



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

3.1.1. Profil Perusahaan

KRAKAKOA merupakan suatu perusahaan yang berdiri sejak tahun 2013 dengan nama KAKOA, lalu berevolusi menjadi KRAKAKOA di bulan Oktober tahun 2016. Nama KRAKAKOA itu dipilih karena terinspirasi oleh salah satu pulau di perairan Selat Sunda, yang juga mengartikan bahwa cokelat KRAKAKOA merupakan cokelat asli Nusantara dan juga kebanggaan Indonesia.

3.1.2. Pengamatan

Pengamatan dilakukan oleh penulis, saat pertama kali bertemu dengan klien. Penulis beserta anggota lainnya menerima *client brief* yang telah ditulis oleh pihak KRAKAKOA. Dari *client brief* tersebut penulis bisa melihat tujuan dari dibuatnya video promosi ini. Yakni lebih ke memperkenalkan produk ini kepada masyarakat. Selain memperkenalkan produknya, klien juga ingin memperkenalkan program pelatihan khusus terhadap petani kakao yang dapat menghasilkan biji kakao terbaik sehingga dapat dijual dengan harga tinggi. Video promosi ini pun dapat menjadi bentuk *campaign* dalam melakukan hal baik dan menyayangi lingkungan.

Dalam proses *meeting* yang lainnya, klien juga meminta *style* dari video promosi ini lebih terkesan eksklusif dan berkualitas. Dimana target market yang mereka tuju adalah kelas ekonomi A-B dalam rentan umur 25-55 tahun. Klien juga

menerangkan target market yang ingin dituju untuk pencita makanan khas Indonesia, karena KRAKAKOA merupakan produk asli buatan Indonesia.

Pengamatan kemudian berlanjut saat penulis mengunjungi hutan kakao di Tanggamus, Bandar Lampung. Saat sesampainya disana ternyata jauh dari kota Bandar Lampung. Serta mendapatkan sinyal *handphone* pun sangat sulit. Berikut adalah penampakan keadaan di Tanggamus :



Gambar 3.1. *Recce*
(sumber: dokumen pribadi)

3.1.3. Sinopsis

Taufik merupakan seorang ayah dari 5 anak sekaligus petani buah kakao. Setiap hari beliau pergi ke perkebunan kakao untuk mencari nafkah, terutama untuk membiayai anak-anaknya sekolah. Namun, semakin hari hasil panen buah kakao mengalami penurunan karena banyaknya buah yang busuk dan terkena penyakit. Hal tersebut berpengaruh terhadap kehidupan keluarga beliau, termasuk kebutuhan

pangan, dan keperluan sekolah anaknya karena uang yang diperoleh dari hasil panen sangat sedikit.

Namun setelah mengenal dan bergabung dengan KRAKAKOA, Taufik mulai mendapat banyak kesempatan untuk memperoleh nafkah dari buah kakao lagi. Taufik dan para petani kakao lainnya mendapat *training* dalam menanam dan memproduksi buah kakao yang baik dan benar. Kemudian bagaimana caranya *harvesting, fermentation, drying* yang baik dan benar. Hingga pada akhirnya konsumen dapat menerima produk KRAKAKOA dengan hasil yang memuaskan.

3.1.4. Posisi Penulis

Posisi penulis pada Tugas Akhir ini adalah sebagai *Art Director*. Dimana, peran *art director* ini adalah bertanggung jawab atas semua yang terlihat pada visual video. Jadi tentu penulis juga merangkap sebagai pengambil gambar atau *director of photography*. Seorang *art director* harus mampu memberikan visual yang baik dan juga harus sesuai dengan konsep produk yang telah diberikan oleh client. Fungsi dari visual yang baik tersendiri adalah untuk membuat para calon customer tertarik akan produk dari KRAKAKOA. Maka dari itu dari sebuah agensi kreatif ini, seorang *art director* harus bertanggung jawab penuh dalam proses pra produksi dan juga produksi agar hasil yang diciptakan sesuai dengan arahan *client* dan *creative director*.

