

## BAB III

### SKENARIO ALUR CERITA DAN TARGET AUDIENS

#### 3.1 Skenario Alur Cerita Dan Target Audiens

Penelitian ini membahas tentang perjalanan bisnis dari sebuah Kafe yang menjual/menawarkan minuman tradisional Indonesia, yaitu jamu dengan konsep yang modern. Acaraki pertama kali didirikan pada tahun 2018 oleh Jony Yuwono, seorang pekerja industri. Ia merupakan seorang *backpacker* yang telah menjelajahi berbagai situs alam di dunia. Dengan antusiasnya dalam kopi, ia mengeksplorasi jamu dengan meniru metode pembuatan kopi. Dia juga merupakan seorang ketua dari gabungan pengusaha jamu.

Penelitian ini juga akan diceritakan mengenai keunikan dari Kafe Acaraki mengenai strategi pemasaran serta strategi promosi yang digunakan. Lalu akan ada cuplikan saat Kafe Acaraki membuat salah satu menu minuman mereka. Kami akan melakukan *interview* dengan Supervisor Marketing Acaraki, yaitu Wasista Arif Rahardja, staff yang menjadi peracik jamu di bagian open bar yang bernama Muhammad Dhani, beserta 2 pelanggan sebagai testimoni.

Target audiens merupakan dewasa yang berumur 18 - 30 tahun, serta para pelaku bisnis. Dengan kisaran umur tersebut, mahasiswa/mahasiswi dan para pebisnis dapat mengetahui lebih luas mengenai perjalanan dari Acaraki, serta mengaplikasikan strategi yang digunakan untuk mempertahankan sebuah bisnis.

#### 3.2 Rancangan Pelaksanaan Observasi Lapangan

Pelaksanaan observasi lapangan dilakukan 1 kali yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi baru serta memperkaya informasi yang sudah didapatkan. Observasi dilakukan pada hari Senin, 30 September 2024, berlokasi di Jl. Pintu Besar Utara No.11, Kota Jakarta Barat. Observasi dilakukan dengan proses wawancara terhadap manajer marketing Acaraki Jamu Kota Tua, yang bernama Wasista Arif Rahardja. Setelah video wawancara yang dilakukan, akan ada pengambilan video untuk suasana Kafe, minuman, dan teknik pembuatannya. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai rancangan observasi lapangan, disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. 1 Rancangan Observasi Lapangan

Hari	Tanggal	Lokasi Observasi	Objek Observasi	Petugas Observasi
Senin	30 September 2024	Acaraki Jamu, Gedung Kerta Niaga 3, Kota Tua, Jl. Pintu Besar Utara No.11, RT.4/RW.6 Pinangisia, Kec. Taman Sari, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11110	Ruang Lingkup dan Lokasi Kafe Acaraki	1. Cindy Natalia-31210007 2. Leticia Christy Gunawan-31210029 3. Angeloxilia-31210034
	Durasi : Pelaksanaan Observasi 9 Jam (540 menit)		Proses Pembuatan Jamu di Acaraki Melakukan Wawancara dengan <i>Supervisor Marketing</i> , Peracik Jamu, dan Pelanggan	

### 3.3 Rundown Pelaksanaan Observasi

*Rundown* pelaksanaan observasi disusun dengan tujuan agar petugas observasi dapat memperoleh data secara langsung, maupun tidak langsung dari lokasi observasi. Selain itu pelaksana observasi akan memiliki arahan, sehingga proses yang akan dijalani lebih teratur, untuk lebih mengetahui mengenai *rundown* pelaksanaan obsersevasi disajikan pada tabel berikut

Tabel 3. 2 *Rundown* Observasi

Waktu	KEGIATAN
09.00 - 09.45	-Perjalanan menuju Kafe Acaraki
10.00 - 10.30	-Pengambilan <i>footage</i> suasana Kafe Acaraki
10.45 - 11.15	- <i>Briefing</i> dengan <i>Team</i> Acaraki
11.30 - 13.00	-Wawancara dengan <i>Supervisor Marketing</i> Acaraki & proses perekaman
13.15- 14.00	-Pengambilan <i>footage</i> pembuatan salah satu minuman Kafe Acaraki
14.00 - 15.00	-Wawancara dengan salah satu <i>Staff</i> Acaraki & proses perekaman. -Pengambilan <i>footage</i> suasana Kota Tua di sore hari
16.00 - 17.00	-Pengambilan <i>footage</i> suasana Kota Tua di sore hari -Wawancara dengan 2 pengunjung & proses perekaman

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan data kualitatif yaitu, data yang disajikan dalam bentuk kata-kata yang mengandung makna atau kategori. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data skunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui hasil pengisian kuesioner atau dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada narasumber yang dipilih. Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain (Abdullah, 2015). Adapun sumber data yang berupa daftar pertanyaan dan hasil wawancara yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 3 Matriks Data dan Informasi (Internal)

