

## BAB III

### SKENARIO ALUR CERITA DAN TARGET AUDIENS

#### 3.1 Skenario Alur Cerita dan Target Audiens

1. **Pembukaan:** Video dimulai dengan cuplikan singkat keramaian kota Jakarta, dilanjutkan dengan pengambilan gambar dari luar Mall Grand Indonesia, kemudian bergerak ke dalam, menampilkan suasana ramai di dalam mall. Setelah itu, kamera beralih ke Café Kissa, dimulai dengan menampilkan logo Café Kissa yang terlihat jelas di mall.

Durasi: 1-2 menit

2. **Suasana Kafe:** Gambar beralih ke dalam Café Kissa, menampilkan berbagai sudut kafe mulai dari display pastry, bar, pengunjung yang menikmati hidangan, staf yang menyambut tamu, hingga detail interior.

Durasi: 1 menit

3. **Hidangan & Proses Penyajian:** Close-up pada hidangan dan minuman yang ada di Café Kissa. Staf terlihat sedang menyiapkan dan menyajikan makanan dengan plating yang menarik.

Durasi: 2-3 menit

4. **Inovasi Pemasaran - Konsep 7P:** Video kemudian menampilkan wawancara dengan marketing manager. Penjelasan tiap elemen 7P diberikan dengan visual yang relevan, misalnya saat membahas produk, ditampilkan cuplikan makanan. Untuk proses, diperlihatkan adegan persiapan makanan dan minuman.

Durasi: ± 10 menit

5. **Penutup:** Adegan terakhir menunjukkan suasana di Café Kissa pada malam hari. Video diakhiri dengan logo Café Kissa.

Durasi: 1 menit.

#### 3.2 Rancangan Pelaksanaan Observasi Lapangan

Sebelum memulai proses shooting untuk video, kami akan terlebih dahulu melakukan observasi lapangan. Langkah awal ini meliputi peninjauan langsung terhadap Café Kissa untuk mendapatkan gambaran umum tentang suasana kafe

serta mencari data sebanyak mungkin dari sumber yang kredibel. Kami juga akan melakukan riset secara online melalui Google dan media sosial seperti Instagram untuk melihat suasana kafe yang telah diulas oleh konsumen, serta membaca ulasan di Google Review. Selain itu, kami akan mencari tahu pihak-pihak yang terlibat dalam pendirian Café Kissa, termasuk salah satunya adalah co-founder Café Kissa yaitu Jacqueline Karina. Kami juga berencana untuk mendapatkan kesempatan melakukan wawancara dengan chef yang bertugas serta beberapa konsumen saat datang ke lokasi untuk pengambilan gambar. Selain itu, kami akan berupaya menghubungi pihak pemasaran, seperti marketing atau PR dari Café Kissa, guna memperoleh informasi tambahan yang relevan terkait konsep dan strategi pemasaran kafe.

Target pengambilan gambar:

- **Eksterior Mall Grand Indonesia:** Menampilkan suasana mall dari luar hingga dalam untuk menggambarkan lokasi kafe.
- **Logo Café Kissa:** Fokus pada logo untuk pembukaan adegan di dalam kafe.
- **Interior Café Kissa:** Menampilkan berbagai sudut kafe, termasuk area bar, pastry display, dan pengunjung yang sedang menikmati hidangan.
- **Proses Persiapan Makanan serta Minuman:** Close-up pembuatan makanan dan plating oleh chef. Lalu proses persiapan minuman di bar dan penyajiannya.

Aktivitas yang akan ditampilkan:

- **Interaksi Staf dan Pengunjung:** Menampilkan keramahan staf Cafe Kissa dalam menyambut pengunjung.
- **Penyajian Makanan:** Proses plating yang menarik dan pengambilan gambar close-up dari makanan khas kafe.
- **Wawancara dengan tim marketing dan pihak lain yang terlibat dengan Café Kissa:** Diskusi tentang strategi pemasaran dan inovasi kuliner yang dilakukan di Café Kissa.