3.1.5. Peralatan

Dalam proses produksi, penulis menggunakan beberapa alat untuk menunjang proses *shooting* yakni:

1. Kamera Sony a6300



Gambar 3.2. *Sony a6300*
(<https://tinyurl.com/znfkuq7>, 2018)

2. Lensa 24-70mm f2.8 Sony G-Master, Lensa 16-50 Kit Sony, Lensa 16-35mm



Gambar 3.3. *24-70mm f2.8 Sony G-Master*
(<https://www.adorama.com/iso2470gm.html>, 2018)



Gambar 3.4. *16-50 Kit Sony*
(<https://tinyurl.com/ydzad3fn>, 2018)



Gambar 3.5. 16-35mm f2.8 Sony G-Master
(<https://tinyurl.com/yacgxs7z>, 2018)

3. Reflektor



Gambar 3.6. Reflektor
(<http://digitalfotografi.net/tips-penggunaan-reflektor-fotografi/>, 2018)

4. Zhiyun Crane 2



Gambar 3.7. *Zhiyun Crane 2*
(<https://tinyurl.com/ydxkoqpv>, 2018)

5. Tripod



Gambar 3.8. *Tripod*
(<https://tinyurl.com/ya3xlefc>, 2018)

6. LED



Gambar 3.9. *LED*
(<https://tinyurl.com/y87ebdf7>, 2018)

3.2. Tahapan Kerja

Dalam proses pembuatan video promosi KRAKAKOA ini, banyak tahapan atau langkah penulis bersama dengan anggota tim antara lain:

1. Menentukan *jobdesk* dalam pembuatan Tugas Akhir ini
2. Membagi tugas dalam mencari calon klien
3. Berdiskusi dengan anggota tim dan juga dosen dalam menentukan topik dan pembahasan
4. Bertemu dengan klien untuk memperkenalkan diri serta maksud dan tujuan
5. Berdiskusi kembali bersama anggota tim setelah mendapatkan *client brief*
6. Melakukan pengamatan ke lokasi shooting (*recce*)
7. Berdiskusi, *briefing*, sekaligus memperkenalkan diri dengan petani petani kakao
8. Melakukan pemesanan alat yang perlu dibawa (*LED, Clip On, Stabilizer Camera, Lens, ND Filter*)
9. Berdiskusi *final pre-production* sebelum shooting
10. Melakukan proses *shooting*.

3.3. Acuan

Sebelum proses pembuatan video promosi KRAKAKOA ini, penulis banyak menonton video referensi yang memungkinkan dapat diterapkan dan tentunya

menjadi acuan dalam proses produksi video promosi ini. Beberapa contoh video referensinya, adalah sebagai berikut:



Gambar 3.10. *Kellog's Company Global Sustainability Commitments*
(<https://youtu.be/QRqMAj6lAhU>, 2014)



Gambar 3.11. *DUPont Pioneer Indonesia Company Profile*
(<https://youtu.be/qr5N2UrUhwE>, 2017)



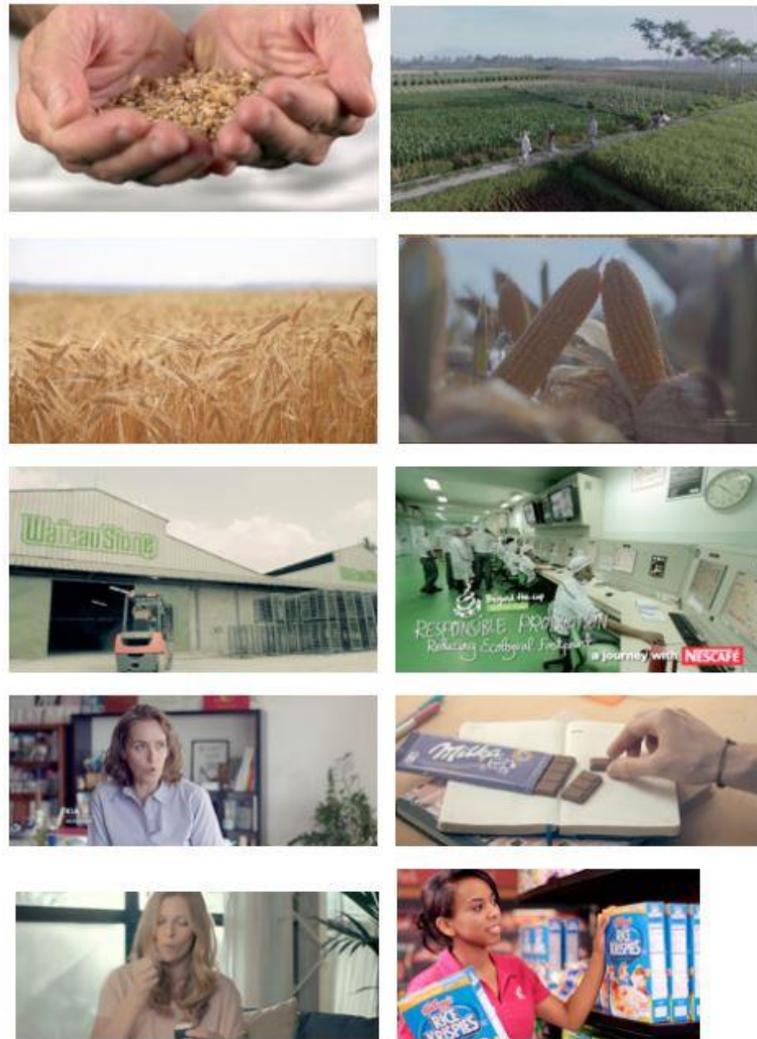
Gambar 3.12. *Wiraustone Video Profile – Director’s Cut*
(<https://vimeo.com/43230211>, 2012)

