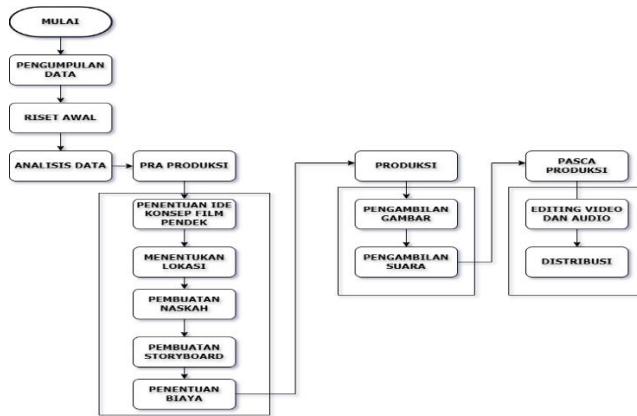
Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi literatur, observasi, dan wawancara.

Model Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui serangkaian tahapan yang terdiri dari pra-produksi, produksi, pascaproduksi, hingga distribusi. Setiap tahapan dirancang untuk mempermudah proses perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian proyek secara terstruktur dan terorganisir. Adapun tahapan-tahapan tersebut dijelaskan pada diagram alir berikut.

IMPLEMENTASI TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VISUAL STORYTELLING FILM PENDEK SEBAGAI MEDIA BRANDING SAQA COFFEE

Gambar 1. Diagram Alir



HASIL DAN PEMBAHASAN

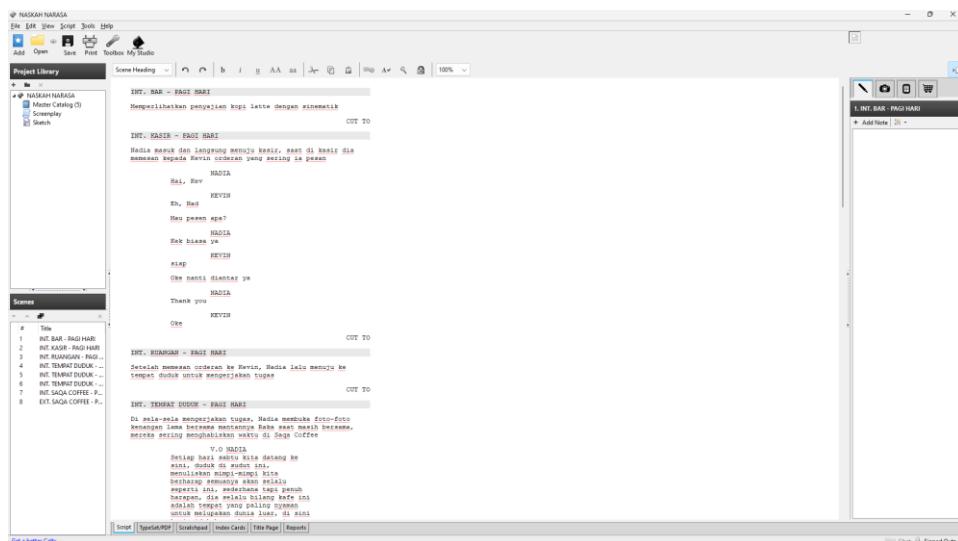
Tahap Pra-Produksi

Proses Pra Produksi adalah tahap pencarian data awal oleh peneliti yang menjadi pedoman melakukan tahap produksi, data yang didapat kemudian dijadikan bahan untuk menentukan alur dari film pendek yang akan dibuat. Adapun tahap pra produksi pada penelitian ini antara lain;

1. Naskah

Setelah mendapatkan ide, Peneliti melanjutkan ke tahap penulisan skenario cerita yang dilakukan menggunakan *software Celtx*.