Pelaksanaan observasi lapangan dan tahap produksi dilaksanakan pada:

Hari : Jumat, 22 November 2024

Durasi : 360 menit

Tempat : Cafe Kissa, Grand Indonesia Mall, East Mall, Jl. Tlk. Betung I No.45A, RT.1/RW.5, Kb. Melati, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310

Anggota :

1. Cecilia 31210023
2. Cristiano Abey Magaska 31210063
3. Timothy Rafael 31210022

### 3.3 Rundown Pelaksanaan Observasi

Berikut adalah tabel rundown pelaksanaan observasi dan pengambilan video di Café Kissa:

**Tabel 3. 1 Tabel Rundown Observasi**

Hari	Waktu	Aktivitas
Jumat, 22 November 2024	14.00-15.00	Perjalanan menuju Grand Indonesia
	15.00-16.00	Pengambilan footage suasana di dalam Mal Grand Indonesia
	16.00-17.00	Wawancara sesi pertama dengan marketing manager Cafe Kissa
	17.00-18.00	Pengambilan footage interior design Cafe Kissa
	18.00-19.00	Wawancara sesi kedua dengan marketing manager Cafe Kissa
	19.00-19.30	Pengambilan footage bar dan pastry display di Cafe Kissa
	19.30-19.50	Pengambilan gambar persiapan dan penyajian makanan kepada tamu
	19.50-20.00	Pengambilan gambar Cafe Kissa pada malam hari

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang kami gunakan adalah teknik kualitatif. Pengumpulan data kualitatif berfokus pada observasi, wawancara, dan pengumpulan informasi melalui narasi. Kami melakukan wawancara dengan pihak pemasaran, dan juga mengamati suasana di Café Kissa. Data ini bertujuan untuk memahami lebih dalam konsep, pengalaman pengunjung, serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh Café Kissa. Pertanyaan yang kami ajukan ada di matriks tabel dibawah ini serta sumber data dan data yang kami dapat:

**Tabel 3. 2 Tabel Matriks Data**

Sumber Data	Instrumen Pertanyaan	Data Yang Diperoleh
Marketing Manager Cafe Kissa (Bapak Deissen)	1. Bagaimana inovasi produk yang dihadirkan Café Kissa dapat membedakannya dari para kompetitor?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inovasi pada menu dan penyajian yang tidak dimiliki kompetitor.</li><li>• Feedback tentang keunikan dan daya tarik produk dari perspektif konsumen.</li><li>• Analisis keunggulan dan kelemahan produk Café Kissa dibandingkan dengan produk dari kompetitor seperti Union Deli dan Caffe Milano.</li></ul>
	2. Apa yang membedakan menu di Cafe Kissa dengan kompetitor lainnya?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Informasi tentang jenis menu unggulan, bahan baku yang digunakan, atau kombinasi rasa yang berbeda dari kompetitor.</li><li>• Data mengenai cara penyajian yang menarik (misalnya, plating, tema, atau inspirasi visual) dan bagaimana hal ini dibandingkan dengan kompetitor.</li></ul>

	<p>3. Bagaimana strategi penetapan harga di Café Kissa mencerminkan posisi mereka sebagai brand upscale?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informasi tentang harga menu dibandingkan dengan kompetitor dan kualitas bahan baku yang digunakan.</li> <li>● Data mengenai segmen pasar yang ditargetkan, seperti pelanggan dengan daya beli tinggi.</li> </ul>
	<p>4. Apa pertimbangan lokasi yang diambil oleh Cafe Kissa dalam pemilihan tempat di mall Grand Indonesia?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informasi tentang target pasar yang sering mengunjungi Grand Indonesia, seperti pengunjung dengan daya beli tinggi atau penggemar kuliner upscale.</li> <li>● Data mengenai seberapa mudah lokasi café dijangkau dan dilihat oleh pengunjung mall, serta faktor kenyamanan pengunjung.</li> <li>● Analisis tentang lokasi relatif terhadap kompetitor seperti Union Deli dan Caffe Milano yang ada di mall yang sama.</li> </ul>
	<p>5. Apakah ada rencana ekspansi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informasi mengenai apakah Café Kissa berencana membuka cabang baru di lokasi lain, baik di Jakarta atau kota-kota lain, untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.</li> <li>● Data tentang apakah Café Kissa berencana memperkenalkan menu baru atau layanan tambahan (seperti</li> </ul>