3.4. Proses Perancangan

3.4.1. *Treatment Cinematography*

Pada tahap ini, penulis sebagai *art director* yang bertanggung jawab atas segala visual yang terlihat harus merancang *looks* seperti apa yang akan terlihat. Maka dari itu penulis membuat *treatment cinematography*, karena pada tahap ini penulis akan memperlihatkan poin-poin apa saja yang penting untuk divisualisasikan.

1. *Editing Looks*



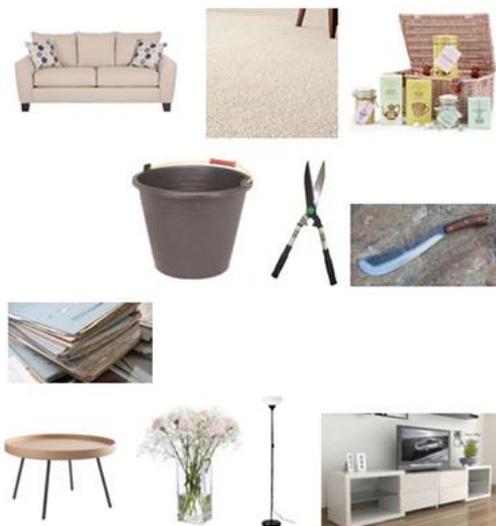
Gambar 3.13. *Editing looks*
 (sumber internet)

2. *Wardrobe*



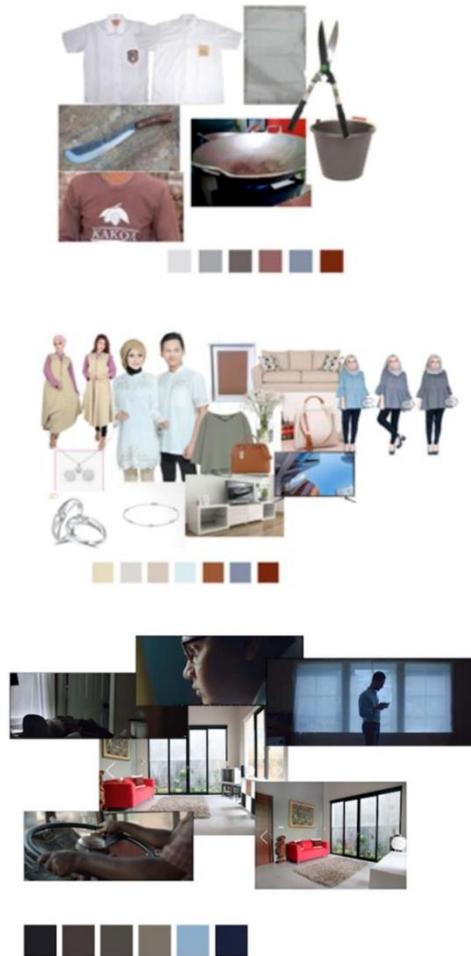
Gambar 3.14. Contoh *wardrobe*
(sumber internet)

3. Properti



Gambar 3.15. Contoh properti
(sumber internet)

