



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Penulis bersama dengan anggota kelompok memutuskan untuk bekerja sama dengan KRAKAKOA dalam pembuatan Tugas Akhir ini. Kerja sama yang dilakukan adalah pembuatan *corporate video* promosi KRAKAKOA. Kerja sama ini memberikan keuntungan pada kedua belah pihak. Penulis dan anggota kelompok tercapai tujuannya dalam menyelesaikan Tugas Akhir yang menjadi syarat kelulusan S1 Program Studi Film dan Televisi. Sedangkan bagi KRAKAKOA, *corporate video* ini akan menjadi video promosi pertama untuk diiklankan dalam membangun citra baik KRAKAKOA di masyarakat dan *target audience*.

Pembuatan *corporate video* yang disepakati adalah berbentuk video promosi perusahaan dengan pembahasan utama pada misi KRAKAKOA dalam meningkatkan kehidupan petani kakao lokal Indonesia. Video ini akan berdurasi selama dua sampai tiga menit. Video ini akan digunakan oleh KRAKAKOA sebagai media promosi dalam sosial media mereka yaitu, Youtube, Instagram, dan Facebook. *Corporate video* ini akan dirilis untuk menyambut Lebaran 2018. Selain itu, video ini juga dapat digunakan pada acara-acara lain untuk memperkenalkan KRAKAKOA.

Dalam penulisan skripsi penciptaan ini, penulis menggunakan berbagai literatur yang terdiri dari buku cetak, *e-book*, *website* KRAKAKOA, hingga hasil

wawancara dengan pendiri dan beberapa petani yang bekerja di KRAKAKOA. Selain itu, penulis juga melakukan pengamatan dan pengambilan dokumentasi langsung di pusat perkebunan pohon kakao para petani yang bekerja dengan KRAKAKOA. Hasil dari literatur dan data yang telah diperoleh akan menjadi teori dan informasi pendukung dalam pembahasan penulis di skripsi ini.

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. Akan tetapi, 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 hasil pohon kakao lagi. Taufik dan para petani kakao lainnya mendapat pelatihan dalam menanam dan memproduksi buah kakao yang baik dan benar. Mereka juga diajarkan proses memanen, fermentasi, dan pengeringan yang baik dan benar. Pada akhirnya konsumen dapat menerima produk KRAKAKOA yang memuaskan dan asli dari hasil jerih payah petani kakao lokal Indonesia.

3.1.2. Posisi Penulis

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini posisi penulis adalah sebagai *copywriter* yang akan membuat naskah untuk produksi *corporate video* KRAKAKOA. Pembuatan

naskah sendiri dihasilkan dari pembelajaran mengenai perusahaan, misi, *creative brief*, dan informasi lain yang penting. Selain itu, penulis juga membantu dalam proses produksi sebagai asisten sutradara.

3.1.3. Peralatan

Dalam pengumpulan data yang diperlukan untuk penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan proses wawancara dan observasi lapangan. Penulis melakukan wawancara kepada beberapa petani buah kakao yang bekerja pada KRAKAKOA. Penulis juga melakukan observasi langsung ke pusat perkebunan kakao dan tempat tinggal para petani KRAKAKOA, yaitu di Lampung. Hal ini dilakukan untuk mengetahui proses perkebunan, pelatihan, dan keuntungan yang telah diterima oleh para petani dari KRAKAKOA. Selain itu, penulis juga menggunakan *creative brief*, laptop, dan berbagai literatur dari *e-book*, buku cetak, *website* KRAKAKOA, hingga Youtube dalam penyusunan skripsi ini.