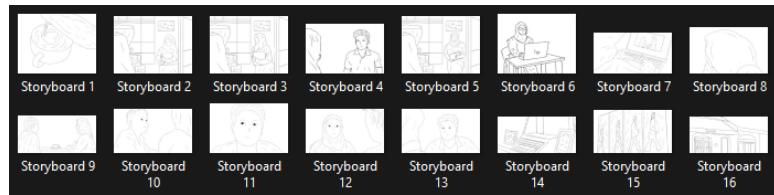
Gambar 2. Penyusunan Naskah



2. Storyboard

Setelah selesai membuat naskah, penulis merancang storyboard untuk menggambarkan setiap komposisi, sudut kamera, jenis pengambilan gambar, gerakan kamera, dan elemen editing yang akan digunakan dalam pembuatan video.

Gambar 3. Storyboard



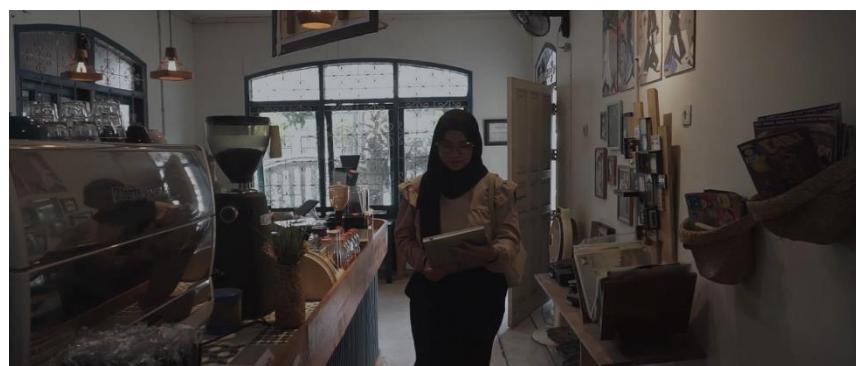
Tahap Produksi

Pada tahap ini, semua materi yang direncanakan di tahap pra produksi akan dilakukan, seperti pengambilan gambar dan audio yang didasarkan pada skenario dan storyboard yang sudah ada.

1. Pengambilan Gambar

Dalam tahap ini, berbagai teknik pengambilan gambar digunakan untuk menangkap suasana, produk, serta interaksi yang terjadi di lokasi. Setiap shot dipilih dengan tujuan memperkuat narasi film dan menarik perhatian penonton.

Gambar 4. Pengambilan Gambar dengan Medium Shot

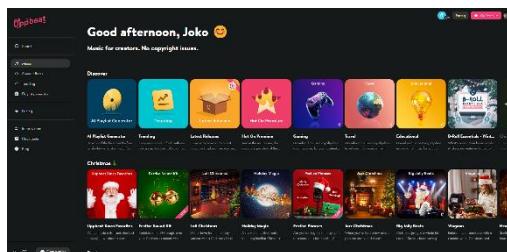


2. Pengambilan Suara

Dalam proses pengambilan suara biasanya dilakukan bersamaan saat pengambilan gambar, tetapi pada tahap ini, suara direkam dalam beberapa bagian sesuai kebutuhan video, yaitu *backsound*, *sound effect*, dan narasi atau *voice over* (VO).

IMPLEMENTASI TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VISUAL STORYTELLING FILM PENDEK SEBAGAI MEDIA BRANDING SAQA COFFEE

Gambar 5. *Backsound* diambil dari situs *Uppbeat*



3. Narasi atau *Voice Over*

Rekaman narasi atau *voice over* (VO) dilakukan sendiri di ruangan tertutup untuk mendapatkan hasil yang jernih dan minim gangguan suara. Setelah direkam, VO disesuaikan dengan tempo video untuk menjaga alur cerita tetap konsisten.

Tahap Pasca Produksi

Pada tahap berikutnya adalah memotong dan merangkai *footage-footage* hasil *shooting* menjadi satu rangkaian cerita yang utuh. Proses ini dilakukan setelah tahap produksi selesai. Setelah itu, hasil rekaman akan melalui proses offline *editing* dan online *editing*.