4. *Moodboard*

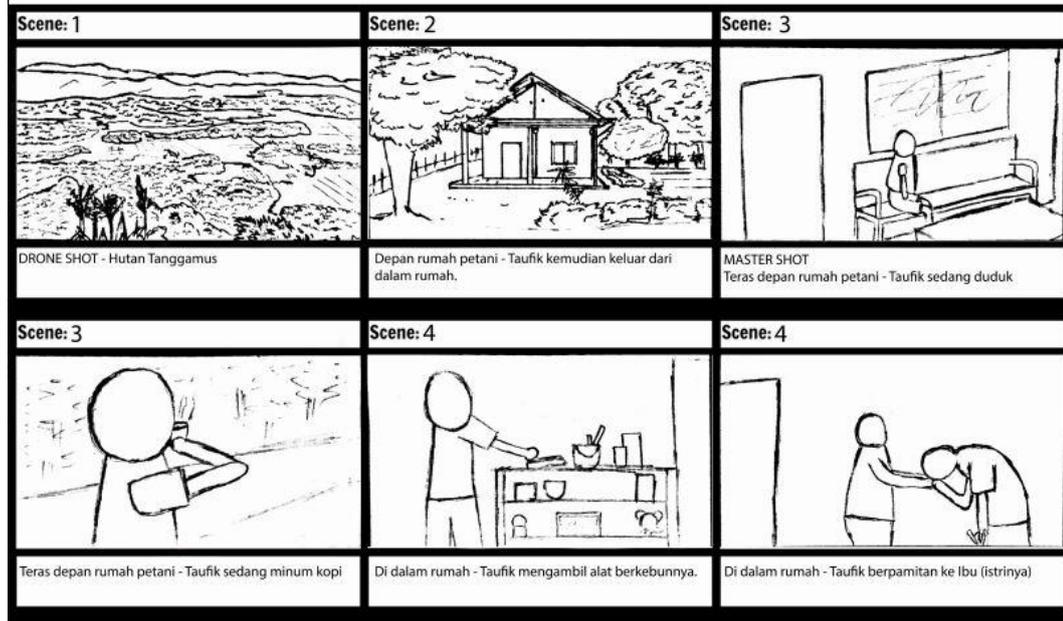


Gambar 3.16. *Moodboard*

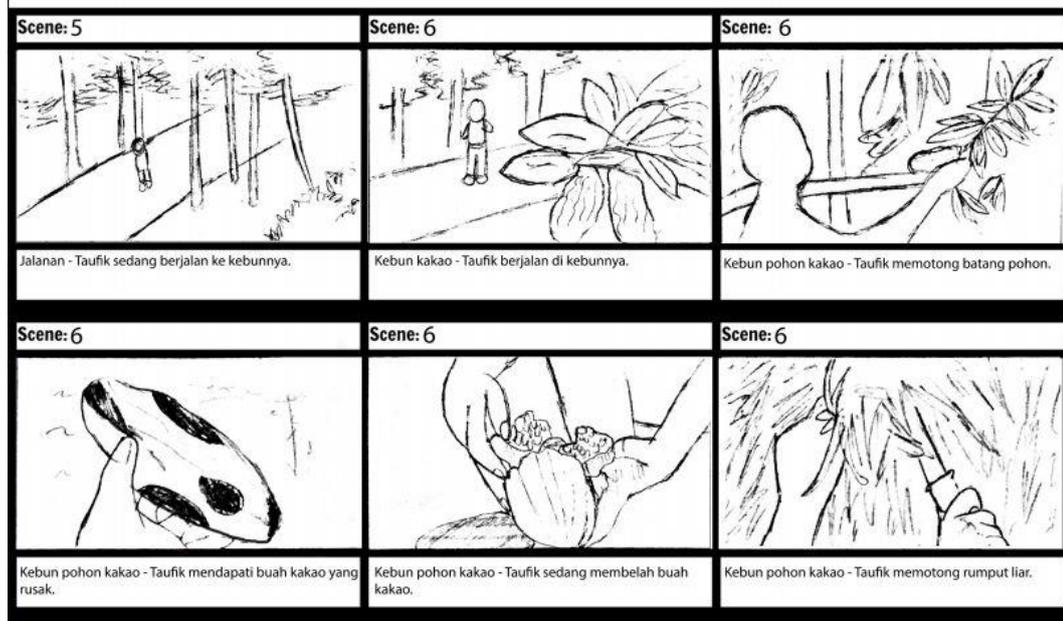
(sumber internet)