Sumber Data	Daftar Pertanyaan	Hasil Wawancara
<b>Wasista Arif Rahardja</b>	1. Apa inspirasi utama di balik pendirian Kafe Acaraki	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Founder Acaraki melihat adanya kejenuhan di dunia <i>f&amp;b</i> yang hanya menjual kopi dan teh kekinian. Namun, kurang ada yang <i>aware</i> tentang jamu, sehingga jamu sebagai minuman tradisional Indonesia tidak terbuka luas untuk seluruh generasi di Indonesia</li> </ul>
	2. Bagaimana awal mula ide penggabungan jamu dengan konsep modern muncul ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dari adanya alat penyeduhan kopi/teh di masa kini. Lalu pada zaman dahulu hingga kini, proses pembuatan jamu masih harus digodok. Penggabungan 2 hal ini menghasilkan teknik penyeduhan jamu yang kontemporer.</li> </ul>
	3. Bagaimana proses seleksi bahan baku jamu di Kafe Acaraki ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekerjasama dengan para petani di Sukabumi (Cinagara) mulai dari proses penanaman hingga pasca panen.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekerjasama dengan pabrik untuk mengolah bahan basah</li> </ul>
	<p>4. A. Apa minuman <i>best seller</i> di Kafe Acaraki</p> <p>B. Mengapa ditetapkan sebagai minuman <i>best seller</i>?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menu minuman yang mengandung base kunyit asam. Selain itu yang diberi tambahan <i>sparkling water /yogurt/ice cream</i></li> </ul>
	<p>5. Apa strategi bisnis utama yang diterapkan oleh Kafe Acaraki untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan di pasar yang kompetitif?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengedepankan konsep <i>open bar</i> dan <i>live brewing</i></li> </ul>
	<p>6. Bagaimana Kafe Acaraki mengatasi tantangan persaingan dengan produk jamu impor dan industri minuman lainnya ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengedepankan integritas bahan dasar jamu</li> </ul>
	<p>7. Apa pendekatan pemasaran yang digunakan untuk menarik konsumen ? Khususnya anak muda ke kafe ini.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial, berkolaborasi dengan gabungan pengusaha jamu dan kementerian</li> </ul>
	<p>8. Apa tantangan terbesar dalam mengintegrasikan jamu</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengeksplorasi proses mekanisme penyeduhan dari alat dan bahan yang</li> </ul>

	kedalam format yang lebih kontemporer & bagaimana cara mengatasinya ?	digunakan, sehingga menghasilkan rasa yang pas
	9. Bagaimana Kafe Acaraki memastikan bahwa rasa dan manfaat jamu tetap terjaga meskipun ada perubahan dalam cara penyajiannya ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acaraki menjamin kualitas bahan jamu. Riset mengenai manfaat kunyit asam, beras kencur, dan bahan-bahan jamu lainnya mereka percayakan kepada para ilmuwan, dengan fokus memperkenalkan jamu sebagai bagian dari gaya hidup.</li> </ul>
	10. Apa peran inovasi dalam strategi bisnis jangka panjang dan bagaimana memprioritaskan inovasi dalam pengembangan produk ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acaraki mengadaptasi metode dari <i>coffee shop</i> dan <i>tea shop</i> untuk menciptakan jamu yang lebih disukai dan diterima masyarakat.</li> </ul>
	11. Apa strategi pemasaran utama yang digunakan Kafe Acaraki untuk menarik dan mempertahankan pelanggan baru ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Di sisi digital, Acaraki memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Secara offline, pemasaran dilakukan melalui <i>live brewing</i>, di mana pelanggan bisa melihat proses pembuatan dan menikmati</li> </ul>

		jamu yang disajikan langsung.
	12. Apa jenis kemitraan/kolaborasi yang dibentuk untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik Kafe Acaraki ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acaraki menjalin kemitraan dengan berbagai <i>brand f&amp;b</i>, pemerintah, dan bank.</li> </ul>
	13.A. Bagaimana Kafe Acaraki memanfaatkan media sosial dalam strategi pemasaran ?  B. Adakah <i>platform</i> tertentu yang menjadi fokus utama ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acaraki mengambil inspirasi pemasaran dari luar dan menyesuainya dengan segmen milenial usia 25-35, dengan fokus utama pada konten relevan di Instagram.</li> </ul>
	14. Apa pendekatan yang diambil untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> dan membangun citra merek Kafe Acaraki di pasar ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Brand</i> Acaraki menekankan gaya hidup melalui konsep store dan teknik penyeduhan agar pelanggan merasa nyaman menikmati jamu di kafe.</li> </ul>
	15. Apa saran Bapak untuk generasi muda yang lebih memilih minuman kekinian daripada minuman jamu?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acaraki menyarankan generasi muda untuk mencoba dan melestarikan jamu yang kini disajikan dengan teknik kontemporer</li> </ul>