1. *Offline Editing*

Proses awal dalam *offline editing* dimulai dengan pemilihan *footage* yang sesuai dengan skenario serta sinkronisasi *footage* (*sync footage*).

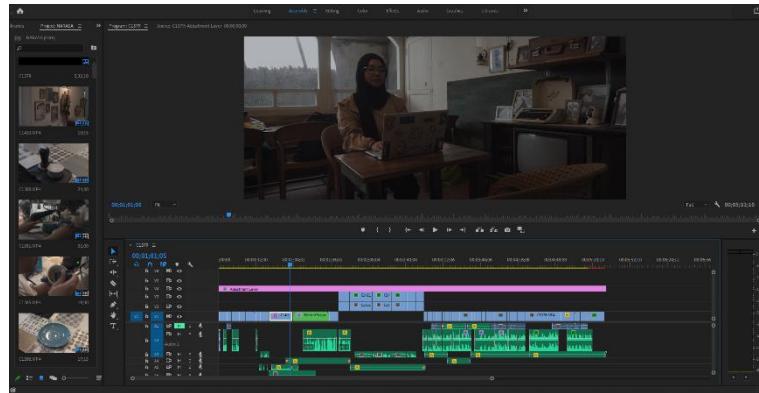
Gambar 6. Proses Pemilihan Footage



a. *Trimming Footage*

Setelah *footage* tersinkronisasi, dilakukan proses *trimming* menggunakan *software* Adobe Premiere Pro 2020 untuk menyatukan dan memotong bagian-bagian yang tidak diperlukan.

Gambar 7. Proses Penyatuan *Footage*



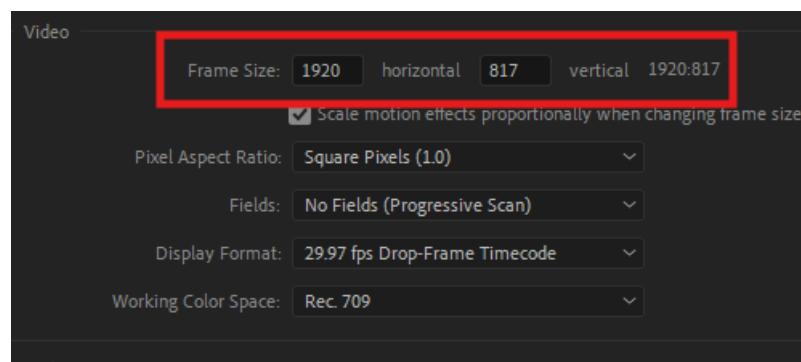
2. *Online Editing*

Setelah menyelesaikan proses offline editing yang berfokus pada penyusunan alur cerita sesuai naskah dan storyboard, tahapan online editing dilakukan untuk menyempurnakan hasil video. Proses ini bertujuan memoles hasil edit kasar menjadi video final, dengan menambahkan berbagai elemen dan teknis sesuai yang direncanakan sutradara. Berikut adalah tahapan-tahapan dalam online editing yang telah dilakukan:

a. *Aspect Ratio*

Pada tahap ini, video disesuaikan dengan *aspect ratio* *cinemascope* 2.39:1 untuk menciptakan tampilan sinematik yang khas. Penyesuaian ini memastikan video memiliki kesan profesional dan dramatis.

Gambar 8. *Aspect Ratio*

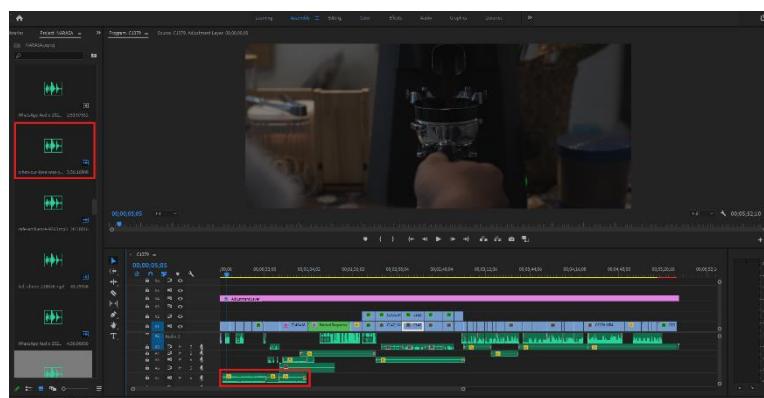


b. *Backsound Music*

IMPLEMENTASI TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VISUAL STORYTELLING FILM PENDEK SEBAGAI MEDIA BRANDING SAQA COFFEE

Musik latar dipilih berdasarkan suasana yang ingin disampaikan dalam video, dengan menyesuaikan nada dan tempo untuk mendukung emosi dan cerita yang ditampilkan.

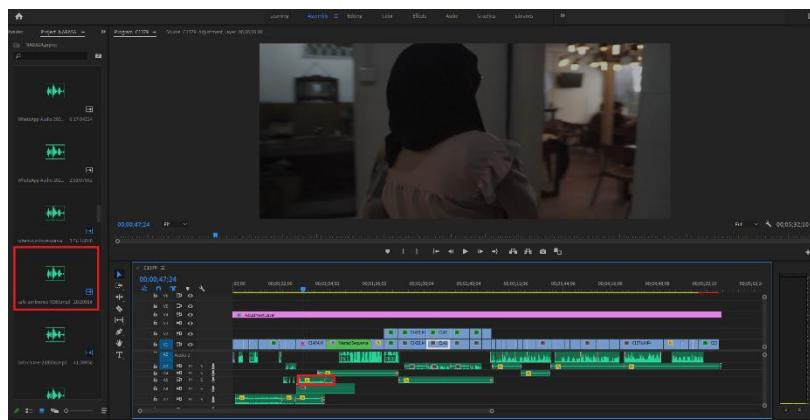
Gambar 9. Menambahkan *Backsound*



c. *Sound Effect*

Efek suara seperti suara mesin kopi, suara *café ambience*, dan efek lainnya ditambahkan untuk memperkuat nuansa cerita yang ingin disampaikan.

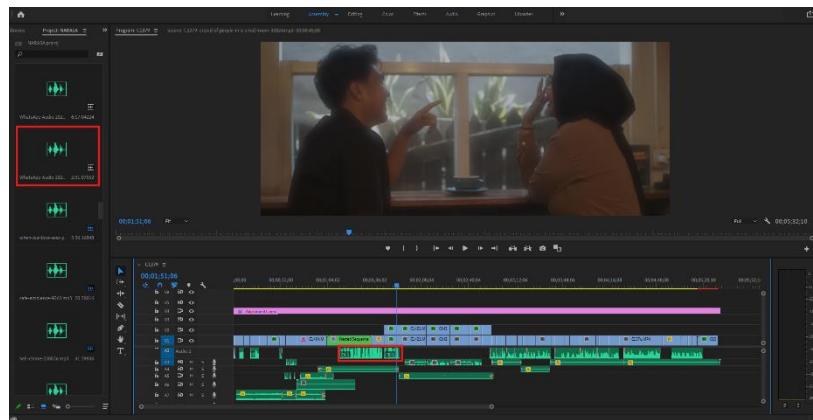
Gambar 10. Menambahkan *Sound Effect*



d. *Voice Over*

Rekaman dialog dan narasi ditambahkan untuk menjelaskan pesan utama dalam video.