3.4.2. *Story Board*

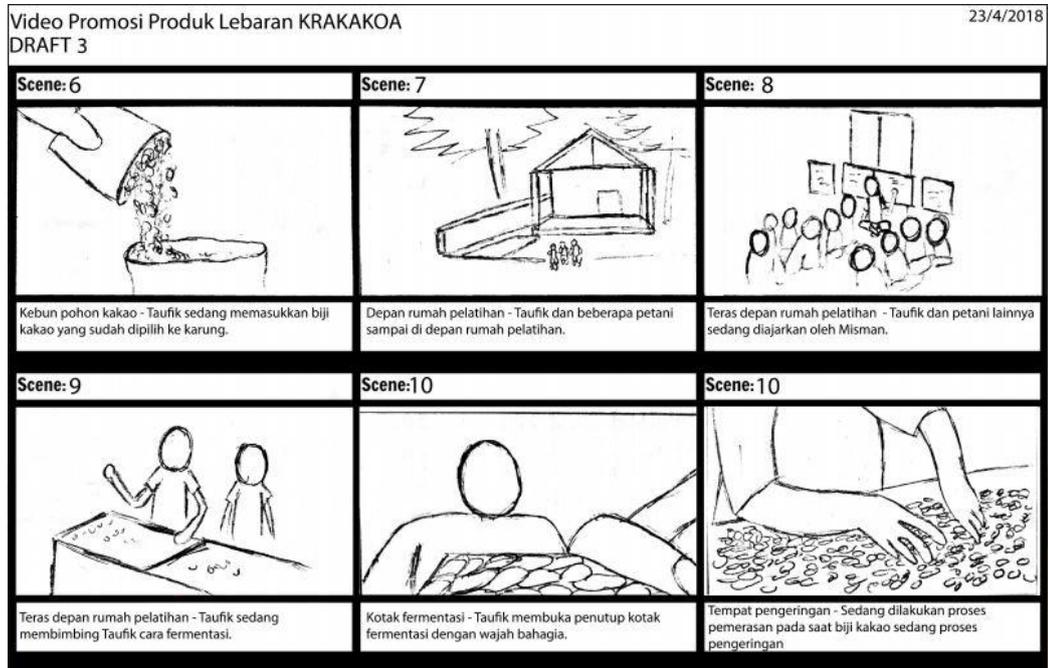
Sebelum memulai proses produksi, penulis beserta *creative director* dan *copy writer* berdiskusi perihal *story board* yang akan dijadikan acuan saat proses produksi. Berikut adalah *story board* dari video promosi Krakakoa.



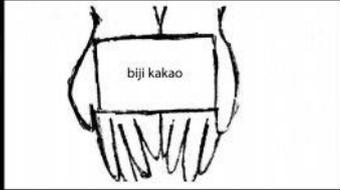
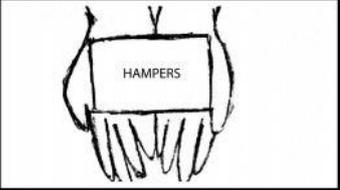
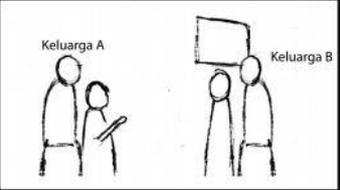
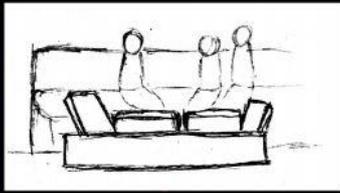
Gambar 3.17. *Storyboard*
(dokumen pribadi)



Gambar 3.18. *Storyboard*
(dokumen pribadi)



Gambar 3.19. *Storyboard*
(dokumen pribadi)

Video Promosi Produk Lebaran KRAKAKOA DRAFT 3		23/4/2018
Scene: 10	Scene: 11	Scene: 11
		
Tempat pengeringan - Taufik dengan kedua tangan mengambil biji kakao dari tempat pengeringan.	TRANSISI EDITING - Biji kakao transisi menjadi hampers KRAKAKOA.	Dalam rumah modern - Keluarga A sedang mendampingi keluarga B pada saat Lebaran dan memberi keluarga B HAMPERS KRAKAKOA.
Scene:	Scene:	Scene:
		
PACK SHOT		

Gambar 3.20. *Storyboard*
(dokumen pribadi)