

1. PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Branding merupakan sebuah konsep yang dibuat oleh sebuah perusahaan dalam menunjukkan citra perusahaan untuk menjalankan sebuah bisnis agar dapat menarik dan dikenal oleh masyarakat luas. Branding dapat dilakukan atau dipertunjukkan dengan berbagai cara seperti melalui logo, video iklan bahkan slogan dari produk sebuah perusahaan. Pada Makalah ini, penulis akan membahas spesifik mengenai branding video iklan dari perusahaan kopi kapal api.

Video iklan merupakan sebuah pesan yang dikompilasi dalam bentuk audio visual yang bertujuan untuk mengiklankan sebuah produk atau jasa sebuah perusahaan. Pada era serba digital ini, video iklan pun selalu mengikuti perkembangan zaman sehingga video iklan tidak hanya muncul di televisi saja. Video iklan pun banyak bermunculan di media-media sosial, website bahkan aplikasi. Hal ini pun membuat minat akan pembuatan video iklan sebagai branding semakin banyak.

Pembuatan video iklan dalam branding sangatlah penting bagi sebuah perusahaan sehingga harus mempunyai kesan yang unik dan mampu menyampaikan citra perusahaan. Maka dari itulah, setiap video iklan perusahaan pastinya mempunyai ciri khasnya masing-masing. Dimana dengan adanya ciri khas ini, membuat masyarakat pun semakin mengenal dan mengingat akan produk yang diproduksi oleh sebuah perusahaan.

Melalui Video iklan orang-orang akan mengenal dan mengingat produk yang diproduksi oleh suatu perusahaan. Dimana slogan perusahaan dapat dipadukan ke dalam konsep sebuah video iklan. Salah satu contohnya pada video iklan kopi kapal api yang disetiap videonya terdapat kalimat “Secangkir Semangat Kopi Kapal Api Jelas Lebih Enak”. Dimana slogan ini selalu muncul pada video iklannya, sehingga tanpa sadar membentuk suatu pola pikir ketika mendengar kata “jelas lebih enak” akan teringat dengan merk kopi kapal api.

Kopi kapal api merupakan sebuah produk kopi yang diproduksi oleh PT Santos Jaya Abadi. Kopi kapal api didirikan oleh Soedomo bersama dengan ayahnya. Nama kopi kapal api pastinya sudah tidak asing lagi ditengah masyarakat karena merk ini sudah berdiri sejak tahun 1979. Penulis tertarik untuk membahas kopi kapal api dikarenakan branding melalui video iklannya sangat menggambarkan citra perusahaannya. Dimana setiap iklan yang dibuatnya selalu memperlihatkan ciri khas yang sama dan pastinya slogan yang tidak dapat dilupakan.

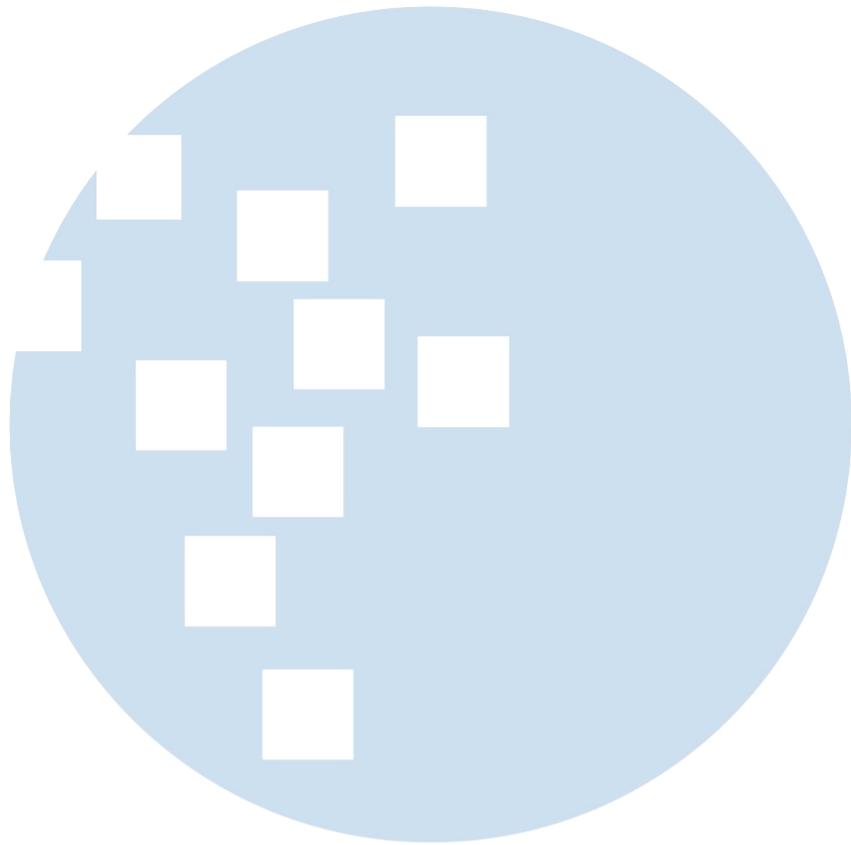
Alasan lain penulis memilih membahas branding kopi kapal api dikarenakan sejarah dibalik berdirinya kopi kapal api yang sebelumnya bernama kopi “Hap Hoo Tjan”. Selain itu juga penulis pernah membuat projek video endorse kopi kapal api saat proses kerja magang di Rekamine Film. Dimana banyak sekali hal menarik yang baru disadari penulis saat melihat ulang video-video iklan yang dibuat oleh kopi kapal api dalam segi style warna serta target marketnya.

1.2. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana konsep branding iklan kopi kapal api terhadap konsumen dalam mengingat dan menaikkan minat produk?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah adalah untuk mengetahui atau mempelajari konsep branding iklan yang dibuat oleh kopi kapal api untuk mengenalkan kopi kapal api di tengah masyarakat. Selain itu juga bertujuan dalam mempelajari sejarah kopi kapal api dalam membentuk citra perusahaannya hingga dapat diterima dan dikenal oleh masyarakat.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA