

BAB III

SKENARIO PELAKSANAAN OBSERVASI LAPANGAN

3.1 Skenario Alur Cerita Dan Target Audiens

Video storytelling ini dibuat dengan tujuan sebagai media edukatif serta informatif kepada para pembaca. *Project storytelling* ini dibuat menggunakan teknik pengambilan gambar dengan sinematik dokumenter yang melibatkan wawancara dengan narasumber yang dipilih. Video ini berfokus pada profil dari *Coffeegasm* Kelapa Gading, cara *Coffeegasm* dalam menjaga kualitas serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Alur video dimulai dengan alur maju yang dimulai dengan menampilkan cuplikan desain *interior* yang disertai dengan alunan musik. Setelah cuplikan pembuka, adanya latar belakang atau *short background* sebagai informasi singkat mengenai *Coffeegasm*. Untuk mengetahui lebih lengkap mengenai latar belakang dari *Coffeegasm* maka terdapat adegan wawancara terkait profil, cara menjaga kualitas biji kopi dari pemilik *Coffeegasm* yaitu Andy Rusli dan penilaian pelayanan yang diberikan *Coffeegasm* dari beberapa konsumen yang terbagi menjadi 2 kelompok yaitu konsumen biasa dan konsumen keanggotaan (*membership*). Di dalam video ini Andy Rusli menjelaskan tentang profil serta model bisnisnya yang menjadi alasan diangkatnya topik *Capstone Project* yang dipilih, latar belakang / biografi Andy Rusli yang mendukung bisnisnya, serta cara Andy Rusli menjaga kualitas produk dari bisnisnya. Dan pada akhir *video*, telah diberikan konklusi dari hasil data yang telah didapatkan dari wawancara bersama para narasumber (pemilik dan konsumen) sebagai penutup.

Dengan mengangkat cerita mengenai profil bisnis dari *Coffeegasm* penulis berharap agar dapat membantu para pelaku usaha dan anak muda yang memiliki ketertarikan untuk memilih dan menjaga konsistensi biji kopi yang baik sertapelayanan yang diberikan untuk usaha mereka pada waktu mendatang sebagai acuan atau pendoman.

3.2 Skenario Pelaksanaan Observasi Lapangan

Pelaksanaan observasi lapangan telah dimulai dengan mendatangi *Coffeegasm* yang berlokasi di Kelapa Gading Jakarta Utara untuk mengobservasi keadaan sekitar dan mencari tahu keberadaan pemilik dari *Coffeegasm*. Untuk kunjungan selanjutnya dilakukan untuk pembuatan *video* di beberapa *spot coffee shop*. Pengumpulan data dilakukan dengan dua metode mulai dari melakukan riset latar belakang *coffee shop* dan wawancara dengan para narasumber, dimana kedua metode ini dilakukan setelah mendapatkan izin dan konsultasi dengan dosen pembimbing. Berikut adalah kerangka pertanyaan wawancara dengan ke-empat narasumber:

Tabel 3.2. 1 Pengumpulan Data & Daftar Pertanyaan Narasumber

No.	Narasumber	Fungsi	Pertanyaan	Keterangan
1.	Andy Rusli (Pemilik)	Pengambilan data dan informasi terkait: - Profil dan latar belakang bisnis <i>Coffeegasm</i> - Biografi dan latar belakang pemilik yang telah memiliki pengalaman 6 tahun bergelut di bidang bisnis serta food & beverage khususnya bar Cara <i>Coffeegasm</i> memilih biji kopi	1. Pengenalan diri & <i>Coffeegasm</i> 2. Mengapa anda lebih memilih mendirikan bisnis di bidang kafe khususnya speciality coffee daripada mendirikan kafe dengan konsep <i>coffee to go</i> dan <i>local</i>	(Profil, latar belakang, model bisnis, tujuan, visi dan misi)

		<p>yang dipakai dan mempertahankan kualitas produknya</p>	<p>coffee chain atau umumnya disebut franchise?</p> <p>3. Menurut anda apa saja faktor yang bisa menjelaskan coffegasm menjadisalah satu specialty coffee dengan style australia ?</p> <p>4. Apakah yang menjadi acuan anda dalam memilih biji kopi untuk produk dari <i>Coffeegasm</i>?</p> <p>5. Berbicara mengenai acuan anda dalam memilih biji kopi, jenis biji kopi apa yang anda pilih untuk</p>	<p>Baik kendala dari faktor internal maupun eksternal pandemi/ <i>coffee shop</i> yang semakin berkembang atau berubah)</p>
--	--	---	---	---