3.1.4. Perusahaan KRAKAKOA

KRAKAKOA merupakan perusahaan *startup* penjual cokelat berkualitas tinggi yang didirikan oleh Sabrina Mustopo pada tahun 2013. Pada awal berdiri perusahaan ini bernama KAKOA. Setelah mengalami perkembangan, perusahaan ini pada tahun 2016 melakukan *rebranding* dari KAKOA menjadi KRAKAKOA yang diambil dari nama Gunung Krakatau. Perusahaan *social enterprise* ini menjual produk cokelat *farmer-to-bar* dengan bekerja sama dan membeli langsung dengan harga di atas harga jual pasar kepada petani kakao lokal

Indonesia. Petani kakao lokal yang bekerja sama terdapat di Lampung yang merupakan pusatnya, Sumatera, Sulawesi, Kalimantan, dan Bali.

Visi dari KRAKAKOA adalah untuk meningkatkan penjualan biji kakao di Indonesia sehingga merambah ke pasar internasional. Sedangkan misinya adalah:

1. Meningkatkan kehidupan petani kakao lokal.

Hal ini dilakukan dengan melakukan kerja sama bersama para petani kakao lokal Indonesia yang tersebar di Indonesia, yaitu Lampung, Sumatera, dan Sulawesi. Kerja sama dilakukan dengan memberikan para petani pelatihan penanaman kakao berbasis organik, pertanian berkelanjutan, penanganan penyakit tanaman, fermentasi, proses pengeringan, dan memberikan alat-alat berkebun yang layak kepada mereka. Hal ini dilakukan sehingga para petani dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas hasil panennya. Dengan meningkatnya produktivitas hasil panen kakao yang berkualitas, tentunya penghasilan dari penjualan para petani kakao akan meningkat.

2. Meningkatkan kelestarian lingkungan dan penggunaan lahan di daerah-daerah penghasil kakao di Indonesia.

KRAKAKOA bekerja sama dengan WWF dan Swisscontact mengedepankan perkebunan yang juga peduli dengan kelestarian lingkungan, yaitu dengan tidak melakukan penanaman dan penebangan liar di kawasan taman nasional atau kawasan yang dilindungi. Penanaman dan produksi buah kakao dilakukan dan ditingkatkan hanya di lahan pada daerah-daerah penghasil

kakao yang telah diizinkan oleh pemerintah dan organisasi kelestarian lingkungan.

3. Meningkatkan profil hasil kakao dan cokelat Indonesia.

KRAKAKOA menggunakan 100% kakao hasil dari petani kakao lokal yang ikut bekerja sama. Hasil kakao yang digunakan pun merupakan hasil yang berkualitas baik dan telah melewati proses yang diterapkan oleh KRAKAKOA. Hal ini dilakukan agar kakao di Indonesia dapat menjadi terkenal akan kualitasnya baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

4. Berkontribusi dalam pembangunan ekonomi di Indonesia.

Dengan mengubah dan memberikan pelatihan serta pengajaran proses dan cara kerja perkebunan kakao Indonesia yang baik dan benar, tentunya hasil biji kakao dan cokelat yang dihasilkan pun menjadi berkualitas. Dengan hasil yang berkualitas inilah para petani kakao dapat memperoleh penghasilan yang layak. KRAKAKOA menerima para petani yang memiliki kebun kakao dan belum memiliki penghasilan yang layak untuk bekerja sama.

Misi tersebut lahir karena banyak perkebunan kakao di Indonesia yang gagal panen dan kualitas hasil panen buah kakao pun tidak baik sehingga banyak petani lokal yang rugi. Oleh karena itu, untuk menjalankan misi tersebut KRAKAKOA menetapkan 10 proses produksi *farmer-to-bar* yang diterapkan kepada para petani kakao, yaitu:

1. Pelatihan dan pemberian edukasi kepada para petani mengenai praktik dan metode perkebunan biji kakao yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Pelatihan dilakukan selama kurang lebih dua minggu.
2. Memanen atau *harvesting* buah kakao yang sehat dan bagus.
3. Melakukan fermentasi selama 7 hari terhadap biji kakao yang sudah dipilih.
4. Melakukan pengeringan biji kakao yang sudah difermentasi dengan sinar matahari.
5. Melakukan pemilihan biji kakao yang sehat dan kondisi yang bagus.
6. Pembakaran atau *roasting* terhadap biji kakao yang sudah dipilih.
7. Melakukan proses pemisahan atau *winnowing process* untuk memisahkan biji kulitnya yang hancur secara bersamaan.
8. Melakukan penggilingan atau *grounding* agar biji kakao menjadi lebih halus dan melakukan proses pengilangan atau *refining* yaitu dicampurkan dengan berbagai macam rasa.
9. Pencetakan dan pencampuran biji kakao yang sudah berubah menjadi coklat dan sudah didinginkan dari proses penggilingan.
10. Melakukan proses pembungkusan atau *packaging process* coklat yang sudah dicetak dan siap untuk dijual.

3.2. Tahapan Kerja

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, penulis selaku *copywriter* melakukan tahapan kerja sebagai berikut:

1. Mencari dan menentukan klien

Pada tahap ini, penulis bersama dengan anggota kelompok membuat daftar perusahaan apa saja yang akan dihubungi untuk bekerja sama. Setelah terdapat beberapa perusahaan yang bersedia untuk diajak bekerja sama, penulis bersama dengan anggota kelompok menentukan perusahaan yang cocok dan sama-sama mendapat keuntungan dalam kerja sama ini. Penulis bersama dengan anggota kelompok memilih KRAKAKOA untuk bekerja sama dalam proyek Tugas Akhir ini.

2. *Meeting* dengan klien

Penulis bersama dengan anggota kelompok melakukan *meeting* pertama kali dengan KRAKAKOA untuk membahas tujuan dalam pembuatan *corporate video* ini, pesan yang ingin mereka sampaikan, serta video iklan seperti apa yang mereka inginkan.

3. Pengumpulan data dan informasi penting mengenai klien

Untuk mengetahui lebih dalam mengenai KRAKAKOA, penulis beserta anggota kelompok mencari dan mengumpulkan informasi klien mulai dari berkomunikasi langsung dengan pihak *marketing* KRAKAKOA, *website*, Instagram, Facebook, dan Youtube.

4. Penentuan konsep dengan anggota kelompok dan pengajuan kepada klien

Informasi dan data mengenai klien yang telah diperoleh digunakan untuk menentukan konsep *corporate video* yang sesuai dengan *client brief*. Penentuan konsep ini dilakukan oleh *creative director* bersama dengan *copywriter* dan *art director*. Setelah itu, konsep utama dan alternatif diajukan serta dijelaskan kepada KRAKAKOA. Pada tahap ini KRAKAKOA sebagai klien juga memilih bentuk video promosi menggunakan pendekatan dokumenter dalam penyampaian pesan dan informasi kepada audiens.

5. Melakukan riset dan observasi lapangan

Tahap proses ini dilakukan setelah konsep sudah diterima dan *creative brief* sudah didapatkan dari *creative director*. Proses yang dilakukan adalah melakukan riset mengenai penanaman dan perawatan pohon kakao serta mengenai proses perawatan serta pengelolaan biji kakao melalui internet dan buku. Penulis juga melakukan riset dengan menemui langsung *supervisor* petani KRAKAKOA di Lampung dan beberapa petani buah kakao yang bekerja dengan KRAKAKOA untuk mendapatkan data yang valid mengenai proses kerja dan misi yang dijalankan oleh KRAKAKOA. Selain itu, penulis bersama dengan anggota kelompok juga melakukan observasi langsung ke perkebunan petani kakao di Lampung untuk mempelajari dan melihat proses penanaman dan pemanenan buah kakao. Kedua hal ini dilakukan untuk mendukung pembuatan naskah *corporate video* dengan konsep yang telah disepakati bersama klien.