		delivery atau event spesial) untuk menarik pelanggan lebih luas.
	6. Bagaimana tim marketing Café Kissa memanfaatkan media sosial untuk menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi tentang jenis konten yang diposting di media sosial (misalnya, foto makanan, video behind-the-scenes, testimoni pelanggan, atau kolaborasi dengan influencer) untuk menarik perhatian pelanggan.</li> <li>• Data mengenai cara tim marketing berinteraksi dengan pengikut, seperti melalui giveaway, kuis, atau respon cepat terhadap komentar dan pesan.</li> </ul>
	7. Apakah ada jenis promosi tertentu di media sosial yang terbukti paling berhasil menarik pelanggan baru atau mengundang mereka kembali?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi tentang jenis promosi yang paling menarik perhatian, seperti diskon khusus, voucher, atau bundle deals yang ditawarkan di media sosial.</li> <li>• Data tentang seberapa banyak pelanggan yang merespons promosi tersebut, misalnya melalui peningkatan jumlah pengunjung atau engagement di media sosial.</li> </ul>
	8. Bagaimana strategi tim marketing dalam mendukung staf agar dapat menghadapi komplain atau	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi tentang jenis pelatihan atau workshop yang diberikan kepada staf untuk meningkatkan keterampilan</li> </ul>

	<p>masuk dari pelanggan dengan profesional?</p>	<p>komunikasi dan manajemen keluhan pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Data mengenai prosedur standar yang diterapkan untuk menangani komplain, seperti cara merespons keluhan dengan cepat dan solutif.</li> </ul>
	<p>9. Apakah ada pedoman atau prosedur khusus yang diberikan kepada staf dalam menangani keluhan pelanggan?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi mengenai SOP yang diterapkan dalam menangani keluhan pelanggan, seperti langkah-langkah spesifik yang harus diikuti oleh staf.</li> <li>• Data mengenai pelatihan atau panduan yang diberikan kepada staf untuk mengelola keluhan dengan cara yang profesional dan solutif.</li> </ul>
	<p>10. Bagaimana Café Kissa mengelola antrean pelanggan, terutama saat jam sibuk atau saat weekend?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi mengenai penggunaan sistem reservasi (seperti aplikasi atau telepon) untuk mengatur kedatangan pelanggan dan mengurangi antrean.</li> <li>• Data mengenai bagaimana Café Kissa mengatur kapasitas tempat duduk, seperti pembagian area atau pengaturan waktu makan untuk menghindari kepadatan.</li> </ul>
	<p>11. Apakah ada inovasi dalam proses pelayanan yang</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi tentang inovasi teknologi yang diterapkan, seperti</li> </ul>

	<p>membuat Café Kissa berbeda dari kompetitor atau brand lain dari Ismaya?</p>	<p>sistem pemesanan digital, aplikasi untuk loyalitas pelanggan, atau pembayaran cashless yang mempercepat dan mempermudah proses pelayanan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Informasi tentang bagaimana proses pelayanan di Café Kissa menciptakan pengalaman yang berbeda atau lebih personal, seperti layanan pelanggan yang lebih ramah atau penyesuaian khusus untuk kebutuhan pelanggan.</li> </ul>
	<p>12. Apakah inovasi dalam proses pelayanan ini berhasil menarik minat pelanggan baru atau meningkatkan loyalitas pelanggan yang ada?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan yang diukur melalui survei atau ulasan pelanggan, terutama terkait dengan kemudahan dan kenyamanan pelayanan.</li> <li>● Data mengenai peningkatan jumlah pelanggan baru atau frekuensi kunjungan pelanggan yang sudah ada setelah penerapan inovasi dalam pelayanan.</li> </ul>
	<p>13. Bagaimana Café Kissa menyesuaikan proses pelayanan dengan kebutuhan pelanggan yang beragam?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Data mengenai fleksibilitas dalam pengaturan tempat duduk, waktu pemesanan, atau layanan khusus untuk kelompok besar, keluarga, atau pelanggan dengan kebutuhan tertentu.</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi mengenai bagaimana staf menyesuaikan pelayanan berdasarkan preferensi pelanggan, seperti rekomendasi menu khusus atau penyesuaian makanan berdasarkan kebutuhan konsumen</li> </ul>
	<p>14. Bagaimana desain interior Café Kissa mendukung brand image yang ingin ditampilkan?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi tentang elemen desain seperti warna, furniture, pencahayaan, dan dekorasi yang mencerminkan citra brand upscale, modern, dan elegan yang ingin ditonjolkan.</li> <li>• Data mengenai bagaimana desain interior menciptakan atmosfer yang sesuai dengan tema kafe, seperti kenyamanan bagi pelanggan atau kesan mewah yang ingin diperkuat.</li> </ul>
	<p>15. Elemen apa saja yang ditonjolkan untuk menciptakan suasana yang unik di Café Kissa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elemen desain yang mengadopsi budaya Jepang, seperti penggunaan kayu, tekstil tradisional, atau dekorasi khas Jepang, untuk menciptakan nuansa yang berbeda dan memperkuat tema kafe.</li> <li>• Penggunaan musik yang sesuai dengan tema dan aroma khas yang menggambarkan konsep kafe, seperti aroma kopi</li> </ul>

		<p>segar atau teh Jepang, yang melengkapi pengalaman pelanggan.</p>
	<p>16. Seberapa penting peran desain interior dalam mempengaruhi pengalaman pelanggan di Café Kissa, menurut tim marketing?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Data tentang bagaimana desain interior meningkatkan kenyamanan pelanggan, yang dapat mempengaruhi durasi kunjungan dan tingkat kepuasan mereka.</li> <li>• Informasi mengenai peran desain interior dalam menciptakan atmosfer yang mendukung suasana yang ingin ditampilkan, seperti kenyamanan, estetika, dan nilai tambah bagi pengalaman kuliner pelanggan.</li> </ul>
	<p>17. Apa inspirasi di balik konsep upscale yang diterapkan di Café Kissa?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi mengenai pemilihan lokasi di mall premium seperti Grand Indonesia, serta bagaimana hal ini berhubungan dengan konsep upscale yang ingin diterapkan.</li> </ul>
	<p>18. Apa tantangan terbesar yang dihadapi Café Kissa saat ini, dan bagaimana cara mengatasinya?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi mengenai bagaimana Café Kissa bersaing dengan brand lain di lokasi yang sama, seperti Union Deli atau Caffe Milano, serta strategi yang digunakan untuk membedakan diri dari kompetitor.</li> </ul>
	<p>19. Bagaimana Anda melihat kontribusi Café Kissa dalam memengaruhi tren</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi mengenai inovasi menu atau konsep yang diperkenalkan oleh Café</li> </ul>

	kuliner di Indonesia?	Kissa, yang mungkin mendorong perubahan dalam preferensi kuliner atau menciptakan tren baru di pasar.
	20. Kenapa Cafe Kissa dinamakan sebagai "cafe", karena cafe identik dengan kopi dan makanan ringan, padahal di Cafe Kissa ini mereka menjual makanan berat yang cukup banyak dan beragam?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi tentang bagaimana konsep "cafe" lebih mencerminkan suasana sosial dan santai yang ingin diciptakan di Café Kissa, di mana pelanggan bisa menikmati berbagai pilihan makanan, termasuk makanan berat, dalam suasana yang nyaman dan kekinian.</li> </ul>
	21. Apa maksud dibalik tagline Cafe Kissa yang pertama yaitu "Symphony of Umami" ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi mengenai bagaimana Café Kissa ingin menonjolkan rasa umami (rasa gurih) sebagai elemen utama dalam hidangan mereka, yang mencerminkan kualitas dan kompleksitas rasa dalam setiap sajian.</li> </ul>
	22. Apa maksud dibalik tagline "Find Your IKIGAI"?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alasan Cafe Kissa menggunakan kata "IKIGAI" pada tagline mereka.</li> </ul>

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang kami gunakan melibatkan pemilihan data yang relevan untuk disajikan dalam alur cerita atau sebagai data pendukung. Setelah mengumpulkan data, kami akan melakukan analisis untuk mengaitkan temuan satu dengan temuan lainnya, serta menghubungkan temuan tersebut dengan data yang telah ada. Proses analisis ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang lebih

mendalam mengenai konsep dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Café Kissa. Dengan demikian, kami dapat menyusun narasi yang menarik dalam video *storytelling* kami, serta memastikan bahwa informasi yang disajikan akurat dan mendukung tujuan *storytelling*.

### 3.6 Penyusunan Skrip dan Storyboard



#### STORYBOARD





**PRODUK: FILM DOKUMENTER**

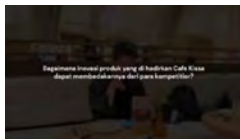


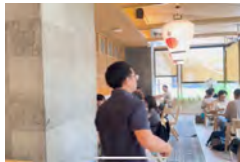
**JUDUL: BRANDING BEYOND THE PLATE**

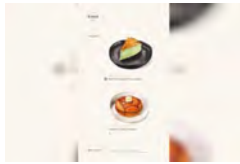



**DURASI: 15.03 MENIT**

**Tabel 3. 3 Tabel Script Video**

SCENE	SEQUENCE	VISUAL	NASKAH
1. Opening	1		<b>Deskripsi:</b> Scene menunjukkan pusat Kota Jakarta, tepatnya di Bundaran HI. <b>Kamera:</b> Bird's Eye view <b>Audio:</b> FSX (musik) <b>Durasi:</b> 00.10 <b>Transisi:</b> Cut (straight cut)
	2		<b>Deskripsi:</b> Scene menunjukkan keramaian Mal Grand Indonesia dari dalam. <b>Kamera:</b> Medium shot <b>Audio:</b> FSX (musik) <b>Durasi:</b> 00.20 <b>Transisi:</b> Cut (straight cut)

<p><b>2. Logo Cafe Kissa</b></p>	<p>1</p>		<p><b>Deskripsi:</b> Logo Cafe Kissa yg terdapat di luar Cafe Kissa  <b>Kamera:</b> Zoom in to  <b>Audio:</b> FSX (musik)  <b>Durasi:</b> 00.32  <b>Transisi:</b> Light leals</p>
<p><b>3. Footage Interior Cafe Kissa</b></p>	<p>1</p>		<p><b>Deskripsi:</b> Penampilan interior design Cafe Kissa  <b>Kamera:</b> Tracking shot  <b>Audio:</b> FSX (musik dengan tempo slow)  <b>Durasi:</b> 00.36  <b>Transisi:</b> Match cut</p>
<p><b>4. Display bar dan pastry di Cafe Kissa</b></p>	<p>1</p>		<p><b>Deskripsi:</b> Close up pada pastry dan bar di Cafe Kissa  <b>Kamera:</b> Follow up  <b>Audio:</b> FSX (musik dengan tempo slow)  <b>Durasi:</b> 00.38  <b>Transisi:</b> Cut (morph cut)</p>
<p><b>5. Perkenalan diri narasumber</b></p>	<p>1</p>		<p><b>Deskripsi:</b> Perkenalan diri Marketing Manager Cafe Kissa sebagai narasumber  <b>Kamera:</b> Medium shot  <b>Audio:</b> Direct Sound</p>

			<p><b>Durasi:</b> 00.40  <b>Transisi:</b> Cut  (straight cut)</p>
6. Sesi Interview	1		<p><b>Deskripsi:</b>  Pertanyaan yang diajukan kepada narasumber  <b>Kamera:</b>  Medium shot  <b>Audio:</b> FSX  <b>Durasi:</b> 00.45  <b>Transisi:</b> Cut  (straight cut)</p>
	2		<p><b>Deskripsi:</b>  Narasumber menjawab pertanyaan  <b>Kamera:</b>  Tracking shot  <b>Audio:</b> Direct sound  <b>Durasi:</b> 00.50  <b>Transisi:</b> Cut  (straight cut)</p>
7. Footage makanan dan minuman	1		<p><b>Deskripsi:</b>  Makanan dan minuman yang unik dari Cafe Kissa dan menjadi produk unggulan  <b>Kamera:</b> Low angle shot  <b>Audio:</b> FSX  (musik jepang dengan tempo slow)  <b>Durasi:</b> 01.30  <b>Transisi:</b> Zoom transition</p>
8. Interior design Cafe Kissa	1		<p><b>Deskripsi:</b>  Footage lanjutan dari design interiro di dalam Cafe Kissa</p>

			<p><b>Kamera:</b> Panning shot</p> <p><b>Audio:</b> FSX</p> <p><b>Durasi:</b> 02.50</p> <p><b>Transisi:</b> Cut (straight cut)</p>
<p><b>9. Menu-menu di Cafe Kissa</b></p>	1		<p><b>Deskripsi:</b> Menu di Cafe Kissa beserta harganya</p> <p><b>Kamera:</b> Medium shot</p> <p><b>Audio:</b> FSX</p> <p><b>Durasi:</b> 03.00</p> <p><b>Transisi:</b> Fade in</p>
	2		<p><b>Deskripsi:</b> Menu-menu unggulan di Cafe Kissa</p> <p><b>Kamera:</b> Medium shot</p> <p><b>Audio:</b></p> <p><b>Durasi:</b> 04.40</p> <p><b>Transisi:</b> Fade out</p>
<p><b>10. Proses penyajian minuman</b></p>	1		<p><b>Deskripsi:</b> Proses server menyajikan minuman kepada customer</p> <p><b>Kamera:</b> Close up shot</p> <p><b>Audio:</b> Jawaban narasumber</p> <p><b>Durasi:</b> 05.35</p> <p><b>Transisi:</b> Slide</p>
<p><b>11. Produk unggulan Cafe Kissa</b></p>	1		<p><b>Deskripsi:</b> Close up hidangan best seller yang kami pesan</p> <p><b>Kamera:</b> Wide shot</p> <p><b>Audio:</b> FSX</p> <p><b>Durasi:</b> 07.25</p> <p><b>Transisi:</b> Zoom out</p>

<p><b>12. Elemen yang ditonjolkan</b></p>			<p><b>Deskripsi:</b> Shot zen garden sebagai elemen yang ditonjolkan di Cafe Kissa  <b>Kamera:</b> Wide shot  <b>Audio:</b> FSX  <b>Durasi:</b> 07.55  <b>Transisi:</b> Zoom out</p>
<p><b>13. Kompetitor</b></p>			<p><b>Deskripsi:</b> Kompetitor Cafe Kissa yang berada di lokasi yang sama  <b>Kamera:</b> Wide shot  <b>Audio:</b> FSX  <b>Durasi:</b> 10.35  <b>Transisi:</b> Zoom out</p>
<p><b>14. Suasana Cafe Kissa di malam hari</b></p>			<p><b>Deskripsi:</b> Scene Cafe Kissa saat malam hari  <b>Kamera:</b> Wide shot  <b>Audio:</b> FSX  <b>Durasi:</b> 14.30  <b>Transisi:</b> Zoom out</p>
<p><b>15. Penutup</b></p>			<p><b>Deskripsi:</b> Kredit kepada pihak yang terlibat dalam pembuatan video  <b>Kamera:</b> -  <b>Audio:</b> FSX musik jepang dengan tempo rendah  <b>Durasi:</b> 14.50  <b>Transisi:</b> Zoom out</p>