

ABSTRAK

Perancangan Iklan Video Vertikal MENANTEA

Hafiz Alfarizi¹⁾ , Retno Purwanti Murdaningsih²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Jaya

Seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, penggunaan media baru untuk kebutuhan *advertising* sangatlah menguntungkan karena memiliki penonton baru juga yang sangat banyak dan antusias. Media baru yang ada pada saat ini merupakan media lama yang telah digunakan namun digunakan dengan cara dan perspektif yang berbeda. *Vertical Video* merupakan Format yang normalnya digunakan dalam dunia fotografi sekarang mulai masuk ke ranah videografi, dikarenakan penggunaan teknologi yang semakin hari semakin berubah ke arah *mobile* atau telepon genggam. Kata dunia berada pada genggam kita sepertinya dapat dibenarkan untuk zaman ini. 97% pengguna telepon genggam menggunakan telepon genggamnya secara Vertical, melihat dan menonton konten secara Vertical dan berbagi secara vertical. Format video vertical dimulai dengan format video Horizontal yang dinilai tidak efisien untuk pengguna telpon genggam, dimulai dari Instagram yang memberikan sensasi foto dan video yang membawa format masa lalu ke masa kini yaitu format *Square*. Seiring berkembangnya teknologi, permintaan dan kebutuhan akan video vertical yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat mengambil video secara spontan dengan menggenggam telpon genggamnya secara vertical, munculah media media aplikasi social media baru yang menyajikan format video vertical. Perancangan iklan menggunakan format *Vertical Video* merupakan satu Langkah baru untuk meriset tentang Format Vertical video itu sendiri. Perancangan tetap menggunakan teori dan konsep visual animasi dan film. Metodologi desain yang digunakan merupakan penelitian kualitatif, yang dimulai dari sistematika perancangan yang dilengkapi dengan pencarian data secara studi literatur, wawancara, dokumentasi, dan observasi. Data yang didapat kemudian diolah dan dianalisis secara sistematis menggunakan Analisa keunggulan, kekurangan, peluang dan ancaman. Hasil Analisa akan diaplikasikan dalam perancangan iklan komersil.

Kata kunci : Iklan, Vertikal Video, Menantea
Pustaka : 45
Tahun Publikasi : 2007 – 2021