6. Penetapan format naskah yang sesuai untuk digunakan

Format naskah untuk video promosi KRAKAKOA ini menggunakan format naskah dua kolom dan terdapat beberapa perombakan serta penambahan sesuai dengan kebutuhan. Hal ini berdasarkan teori Sweetow (2011) bahwa penulisan naskah *corporate video* tidak memiliki format paten dan dapat dirombak sesuai dengan kebutuhan (hlm. 111). Oleh karena itu, penulis menambahkan kolom *scene* untuk mempermudah dalam pembagian adegan dan kolom keterangan untuk menuliskan keterangan penting seperti *shot* penting yang akan digunakan, *art* dan kostum, *cameo*, *editing*, dan lain-lain.

SCENE	VIDEO	AUDIO (VOICE OVER / MUSIC / FX)	KETERANGAN
1	EXT. HUTAN TANGGAMUS – DAY Hutan kawasan kakao dilihat dari atas. [SUPER IMPOSE – Hutan Tanggamus]	BGM – AMBIENCE CINEMATIC FX – AMBIENCE	Opening shot layar hitam lalu transisi ke hutan. Drone shot
2	EXT. DEPAN RUMAH PETANI – DAY TAUFIK (60) keluar dari dalam rumah dan duduk di kursi depan teras rumah.	BGM – AMBIENCE CINEMATIC VO TAUFIK: Tiap pagi, saya selalu merasa bersyukur... FX – AMBIENCE	
3	INT. DEPAN TERAS RUMAH PETANI – DAY Taufik melihat ke arah halaman rumah. IBU (50) keluar dari dalam rumah sambil membawa segelas kopi dan memberikan kepada Taufik. Ibu kemudian masuk ke dalam rumah kembali untuk menyiapkan alat berkebunnya. Taufik meminum kopi sambil menikmati pemandangan halamannya. Kemudian meletakkan gelas kopi di atas meja. ANAK A (13) dan ANAK B (8) keluar dari rumah dan berpamitan dengan menyalim tangan Taufik. Taufik membalas pamitan mereka dengan tersenyum.	BGM – AMBIENCE CINEMATIC VO TAUFIK: ... masih diberi kesehatan dan masih bisa minum kopi buatan istri. VO TAUFIK: Saya merasa bangga bisa melihat anak-anak bersekolah. *ANAK-ANAK BERPAMITAN FX – AMBIENCE	Art: Gelas, kopi, dan topi. Art: Anak A dan B memakai seragam yang rapi.

Gambar 3.1. Format Naskah Video Promosi KRAKAKOA

(sumber pribadi, 2018)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

7. Membuat naskah

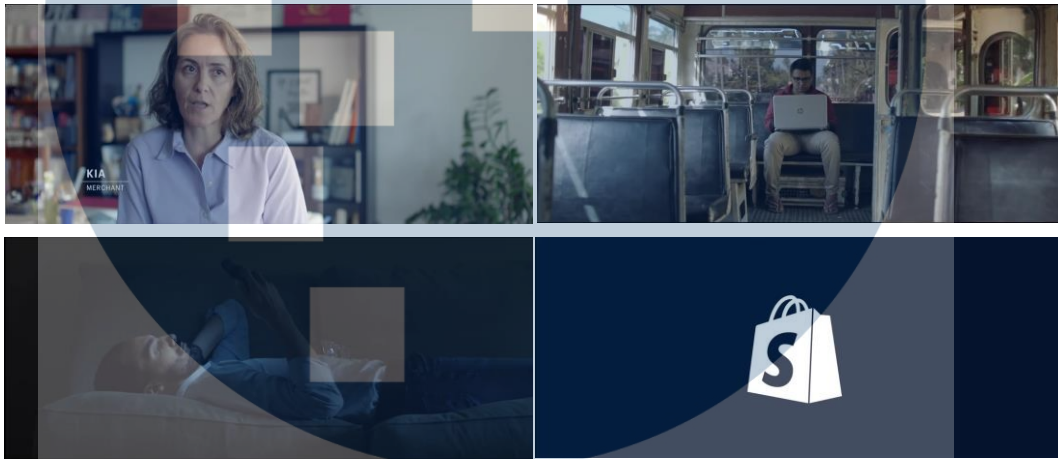
Setelah format naskah beserta konsep telah ditentukan dan semua data serta informasi telah terkumpul, penulis mulai membuat naskah. Pembuatan naskah ini menyesuaikan pada *creative brief*, *target audience*, serta media promosi yang digunakan. Selain itu, pembuatan naskah video dengan pendekatan dokumenter ini menyesuaikan dengan cerita kehidupan salah satu petani yang bekerja sama dengan KRAKAKOA. Petani yang dijadikan narasumber dan karakter utama ini ditentukan oleh *creative director*.