		<p>agar lebih dinikmati oleh masyarakat luas.</p>
	<p>16. Apa harapan Bapak untuk Kafe Acaraki di masa yang akan datang?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ia berharap masyarakat turut mengembangkan rempah-rempah agar generasi mendatang dapat menikmati minuman khas Indonesia ini.</li> </ul>
	<p>17. Apa saran dari Bapak untuk para Entrepreneurs?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagi entrepreneur baru, keunikan dan perbedaan bisnis adalah nilai plus. Selain itu, perlu ketekunan dan inovasi agar usaha bisa berjalan dengan baik dan berkelanjutan.</li> </ul>
<p><b>Staff Cafe Acaraki (Peracik Jamu) Muhammad Dhani</b></p>	<p>1. Kalangan / kategori pelanggan mana yang paling umum berkunjung ke Kafe Acaraki ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tamu yang datang bervariasi mulai dari yang kalangan muda hingga tua. Tamu-tamu ingin mencoba Acaraki karena bagi mereka adalah hal yang unik dan baru di dunia <i>f&amp;b</i>, dimana meracik jamu menggunakan teknik mesin kopi.</li> </ul>
	<p>2. Apakah Kafe Acaraki memiliki produk yang tersedia di pasar ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat produk Acaraki yang tersedia di luar outlet Acaraki, yaitu dinamakan <i>Golden Sparkling</i> kaleng, yang bisa dibeli di</li> </ul>

		Indomaret maupun Alfamart.
	3. Apakah pernah ada komplain pelanggan mengenai menu, harga atau rasa jamu di Kafe Acaraki ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se jauh ini, tidak ada komplain mengenai rasa atau harga jamu karena variasi yang ditawarkan dan kualitas yang dijaga. Beberapa orang mungkin tidak suka, tapi harga dianggap sebanding dengan kualitas.</li> </ul>
	4. Bagaimana cara menjaga kualitas jamu yang disajikan ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Untuk menjaga kualitas, mereka melakukan kalibrasi setiap pagi, seperti membuat kopi, untuk memastikan rasa jamu selalu pas dan enak.</li> </ul>
	5. Bagaimana kesan dan pendapat anda tentang menerapkan metode pembuatan kopi dalam meracik jamu?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyenangkan mencoba hal baru, seperti membuat jamu menggunakan alat-alat kopi, yang patut dicoba.</li> </ul>

Untuk mengetahui hasil wawancara dengan para pelanggan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. 4 Matriks Data dan Informasi (Eksternal)

<b>Pelanggan Cafe Acaraki</b>	<b>Daftar Pertanyaan</b>	<b>Hasil wawancara orang #1 (Jason)</b>	<b>Hasil wawancara orang #2 (Iwan)</b>
	1. Apa yang membuat Anda tertarik mencoba jamu di kafe Acaraki?	Ia mengatakan bahwa ia tertarik mencoba jamu di Kafe Acaraki karena pembuatannya yang unik.	Ia mengatakan bahwa ia tertarik mencoba jamu di Kafe Acaraki karena kemasannya yang kekinian.
	2. Menurut Anda, bagaimana perbandingan rasa Jamu di kafe Acaraki dengan tempat jamu lainnya?	Ia mengatakan bahwa perbandingan rasa Jamu di Kafe Acaraki dengan tempat jamu lainnya yaitu Kafe Acaraki memiliki rasa yang sangat enak dibandingkan dengan tempat jamu lainnya.	Ia mengatakan bahwa perbandingan rasa Jamu di Kafe Acaraki dengan tempat jamu lainnya yaitu Kafe Acaraki memiliki rasa yang sangat nikmat karena penyajian secara modern dan kekinian yang patut dicoba,

			juga berbeda dengan jamu-jamu yang ditemukan pada umumnya.
	3. Menurut Anda, bagaimana mengenai rasa, kualitas dan pengalaman yang ditawarkan di kafe Acaraki?	Ia mengatakan bahwa rasa, kualitas dan pengalaman yang ditawarkan di Kafe Acaraki sudah cukup bagus.	Ia mengatakan bahwa rasa, kualitas dan pengalaman yang ditawarkan di Kafe Acaraki sudah cukup memuaskan dengan rasa yang didapat dan dengan harga yang demikian.
	4. Menurut Anda, apakah Kafe Acaraki nyaman untuk nongkrong atau bekerja?	Ia mengatakan bahwa Kafe Acaraki nyaman untuk nongkrong dan bekerja. Suasananya lebih kearah <i>cozy</i> .	Ia mengatakan Kafe Acaraki nyaman untuk nongkrong dan bekerja. <i>Design-design</i> di Kafe Acaraki juga cukup menarik untuk dipandang sehingga membuatnya nyaman.