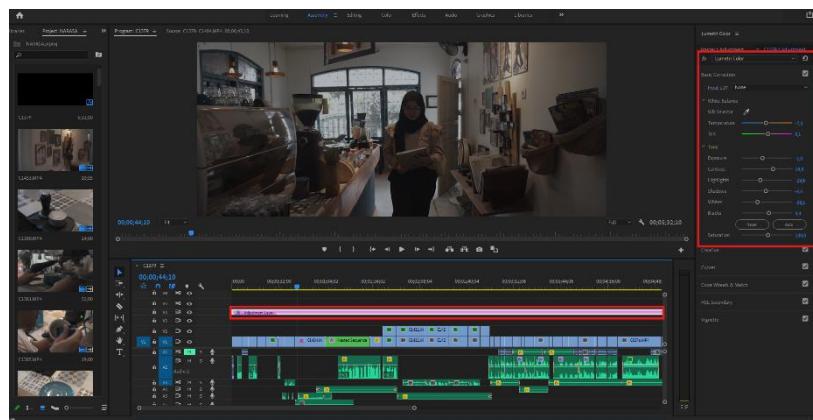
Gambar 11. Menambahkan rekaman dialog dan narasi



e. *Color Correction*

Pada proses *color correction*, fitur *Lumetri Color* dalam *Adobe Premiere Pro* digunakan untuk menyempurnakan tampilan visual dari *footage*. Tahap ini bertujuan untuk menciptakan suasana yang sesuai dengan tema cerita melalui penyesuaian warna.

Gambar 12. Proses Color Correction

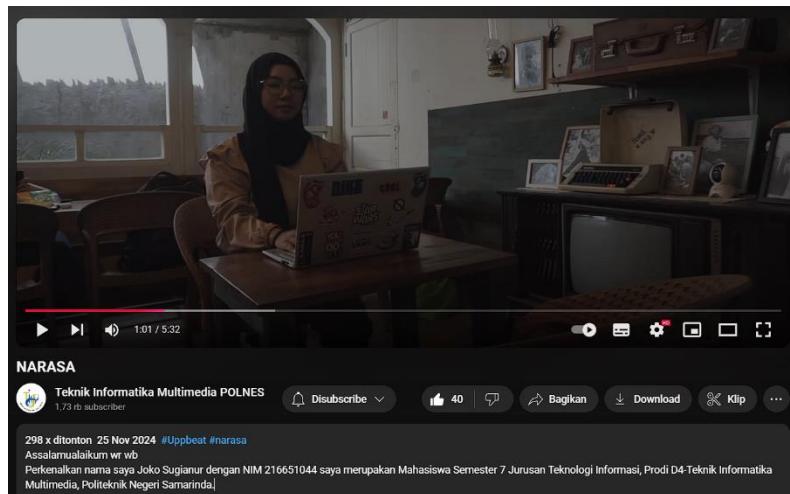


Tahap Distribusi

Distribusi merupakan tahap terakhir dari pembuatan film pendek ini, tujuannya adalah agar pesan video dapat tersampaikan ke khalayak umum dan dapat ditonton sebanyak-banyaknya. Film pendek Saqa Coffee didistribusikan melalui platform Youtube untuk menjangkau penonton yang lebih luas. Pemilihan platform ini didasarkan pada kemampuan mereka untuk memperluas cakupan serta menarik perhatian penonton sesuai dengan target yang telah ditentukan.

IMPLEMENTASI TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VISUAL STORYTELLING FILM PENDEK SEBAGAI MEDIA BRANDING SAQA COFFEE

Gambar 13. Distribusi di platform *Youtube*



Tahap Hasil Evaluasi

Survei ini dilakukan untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian informasi dan Teknik Sinematografi yang digunakan dalam film pendek. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi 9 pernyataan kepada 16 responden dari masyarakat sekitar. Hasil akhir perhitungan akan dirujuk kepada interval penilaian likert yang telah ditentukan dan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Interval Penilaian Likert

Nilai (%)	Hasil
0% - 20%	Sangat Tidak Setuju
20% - 40%	Tidak Setuju
40% - 60%	Netral
60% - 80%	Setuju
80% - 100%	Sangat Setuju

