

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Penulis bersama dengan kelompok bekerja sama dengan perusahaan cokelat KRAKAKOA dalam pembuatan Tugas Akhir ini. Kerja sama yang dilakukan antara kelompok dengan KRAKAKOA adalah untuk membuat sebuah *corporate video* yang dapat digunakan untuk media promosi KRAKAKOA. Kerja sama diantara kelompok dengan KRAKAKOA menguntungkan untuk kedua belah pihak. Bagi penulis dan kelompok *corporate video* ini digunakan sebagai bahan Tugas Akhir untuk mendapatkan gelar S1 S.Sn. sedangkan untuk KRAKAKOA dapat menggunakan video yang dibuat sebagai *promotional tools*.

Pembuatan video yang disetujui oleh KRAKAKOA adalah sebuah video promosi dengan durasi antara 2–3menit. Pembahasan utama pada video ini juga berdasarkan kepada nilai–nilai atau visi/misi dari KRAKAKOA. KRAKAKOA memiliki misi untuk meningkatkan Petani Kakao di Indonesia, meningkatkan kestabilan kestabilan dalam penanaman Pohon Kakao, meningkatkan hasil Pohon Kakao Indonesia, dan berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Video ini nantinya akan digunakan untuk dibagikan di Youtube, Instagram, dan beberapa *platform* lainnya. *Corporate video* ini akan dirilis pada saat lebaran tahun 2018.

Dalam penulisan skripsi penciptaan ini, penulis akan menggunakan beberapa literatur seperti *e-book*, buku cetak, *website* KRAKAKOA, dan juga hasil dari wawancara dengan Petani Kakao yang merupakan mitra dari KRAKAKOA.

3.1.1. Sinopsis

Taufik adalah seorang ayah dari lima anak sekaligus seorang petani Buah Kakao. Setiap hari dirinya pergi ke perkebunan kakao mencari nafkah, terutama untuk membiayai anaknya sekolah. Namun, semakin hari hasil panen Buah Kakao banyak yang busuk dan terkena penyakit. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kehidupan dan kebutuhan keluarga, termasuk keperluan sekolah anaknya karena uang yang diperoleh hasil panen sangat sedikit.

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

3.1.2. Posisi Penulis

Posisi penulis pada tugas akhir ini adalah sebagai *creative director* yang berperan dalam menentukan pendekatan yang sesuai untuk *corporate video* dan menentukan narasumber Petani Kakao. Tidak hanya itu, posisi penulis juga sebagai seorang peneliti, karena penulis harus melakukan beberapa penelitian untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yaitu cara menentukan narasumber dalam video promosi KRAKAKOA.

3.1.3. Peralatan

Tugas akhir ini dibuat dengan menggunakan laptop / komputer dan alat rekam sebagai media untuk merekam data – data wawancara. Daftar pertanyaan dibuat berdasarkan kepada hasil riset yang telah dilakukan mengenai KRAKAKOA.

3.2. Tahapan Kerja

Penulis memiliki peranan sebagai *creative director* yang bertanggung jawab terhadap pendekatan dokumenter dan juga pemilihan narasumber pada *corporate video* KRAKAKOA. Dalam mendapatkan pendekatan dokumenter ini penulis melakukan beberapa riset terhadap perusahaan KRAKAKOA dan *client brief* yang diberikan

Penulis kemudian bertemu dengan klien untuk membahas mengenai *creative brief*. *Creative brief* ini akan menjadi panduan bagi penulis dalam menentukan pendekatan yang sesuai dengan perusahaan KRAKAKOA. KRAKAKOA merupakan sebuah perusahaan coklat yang memiliki misi untuk mensejahterakan Petani Kakao di Indonesia. Hal ini yang menarik perhatian penulis. Penulis kemudian mencoba untuk melakukan *brainstorming* dengan tim apakah bentuk dokumenter ini cocok dengan perusahaan KRAKAKOA, di mana mengangkat cerita dari seorang Petani Kakao mengenai hal yang mereka telah dapatkan dari KRAKAKOA. Setelah proses *brainstorming* penulis kemudian mengajukan hal tersebut kepada KRAKAKOA. KRAKAKOA menyetujui bentuk video seperti dokumenter dan mengangkat salah satu cerita dari Petani Kakao.

Tahap kerja selanjutnya, penulis memastikan kepada KRAKAKOA untuk dapat melakukan riset mengenai Petani Kakao yang berada di Lampung. Setelah disetujui oleh KRAKAKOA, penulis dan tim melakukan riset dan membuat beberapa pertanyaan untuk ditanyakan kepada Petani Kakao. Pada awalnya KRAKAKOA memberikan 2 petani yang boleh diwawancara dan diangkat ceritanya. Pada saat penulis dan tim melakukan riset terhadap Petani Kakao, penulis sebagai *creative director* merasa kurang sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh KRAKAKOA. Oleh karena itu, penulis bertanya kepada supervisor yang bertugas di Lampung mengenai petani lainnya. Hingga, pada akhirnya penulis dan tim bertemu dengan narasumber yang sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh KRAKAKOA dalam video yang akan dibuat. Total narasumber yang ditanya oleh penulis sekitar lima orang Petani Kakao. Hasil wawancara tersebut kemudian diobservasi untuk menentukan narasumber.

3.3. Acuan

Penulis menggunakan video Shopify UNITE: Mobilizing Entrepreneurship yang merupakan sebuah video di mana shopify dapat meningkatkan *entrepreneurship* anggotanya. Pada video ini menonjolkan bagaimana anggota mereka dapat berkembang dengan dukungan dari shopify.



Gambar 3.1. Sawah

(sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=6HOVX0wQOFY>)

Tidak hanya itu acuan penulis dalam pembuatan *corporate video* ini juga mengacu kepada visi dan misi dari KRAKAKOA itu sendiri. KRAKAKOA merupakan sebuah perusahaan coklat yang memiliki *tagline farmers to bar*. KRAKAKOA memiliki visi untuk meningkatkan penjualan Biji Kakao di Indonesia sehingga merambah ke pasar internasional. Sedangkan, untuk misinya adalah meningkatkan kehidupan Petani Kakao lokal dan kualitas produksi Biji Kakao Indonesia menjadi lebih baik serta mengutamakan pertanian Kakao yang ramah lingkungan. Hal ini didukung dengan beberapa cara yang telah KRAKAKOA berikan yaitu dengan memberikan edukasi kepada Petani Kakao tidak hanya itu KRAKAKOA juga memberikan beberapa perlengkapan untuk bertani Kakao dan membeli hasil Kakao dengan harga yang cukup tinggi dibandingkan perusahaan lainnya.