	5. Dari mana awalnya Anda mengetahui Acaraki?	Ia mengetahui kafe Acaraki dari Instagram.	Ia mengetahui kafe Acaraki dari temannya yang merekomendasikan.
	6. Apa pengalaman menarik mengenai pelayanan di Kafe Acaraki?	Ia menyukai konsep Acaraki yang <i>open bar</i> , dan bisa melihat secara langsung cara pembuatan minumannya.	Ia mengatakan bahwa semua stafnya ramah dan sangat <i>welcome</i> , dan ia merasa di “jamuin” ketika datang di Kafe Acaraki.
	7. Apakah sebelumnya Anda mengetahui metode yang mereka gunakan, dan apa pendapat Anda mengenai itu?	Ia tidak mengetahui metode yang Acaraki gunakan, ia baru mengetahui ketika ia datang ke Kafe Acaraki dan bisa melihat secara langsung.	Ia tidak mengetahui metode yang Acaraki gunakan, ia baru mengetahui ketika ia datang ke kafe Acaraki dan bisa melihat secara langsung. Menurutnya, sangat menarik.
	8. Menurut Anda, penyajian di Kafe Acaraki tergolong cepat atau lambat?	Menurutnya, penyajian di Kafe Acaraki tergolong sangat cepat.	Menurutnya, penyajian di Kafe Acaraki tergolong cepat.

	9. Apakah Anda memiliki niat untuk kembali lagi ke Kafe Acaraki?	Ia ingin kembali lagi ke Kafe Acaraki, bahkan ingin mengajak temannya untuk makan dan minum di Acaraki.	Ia ingin kembali lagi ke Kafe Acaraki, bahkan ingin mengajak temannya untuk makan dan minum di Acaraki untuk mencoba makanan dan minumannya.
--	--	---	--

### 3.5 Teknik Analisis Data

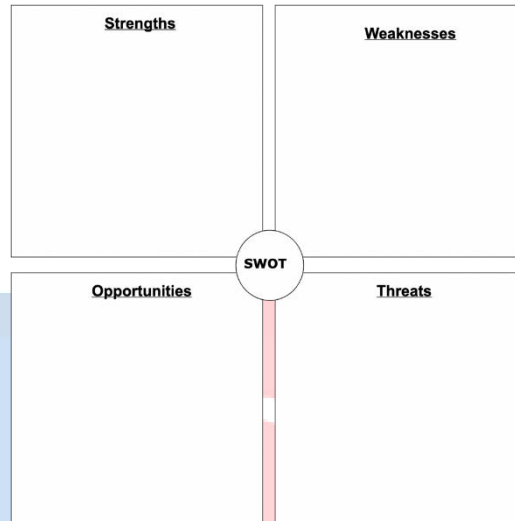
Data yang telah terkumpul, selanjutnya akan dilakukan anlisi data. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Business Model Canvas (BMC)* dan analisis *SWOT*.

Setelah mendapatkan sumber data dengan cara *interview*, data akan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif, analisis *SWOT* dan analisis *Business Model Canvas*. Selain itu, akan melakukan penyaringan dan penambahan data dari beberapa jurnal yang ditemukan sehingga dapat memperkuat laporan penulisan ini.

#### 3.5.1 Analisis *SWOT*

Analisis *SWOT* merupakan keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Analisis *SWOT (Strength-Weaknesses-Opportunities-Threats)* merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman) unit bisnis harus mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang signifikan, yang mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba. Unit bisnis harus menetapkan sistem intelijen pemasaran untuk menelusuri tren dan perkembangan penting serta semua peluang dan

ancaman yang berhubungan dengannya. Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan). Kemampuan menemukan peluang yang menarik dan kemampuan yang memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya (Kotler & Keller, 2009, 51&55).



Gambar 3.1 1 Model Analisis SWOT

Sumber: *Creately.com* (2024)