3.3. Acuan

Dalam pembuatan naskah video promosi KRAKAKOA, penulis sebagai *copywriter* menggunakan beberapa acuan video. Pertama, penulis menggunakan video iklan dari Shopify yang berjudul UNITE: Mobilizing Entrepreneurship. Video ini digunakan untuk mempromosikan Shopify di *website* Youtube. Dalam video iklan Shopify mengangkat cerita mengenai tiga orang pekerja yang mengalami kesusahan dalam mencari pekerjaan dan uang. Namun setelah bergabung dengan Shopify, kehidupan mereka dalam mencari uang menjadi lebih baik. Penulis menggunakan video iklan Shopify sebagai acuan dalam penulisan narasi *voice over* yang baik dan dapat dengan mudah dimengerti oleh audiens seperti apa untuk diaplikasikan pada video iklan KRAKAKOA.

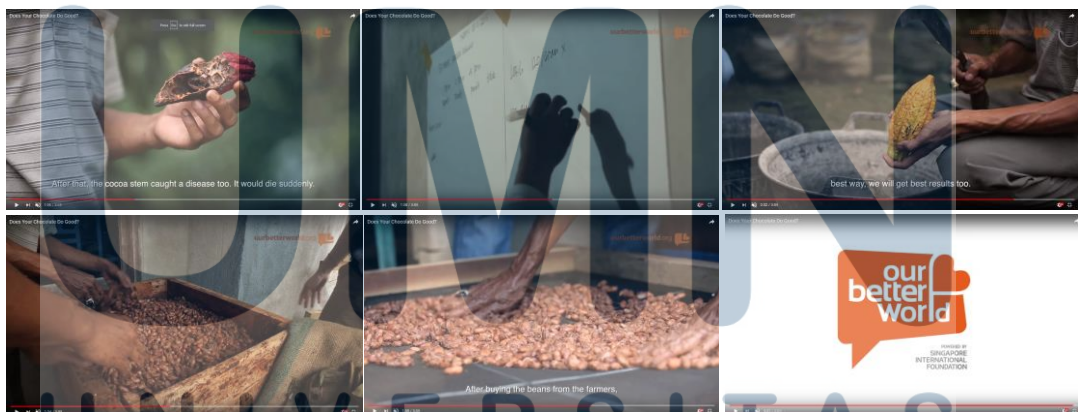
Kedua, penulis menggunakan video informasi KRAKAKOA dari organisasi Our Better World yang berjudul Does Your Chocolate Do Good? Video ini dibuat untuk menjelaskan misi dan pengaruh sosial dari adanya

KRAKAKOA untuk menarik minat investor, sukarelawan, dan masyarakat. Penulis menjadikan video ini sebagai acuan karena di dalam video ini terdapat informasi mengenai para petani, misi, dan proses sosial yang telah KRAKAKOA lakukan. Selain itu, penulis menggunakan video ini sebagai acuan proses pengolahan biji kakao yang diterapkan di KRAKAKOA.



Gambar 3.2. Video Iklan Shopify

(sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=6HOVX0wQOFY>, 2018)



Gambar 3.3. Video Misi dan Proses Pengolahan Biji Kakao KRAKAKOA

(sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=ysy9ic2AJBs&feature=youtu.be>, 2018)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA