

ABSTRAK

Nama : Haifa Zhillan Sinarya Zahirah
Program Studi : Fotografi dan Film
Judul : Analisa Iklan Video Reels Instagram Eiger Adventure Adventure
Tahun 2021-2023 dalam Pendekatan Sinematografi

Media sosial sebagai corong berita yang sangat *up to date*, langsung, cepat, dan *riil* saat ini menjadi *trend* yang digunakan manusia *modern* dalam mengiklankan produk usahanya. Seperti yang dilakukan oleh Eiger Indonesia yang mengiklankan produknya melalui media sosial Instagram menggunakan fitur video *Reels*. Penelitian ini bertujuan menganalisa pendekatan sinematografi dalam pembuatan video *Reels* Instagram Eiger Adventure Adventure tahun 2021 – 2023. Dengan *basic* video yang dipadukan dengan audio ditambah dengan penggunaan pendekatan sinematografi dalam pembuatannya, menjadikan tampilan iklan produk Eiger dapat terlihat lebih sinematik dan menarik perhatian konsumen. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis deskriptif, dengan metode pengumpulan data yang berupa bahan (dokumen), observasi partisipan, dan wawancara. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu memberikan gambaran tentang subjek dan objek penelitian secara sistematis, jelas, dan objektif dengan cara mengidentifikasi dan akhirnya merumuskan kesimpulan.

Kata kunci: Iklan, Video *Reels* Instagram Eiger Adventure, Sinematografi, Deskriptif, Kualitatif

ABSTRACT

Name : Haifa Zhillan Sinarya Zahirah
Study Program : Fotografi dan Film
Title : Analisa Iklan Video Reels Instagram Eiger Adventure
Adventrure Tahun 2021-2023 Dalam Pendekatan
Sinematografi

Social media as a news funnel that is very up to date, direct, fast, and real is currently a trend used by modern humans in advertising their business products. Eiger Indonesia advertises its products through Instagram social media using the Reels video feature. This research aims to analyze the cinematographic approach in making Eiger's Instagram Reels video in 2021 - 2023.

With basic video combined with audio coupled with the use of a cinematographic approach in its creation, making the display of Eiger product advertisements can look more cinematic and attract consumer attention.

The research method used in this research is a qualitative method with a descriptive type, with data collection methods in the form of materials (documents), participant observation, and interviews. The data obtained is then analyzed descriptively qualitatively, which provides a description of the subject and object of research systematically, clearly, and objectively by identifying and finally formulating conclusions.

Keywords: Advertisements, Video Reels Instagram Eiger Adventure, Cinematography, Descriptive, Qualitative