			<p>digunakan</p> <p><i>Coffeegasm</i>? Dan apa yang menjadi alasan anda memilih jenis - jenis biji kopi tersebut?</p> <p>6. Bagaimana cara anda menjaga kualitas biji kopi, produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen?</p> <p>7. Bagaimana cara anda dalam menarik konsumen dan menjaga strategi bisnis anda?</p> <p>8. Apa menu yang menurut anda paling</p>	<p>Baik dari penjualan, jumlah membership, perubahan produk/formula ulang produk (jika ada),</p>
--	--	--	---	--

			selalu dicari konsumen dan	
			<p>menurutanda menu apa yang tidak dimiliki kompetitor coffee shop lain atau yang hanya bisa dinikmati di Coffeegasm sajaserta mengapa?</p> <p>1. Pengenalan diri</p> <p>2. Apa yang menjadi faktor utama acuan Anda dalam memilih sebuah kafe? Dan mengapa hal tersebut menjadi faktor utama?</p> <p>3.</p> <p>Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas</p>	

			<p>rasa dan</p> <p>aroma</p> <p>produk kopi</p> <p>dari</p>	
2.	Konsumen (membership & non membership)	<p>Pengambilan data dan informasi terkait dengan penilaian yang menjadi acuan terhadap kualitas produk, pelayanan yang diberikan oleh karyawan, kenyamanan dan keamanan kafe</p>	<p>1. Pengenalan diri</p> <p>2. Apa yang menjadi faktor utama acuan anda dalam memilih sebuah kafe? Dan mengapa hal tersebut menjadi faktor utama?</p> <p>3. Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas rasa dan aroma produk kopi dari</p>	<p>Terkait jenis kelamin, usia, pekerjaan, domisili</p> <p>Seperti Kualitas produk, Fasilitas yang diberikan (free wifi, charger, ac area, interior)</p> <p>-Pelayanan yang diberikan</p>

		<p><i>Coffeegasm</i> dengan skala terendah 1-5 sebagai skala tertinggi? Dan apa kesan serta pesan anda terkait ini?</p> <p>4. Bagaimana penilaian anda terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh karyawan <i>Coffeegasm</i> dengan skala terendah 1-5 sebagai skala tertinggi? Dan apa kesan serta pesan anda terkait ini?</p> <p>5. Apa faktor yang membuat anda sering kembali mengunjungi <i>Coffeegasm</i>?</p>	<p>-Harga yang diberikan</p>
--	--	--	------------------------------

3.3 Rundown Pelaksanaan Observasi

Tabel 3.3. 1 Rundown Pelaksanaan Observasi

Kunjungan	Tanggal	Lokasi	Kegiatan	Keterangan
Kunjungan 1	28/8/2023	<i>Coffeegasm</i> Kelapa Gading	-Observasi tempat -Mencari spot untuk <i>shooting</i> Meminta izin dan membuat janji <i>shooting</i>	-Mencari informasi dan data -Mencari lokasi dan posisi untuk melakukan kegiatan <i>Shooting</i> (Sekitar <i>Coffeegasm</i>)
Kunjungan 2	01/10/2023	<i>Coffeegasm</i> Kelapa Gading, <i>Ratio Coffee Brewers, Kupa Coffee & Homemade Waffle</i>	Observasi tempat sekitar <i>Coffeegasm</i> Membandingkan <i>Coffeegasm</i> dengan kompetitor	Untuk mencari perbedaan dari berbagai <i>Specialty Coffee</i> yang ada serta untuk dijadikan perbandingan <i>Coffeegasm</i>
Kunjungan 3	19/10/2023	<i>Coffeegasm</i> Kelapa Gading	-Pengambilan <i>video</i> di <i>Coffeegasm</i> dengan teknik sinematografi -Wawancara dengan Bapak Andy selaku pemilik <i>Coffeegasm</i>	-Menceritakan kelebihan, kekurangan, serta membandingkan profil <i>Coffeegasm</i> -Wawancara dengan pemilik untuk mendapatkan informasi terkait profil, <i>short background</i> dan operasional <i>Coffeegasm</i> -Wawancara dengan konsumen

				sebagai narasumber untuk acuan penilaian pelayanan dari <i>Coffeegasm</i> .
Kunjungan 4	21/10/2023	<i>Coffeegasm</i> Kelapa Gading	Wawancara dengan beberapa konsumen pada hari libur	Wawancara dengan konsumen sebagai narasumber untuk acuan penilaian pelayanan dari <i>Coffeegasm</i>
Kunjungan 5	-	-	<i>Final Touch</i>	Jika diperlukan

3.4 Pengolahan Data

Pengolahan data yang didapatkan dari hasil wawancara dan riset latar belakang telah diproses menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menyesuaikan dengan tujuan penelitian. Menurut Strauss dan Corbin (Cresswell j, 1998: 24), penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang menghasilkan penemuan dimana penemuan tersebut tidak dapat dicapai dengan langkah-langkah statistik atau pengukuran, jenis penelitian ini umumnya digunakan untuk meneliti terkait tentang kehidupan sosial, sejarah, dan perilaku. Pencarian dan pengumpulan data yang dibutuhkan telah berdasarkan dengan kerangka ide berikut:

Tabel 3.4. 1 Pengolahan Data – Objektif Narasumber

Tema	Narasumber	Informasi
Latar belakang topik	Teori dengan korelasi terhadap topik	Dilakukan berdasarkan data informasi yang telah dikumpulkan baik dari jurnal, berita, hasil riset/survei, teori yang memiliki korelasi dengan topik yang diusung dan pemilik <i>Coffeegasm</i> .
Latar belakang isu dan informasi	Andy Rusli (pemilik)	Pembuktian asumsi topik yang dibahas, dimana berfungsi sebagai penguat



<p>mengenai profil <i>Coffeegasm</i> dan pemilik</p>	<p><i>Coffeegasm</i>)</p>	<p>landasan alasan pentingnya pembahasan topik.</p> <p>Latar belakang mengenai profil, sejarah, latar belakang dan kondisi <i>Coffeegasm</i> serta penyelarasan dengan informasi serta data yang telah di dapat dari hasil riset latar belakang.</p> <p>Pembahasan topik yang diusung melalui sudut pandang pebisnis <i>f&b</i> dengan pengalaman pendidikan serta pengalaman kerja selama 8 tahun di <i>Australia</i>. Pembahasan telah dititik beratkan pada informasi mengenai profil bisnis, cara menjaga kualitas biji kopi serta cara membentuk bisnis yang <i>sustainable</i> dengan tantangan yang dimiliki</p>
<p>Informasi mengenai kenyataan penilaian <i>Coffeegasm</i></p>	<p>Konsumen (<i>membership</i> dan <i>non-membership</i>)</p>	<p>Pembuktian asumsi topik yang dibahas, dimana berfungsi sebagai penguat pendukung landasan alasan pentingnya pembahasan topik.</p> <p>Informasi mengenai kenyataan penilaian dari konsumen dimana pembahasan telah dititik beratkan pada informasi terkait penilaian kualitas produk serta pelayanan yang diberikan oleh <i>Coffeegasm</i> baik kepada konsumen <i>membership</i> dan <i>non-membership</i> dengan beberapa pembagian kategori mulai dari usia, jenis kelamin, status serta wilayah domisili</p>




3.5 Penyusunan Skrip dan *Storyboard*



Tabel 3.5. 1 Keterangan Skrip & *Storyboard*



Judul Video	<i>History Of Coffeegasm A specialty Origin From Australia</i>
Konsep	Dokumenter
Durasi	14 menit 24 detik
Genre	Sinematografi
Penampakan Genre	<i>Coffeegasm Kelapa Gading, Mall Of Indonesia</i>

Tabel 3.5. 2 Skrip & *Storyboard*

urutan	scene	Visual	Naskah
Pembukaan	1		<p>Deskripsi: Rekaman sebelum memasuki ke daerah MOI berasal dari depan. Durasi: 15 Detik</p> <p>Audio: instrument musik jazz</p> <p>Posisi Kamera: Landscape</p> <p>Transisi: Cutway</p>
	2		<p>Deskripsi: Perjalanan menuju ke kedai kopi Coffeegasm</p> <p>Durasi: 15 Detik</p> <p>Audio: instrument</p>

			<p>musik jazz</p> <p>Posisi Kamera: Landscape</p> <p>Transisi: Cutway</p>
Latar Belakang	1		<p>Deskripsi: Menjelaskan profil mengenai Coffeegasm</p> <p>Durasi: 3 menit</p> <p>Audio: dubbing</p> <p>Posisi Kamera: Landscape</p> <p>Transisi: Cutway</p>
Perekaman wawancara dengan narasumber	1		<p>Deskripsi: Wawancara dengan narasumber</p> <p>Durasi: 3 menit</p> <p>Audio: rekaman dari handphone</p> <p>Posisi Kamera: Landscape</p> <p>Transisi: Cutway</p>
Keseharian narasumber	1		<p>Deskripsi: Memperlihatkan keseharian sebagai owner cafe</p> <p>Durasi: 1</p>

			<p>menit 30 detik</p> <p>Audio: musik Posisi Kamera: Close-up</p> <p>Transisi: Cutway</p>
Perekaman wawancara dengan konsumen Coffeegasm	1		<p>Deskripsi: wawancara dengan konsumen coffeegasm</p> <p>Durasi: 3 menit Audio: rekaman dari handphone</p> <p>Posisi Kamera :Landscape</p> <p>Transisi: Cutway</p>
Pesan Konsumen	1		<p>Deskripsi:Foto narasumber bersama kata-kata yang disampaikan untuk coffeegasm</p> <p>Durasi: 1 menit Audio: musik Posisi Kamera: Tulisan dibuat sendiri</p> <p>Transisi: Cutway</p>

<p>Pesan / kalimat pendek dari bapak Andy Rusli</p>	<p>1</p>		<p>Deskripsi: Beberapa kata tambahan dari Andy Rusli sebelum penutup</p> <p>Durasi: 1 menit</p> <p>Audio: rekaman dari handphone</p> <p>Posisi Kamera: Landscape</p> <p>Transisi:</p>
<p>Penutup & <i>credit video</i></p>	<p>1</p>		<p>Deskripsi: After Credit</p> <p>Durasi: 1 menit</p> <p>Audio: musik</p> <p>Posisi Kamera: tulisan yang dibuat sendiri.</p> <p>Transisi:</p>

3.6 Sinkronisasi Cerita dan *Shoot*

Sinkronisasi alur cerita serta *shoot* yang dirancang penulis disusun sesuai dengan *storyboard* yang telah dibuat sebelumnya.

3.7 Penyuntingan

Proses dokumentasi dan penyuntingan video dilakukan oleh Abraham Newton dan Jonathan sebagai pihak ketiga yang sudah memiliki pengalaman dibidangnya yaitu jasa videographer dan editor untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Proses penyuntingan ini telah dilakukan menggunakan aplikasi *premier pro* dan *adobe podcast*.

3.8 Rundown Pelaksanaan Shoot

Tabel 3.8. 1 *Rundown Pelaksanaan Shoot*

<i>Rundown Pelaksanaan Shoot</i>			
<i>Weekdays</i>			
Pukul	Lokasi	Kegiatan	Keterangan
15.30 - 16.00	MOI (depan)	<i>Shooting opening</i>	Pengambilan gambar di depan MOI, depan <i>outlet</i> dan logo <i>Coffeegasm</i> .
16.00 - 16.30	<i>Coffeegasm</i>	Perkenalan	Berbincang dengan Andy Rusli – Pemilik <i>Coffeegasm</i> .
16.30 - 18.00	<i>Coffeegasm</i>	<i>Shooting</i>	Sesi wawancara dengan Andy Rusli - pemilik <i>Coffeegasm</i> .
18.00 - 18.30	MOI	Istirahat dan makan malam	-
18.30 - 19.00	<i>Coffeegasm</i>	<i>Shooting</i>	Sesi wawancara dengan 5 konsumen (<i>membership & non-membership</i>) <i>Coffeegasm</i>
19.00 - 20.00	<i>Coffeegasm</i>	<i>Shooting</i> latar belakang	Pengambilan <i>footage interior Coffeegasm</i>