

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Implementasi Komunikasi Persuasif dalam Produksi Video 'Dibalik Dapur Kebabfactory.ID' sebagai Director of Photography." Tujuannya adalah mengeksplorasi peran Director of Photography (DoP) dalam pembuatan video company profile untuk Kebab Factory.ID, sebuah perusahaan F&B yang menjual kebab. Dengan latar belakang perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi, penelitian ini melihat bagaimana video digital dapat digunakan untuk membangun citra perusahaan dan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak. Metode penelitian mencakup tiga fase utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Pada tahap pra-produksi, dilakukan riset mendalam dan perencanaan konsep serta cerita video. Tahap produksi melibatkan pengambilan gambar di berbagai lokasi strategis, sementara pasca-produksi fokus pada penyuntingan dan penyempurnaan video untuk memastikan kualitas optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teori sinematografi dan konsep komunikasi persuasif berperan penting dalam menghasilkan visual yang menarik dan informatif. Konsep 5C dalam sinematografi (camera angle, continuity, composition, close up, dan cutting) diterapkan secara efektif untuk menciptakan video yang mampu menyampaikan pesan dengan baik. Video company profile Kebab Factory.ID berhasil memperkenalkan perusahaan, menampilkan sejarah dan produk unggulan, serta membangun kedekatan emosional dengan penonton. Penelitian ini menekankan pentingnya peran DoP dalam memastikan kualitas visual dan audio sesuai dengan konsep awal, serta relevansi video sebagai alat komunikasi yang efektif di era digital.

Kata Kunci: Director of Photography, company profile, komunikasi persuasif, sinematografi, komunikasi massa.