Jawaban para responden, beserta hasil perhitungan menggunakan rumus skala likert, dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Kuisioner

P	SS	S	N	TS	STS	Total	Nilai
Kesesuaian Informasi							
P1	11	4	1	0	0	74	92,50%
P2	9	7	0	0	0	73	91,25%
Kesesuaian Teknik Sinematografi							
P3	10	6	0	0	0	74	92,50%
P4	8	8	0	0	0	72	90,00%
P5	11	5	0	0	0	75	93,75%
P6	12	2	2	0	0	74	92,50%
P7	12	3	1	0	0	75	93,75%
P8	12	4	0	0	0	76	95,00%
P9	14	2	0	0	0	78	97,50%
Nilai Rata - Rata						93,19%	

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dan sesuai dengan interval penilaian Likert yang telah ditentukan sebelumnya, hasil perhitungan masuk dalam kategori "Sangat Setuju", yaitu 93,19%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan dan Teknik Sinematografi yang digunakan dalam film pendek sudah sangat sesuai.

IMPLEMENTASI TEKNIK SINEMATOGRAFI DALAM VISUAL STORYTELLING FILM PENDEK SEBAGAI MEDIA BRANDING SAQA COFFEE

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Teknik Sinematografi seperti sudut kamera, pergerakan kamera, dan komposisi visual berhasil memperkuat elemen visual storytelling dalam film pendek berjudul “*NARASA*”. Film berdurasi 5 menit 33 detik ini mampu membangun kedekatan emosional dengan penonton dan efektif memperkenalkan brand Saqa Coffee melalui narasi yang kuat dan visual yang konsisten dengan konsep *vintage*.

Saran

Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan agar pencahayaan lebih dieksplorasi secara kreatif sesuai suasana, serta penggunaan teknik *color grading* yang konsisten dengan tema visual. Selain itu, variasi pengambilan gambar seperti *dolly zoom* atau *slow motion* dapat diterapkan.

DAFTAR REFERENSI

- Al Fattah, M. T., & Farhamzah. (2024). Implementasi Teknik Sinematografi Dalam Pembuatan Company Profile Desa Srikamulyan. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 3(1), 1843–1849.
- Darmoyo, D. (2020). Pembuatan Film Pendek Berjudul ‘Jangan Menyerah’ Dengan Menggunakan Kamera Smaphone. *Journal Of Information System And Technology (Joint); Vol 1 No 1 (2020): Journal Of Information System And Technology (Joint)Do - 10.37253/Joint.V1i1.1373*, 08(08), 80–86.
- Dieva, D. P., & Dermawan, R. (2023). Pengembangan Umkm Melalui Optimalisasi Branding Pada “Bila Catering” Desa Tegalrejo, Probolinggo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(03), 120–129.
- Pramesty, C. D. (2023). Peranan Penggunaan Film Pendek Terhadap Motivasi Belajar Dan Hasil Belajar Siswa Dalam Mata Pelajaran Ppkn. *Seminar Nasional Sosial Sains, Pendidikan, Humaniora (Senassdra)*, 2(1), 383-391.

- Prayoga, M., & Sembiring, E. B. (2022). Naskah Film Animasi “Masa Kecilku Dengan Dunia Lainku.” *Journal Of Applied Multimedia And Networking (Jamn)*, 6(1), 96-107.
- Rohmawati, T., Selvia, E., Monica, E., Welizaro, R., & Saputra, H. (2021). Teknologi Pemasaran Digital Untuk Branding. *Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research*, 5(3), 638-643.
- Samia, K. (2023). Analisis Penggunaan Visual Storytelling Dalam Perancangan 2d *Hybrid Animasi Self-Esteem*. 2019, 3–10.
- Sultanika, S. (2021). Deskovi : Art And Design Journal Sinematografi Film Pendek Yogyakarta. *Deskovi : Art And Design Journal*, 4(1), 23–29.