### 3.5.2 Analisis *Business Model Canvas*

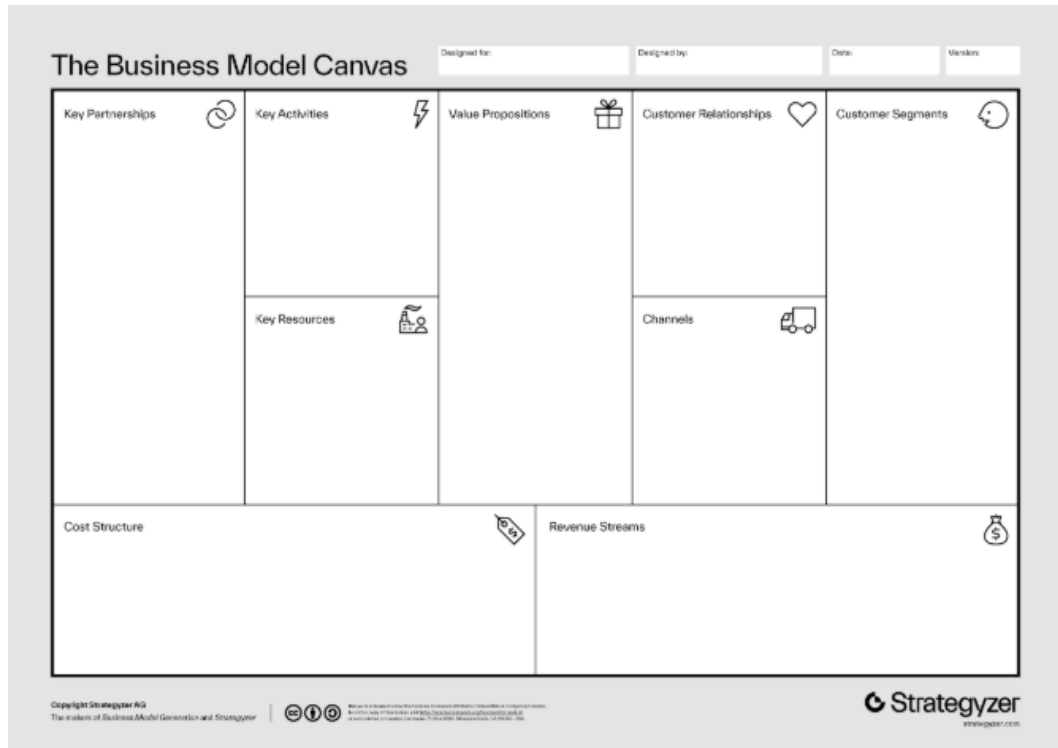
Model bisnis menggambarkan alasan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Analisis *Business Model Canvas* terdiri dari (Yves Igneur, Alexander Osterwalder, 2010):

1. Segmen Pelanggan (*Customer Segments*) didefinisikan berbagai kelompok orang atau organisasi yang ingin dijangkau dan dilayani oleh suatu perusahaan.
2. Proposisi Nilai (*Value Propositions*) menggambarkan kumpulan produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan tertentu.
3. Saluran (*Channels*) menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan berkomunikasi dengan dan menjangkau segmen pelanggannya untuk memberikan proposisi nilai.
4. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship*) menjelaskan jenis hubungan yang dibangun perusahaan dengan Segmen Pelanggan tertentu. Hubungan

pelanggan dapat didorong oleh motivasi yang berupa akuisisi pelanggan, retensi pelanggan, dan *up selling* / meningkatkan penjualan.

5. Aliran Pendapatan (*Revenue Streams*) mewakili uang tunai yang dihasilkan perusahaan dari setiap segmen pelanggan (biaya harus dikurangi dari pendapatan untuk menciptakan laba).
6. Sumber Daya Utama (*Key Resources*) menjelaskan aset terpenting yang dibutuhkan untuk membuat model bisnis berfungsi. Setiap model bisnis membutuhkan Sumber Daya Utama. Sumber daya ini memungkinkan perusahaan untuk membuat dan menawarkan proposisi nilai, menjangkau pasar, menjaga hubungan dengan segmen pelanggan, dan memperoleh pendapatan.
7. Kegiatan Utama (*Key Activities*) menjelaskan hal yang terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya berhasil. Setiap model bisnis memerlukan aktivitas utama. Ini adalah tindakan terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar dapat beroperasi dengan sukses.
8. Kemitraan Utama (*Key Partnership*) menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnisnya berhasil. Perusahaan menjalin kemitraan karena berbagai alasan, dan kemitraan menjadi landasan bagi banyak model bisnis. Perusahaan menciptakan aliansi untuk mengoptimalkan model bisnis mereka, mengurangi risiko, atau memperoleh sumber daya.
9. Struktur Biaya (*Cost Structure*) menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis seperti menciptakan dan memberikan nilai, menjaga hubungan pelanggan serta menghasilkan pendapatan, semuanya memerlukan biaya.

Berikut adalah gambar konsep *business model canvas*



Gambar 3.2 1 *Business Model Canvas*

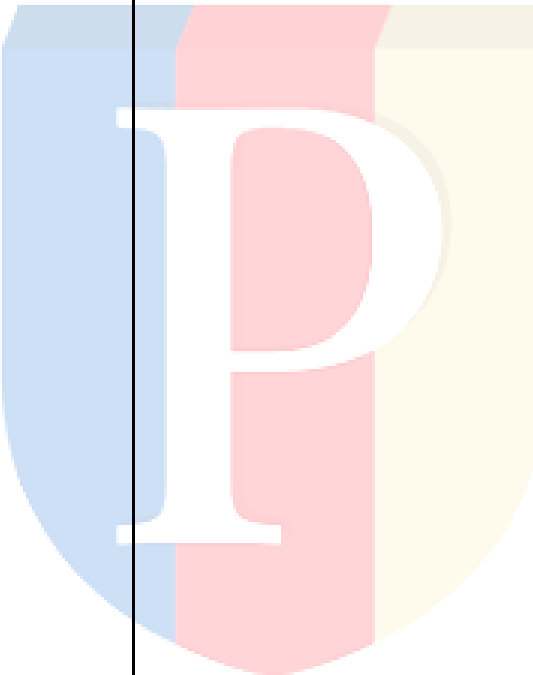

Sumber : *Website Strategyzer*



### 3.6 Penyusunan Skrip dan *Storyboard*


Seluruh informasi data yang didapatkan telah didokumentasikan dalam sebuah video berbentuk dokumenter dan melalui penyusunan secara berurut mulai dari informasi data mendasar.



Tabel 3. 5 Penyusunan *Storyboard*


<i>SCENE</i>	<i>SEQUENCE</i>	VISUAL	NASKAH
<i>OPENING</i>	1	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi: Perkenalan dan menampilkan suasana Kota Tua Jakarta</p> <p>Kamera: <i>Wide Shoot</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over.</i></p> <p>Skrip : “Kota Tua merupakan salah satu tempat bersejarah di Jakarta. Disini, terdapat Kafe Acaraki yang menghadirkan jamu dengan sebuah inovasi dan mengubah cara</p>

			<p>masyarakat dalam menikmati minuman tradisional. Dengan strategi yang menggabungkan inovasi dengan pemasaran digital. Kafe Acaraki menciptakan pengalaman unik yang memadukan budaya dengan kehidupan masa kini. Melalui pendekatan bisnis yang cermat , Kafe Acaraki menarik perhatian generasi muda dan menjadikan jamu sebagai tren baru ditengah persaingan industri minuman.”</p> <p>Durasi:00.01-00.10</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>
	2	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi: Menampilkan suasana Kafe Acaraki</p> <p>Kamera: <i>Wide Shoot</i></p>



			<p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 00.10-00.43</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
<p>ISI (Wawancara dengan <i>Supervisor Marketing Acaraki</i>)</p>	<p>Part A urutan 1</p>	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi: Perkenalan singkat dari Bapak Wasista</p> <p>Kamera: <i>Medium Close Up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 00.44-00.51</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
	<p>2</p>	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “Apa inspirasi utama di</p>


			<p>balik pendirian Kafe Acaraki ?”</p> <p>Kamera: <i>Medium Close Up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 00.54- 01.23</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>
	3	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “Bagaimana ide untuk menggabungkan jamu dengan konsep modern muncul?”</p> <p>Kamera: <i>Medium Close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental</i></p>



			<p><i>(Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi:01.26-01.53</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>
4	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “Bagaimana proses seleksi bahan baku jamu di Kafe Acaraki?”</p> <p>Kamera: <i>Medium Close up</i></p> <p>Audio:<i>Woodland Harmony Instrumental</i> <i>(Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 01.54-02.23</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>	
5	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “Apa minuman <i>Best Seller</i> di Kafe Acaraki?”</p>	


			<p>Dan mengapa bisa menjadi minuman <i>Best Seller?</i> ”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 02:24 - 02.56</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>
	6	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi :</p> <p>Pak Wasis menjawab pertanyaan “Apa strategi bisnis utama yang diterapkan oleh Kafe Acaraki untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan pasar yang kompetitif ? ”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p>


			<p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 02.57-03.31</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>
	7	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “Bagaimana Kafe Acaraki mengatasi persaingan dengan produk jamu <i>import</i> dan industri minuman lainnya?”</p> <p>Kamera: <i>Medium Close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 03.32- 03:56</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>

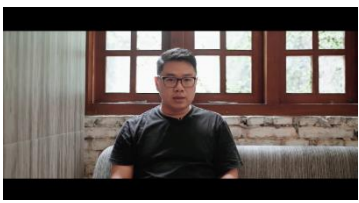

	8	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “ Apa pendekatan pemasaran yang digunakan untuk menarik konsumen, khususnya anak muda, ke Kafe Acaraki?”</p> <p>Kamera: <i>Close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi:03.57-04.15</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>
ISI (Wawancara dengan salah satu <i>Staff</i> Acaraki)	<i>Part</i> B urutan 1	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Muhammad Dhani menjawab pertanyaan “Kalangan/ kategori pelanggan mana yang paling umum berkunjung ke Kafe Acaraki?”</p>


			<p>Kamera: <i>Medium Close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 04.16 - 04.40</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
	2	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Muhammad Dhani menjawab pertanyaan “Apakah Kafe Acaraki memiliki produk yang tersedia di pasar?”</p> <p>Kamera: <i>Wide shoot</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 04.41- 04.54</p>

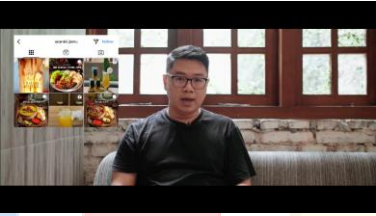
			Transisi : <i>Cut</i>
	3	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi: Muhammad Dhani menjawab pertanyaan “Apakah pernah ada komplain pelanggan mengenai menu, harga atau rasa jamu di Kafe Acaraki?”</p> <p>Kamera:<i>Medium close up</i></p> <p>Audio:<i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 04.55- 05.23</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>
	4	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Muhammad Dhani menjawab pertanyaan “Bagaimana cara menjaga kualitas</p>



			<p>jamu yang disajikan?”</p> <p>Kamera: <i>Close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 05.24 – 05.41</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>
	5	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Muhammad Dhani menjawab pertanyaan “Bagaimana kesan dan pendapat anda tentang menerapkan metode pembuatan kopi dalam meracik jamu?”</p> <p>Kamera: <i>Close Up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental</i></p>

			<p><i>(Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi:05.42 - 05.59</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
<p>ISI (Wawancara dengan <i>Supervisor Marketing Acaraki</i>)</p>	<p><i>Part A</i> urutan 9</p>	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi: Pak Wasis menjawab pertanyaan “ Apa tantangan terbesar dalam mengintegrasikan jamu kedalam format yang lebih kontemporer dan bagaimana cara mengatasinya ?”</p> <p>Kamera: <i>Medium Close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 06.00- 06.33</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>



	<p>10</p>  <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi :  Pak Wasis menjawab pertanyaan “Bagaimana Kafe Acaraki memastikan bahwa rasa dan manfaat jamu tetap terjaga meskipun ada perubahan dalam cara penyajiannya?”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 06.34 - 07. 11</p> <p>Transisi :<i>Cut</i></p>
	<p>11</p>  <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi :  Pak Wasis menjawab pertanyaan “ Apa peran inovasi dalam strategi bisnis jangka panjang dan bagaimana memprioritaskan</p>


			<p>inovasi dalam pengembangan produk? ”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 07.12- 07.50</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
	12	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi :</p> <p>Pak Wasis menjawab pertanyaan “ Apa strategi pemasaran utama yang digunakan Kafe Acaraki untuk menarik dan mempertahankan pelanggan baru?”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p>


			<p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 07.51- 08.35</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
	13	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “Apa jenis kemitraan atau kolaborasi yang dibentuk untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik Kafe Acaraki ?”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 08.36- 08.58</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>



14	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “Bagaimana Kafe Acaraki memanfaatkan media sosial dalam strategi pemasaran ?”</p> <p>Kamera: <i>Medium Close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi:08.59 - 09.30</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
15	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “ Adakah <i>platform</i> tertentu yang menjadi fokus utama Kafe Acaraki ?”</p> <p>Kamera : <i>Close up</i></p>


			<p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 09.31- 09.40</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
		 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “ Apa pendekatan yang diambil untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> dan membangun citra merek Kafe Acaraki di pasar ?”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 09.41-10.02</p>


			Transisi : <i>Cut</i>
	16	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “Apa saran Anda untuk generasi muda yang lebih memilih minuman kekinian dibandingkan dengan jamu yang disediakan di Kafe ini?”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 10.03 - 10.29</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
	17	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Pak Wasis menjawab pertanyaan “ Apa harapan Anda untuk Kafe Acaraki kedepannya? ”</p>



			<p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 10.30 - 10.50</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
	18	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi: Pak Wasis menjawab pertanyaan “ Apa saran dari Kafe Acaraki untuk para Entrepreneur yang baru memulai bisnis di dunia <i>f&amp;b?</i> ”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 10.51 - 11.21</p>

			Transisi: <i>Cut</i>
ISI (Wawancara dengan pelanggan Kafe Acaraki)	<i>Part C</i> urutan ke 1	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi: Menanyakan beberapa pertanyaan kepada pelanggan (Jason dan Iwan) terkait pengalaman yang didapat di Kafe Acaraki.</p> <p>Jason dan Iwan menjawab pertanyaan: “Apa yang membuat Anda tertarik untuk mencoba jamu di Kafe Acaraki?”</p> <p>Kamera: <i>Medium Close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 11.22 - 11.35</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>



2	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi: Jason dan Iwan menjawab pertanyaan: “Menurut Anda, bagaimana perbandingan rasa jamu di Kafe Acaraki dengan tempat jamu lainnya?”</p> <p>Kamera: <i>Medium Close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Intrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 11.36 - 11.53</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>
3	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi: Jason dan Iwan menjawab pertanyaan: “Menurut Anda, bagaimana mengenai rasa, kualitas dan pengalaman yang</p>

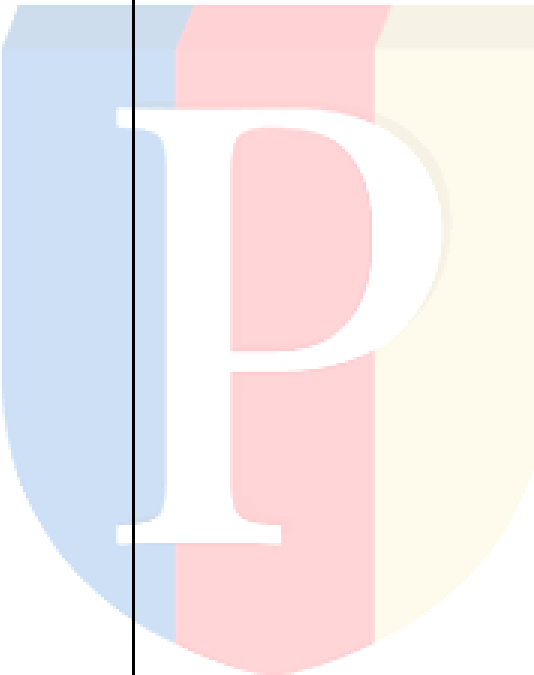
			<p>ditawarkan di Kafe Acaraki?”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 11.54 - 12.11</p> <p>Transisi: <i>Cut</i></p>
	4	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi :</p> <p>Jason dan Iwan menjawab pertanyaan: “Menurut Anda, apakah Kafe Acaraki nyaman untuk nongkrong?”</p> <p>Kamera: <i>Medium Close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental</i></p>

			<p><i>(Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 12.12 - 12.28</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
	5	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi :</p> <p>Jason dan Iwan menjawab pertanyaan: “Darimana awalnya Anda mengetahui Kafe Acaraki?”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 12.29 -12.35</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>



	<p>6</p>  <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Jason dan Iwan menjawab pertanyaan: “Apa pengalaman menarik mengenai pelayanan di Kafe Acaraki?”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 12.36 - 12.53</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
	<p>7</p>  <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Jason dan Iwan menjawab pertanyaan: “Apakah sebelumnya Anda mengetahui metode yang mereka gunakan, dan apa pendapat Anda mengenai itu?”</p>

			<p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 12.54 - 13.08</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
	8	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Jason dan Iwan menjawab pertanyaan: “Menurut Anda, penyajian di Kafe Acaraki tergolong cepat atau lambat?”</p> <p>Kamera: <i>Medium close up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 13.09 - 13.15</p>

			Transisi: <i>Cut</i>
	9	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Jason dan Iwan menjawab pertanyaan: “Apakah Anda berkeinginan untuk kembali lagi ke Kafe Acaraki?”</p> <p>Kamera: <i>Medium Close Up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over</i></p> <p>Durasi: 13.16 - 13.26</p> <p>Transisi : <i>Cut</i></p>
<i>ENDING</i>	1	 <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Menunjukkan suasana Kota Tua, suasana di Kafe Acaraki, cara pembuatan minumannya, logo Acaraki, tamu-tamu yang sedang</p>

			<p>menikmati, ruang lain di Kafe Acaraki dimana tradisi bertemu inovasi dan setiap tegukan membawa kembali kenangan akan khasiat alami, terdapat patung-patung dan hiasan tradisional mengenai jamu, terdapat pajangan batik, serta pajangan tradisional lainnya.</p> <p>Kamera: <i>Wide Shoot, Medium Close Up, Close Up</i></p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato) + Voice Over.</i></p> <p>Skrip: Ditengah kesibukan Kota Tua, Kafe Acaraki bukan hanya sekedar tempat menikmati jamu, ini adalah ruang dimana</p>
--	--	---	--

			<p>tradisi bertemu inovasi dan setiap tegukan membawa kembali kenangan akan khasiat alami. Dari menu yang kaya akan rasa, hingga suasana yang nyaman, Kafe Acaraki berkomitmen untuk tidak hanya menyajikan makanan dan minuman, tetapi, juga untuk mengedukasi dan menginspirasi. Dengan setiap cangkir jamu, mereka berharap dapat menghubungkan generasi muda dengan warisan budaya yang berharga. Sekian perjalanan kami di Kafe Acaraki, terima kasih dan sampai jumpa.</p>
--	--	---	--

			<p>Durasi: 13.27 – 14.18 (selesai)</p> <p>Transisi : <i>Cut + Fade Out</i></p>
<i>Closing</i>	2	  <p>Sumber : Dokumen Peneliti</p>	<p>Deskripsi : Ucapan terima kasih dan informasi mengenai identitas dan peran dari seluruh pihak yang terlibat dalam pembuatan video</p> <p>Kamera: -</p> <p>Audio: <i>Woodland Harmony Instrumental (Envato)</i></p> <p>Durasi: 14.19 - 14.34</p> <p>Transisi: <i>Cross Dissolve</i></p>