

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi adalah sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan biji tanaman kopi. Kopi digolongkan ke dalam famili Rubiaceae dengan genus Coffea. Kopi hanya memiliki dua spesies yaitu Coffea arabica dan Coffea robusta. Kopi bisa digolongkan sebagai minuman psikostimulant yang akan menyebabkan orang tetap terjaga, mengurangi kelelahan, dan memberikan efek fisiologis berupa peningkatan energi.

Menurut AEKI dari www.aeki-aice.org (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia) Kopi pertama kali masuk ke Indonesia tahun 1696 dari jenis kopi Arabika. Kopi ini masuk melalui Batavia (sekarang Jakarta) yang dibawa oleh Komandan Pasukan Belanda Adrian Van Ommen dari Malabar - India, yang kemudian ditanam dan dikembangkan di tempat yang sekarang dikenal dengan Pondok Kopi -Jakarta Timur, dengan menggunakan tanah partikelir Kedaung. Sayangnya tanaman ini kemudian mati semua oleh banjir, maka tahun 1699 didatangkan lagi bibit-bibit baru, yang kemudian berkembang di sekitar Jakarta dan Jawa Barat antara lain di Priangan, dan akhirnya menyebar ke berbagai bagian dikepulauan Indonesia seperti Sumatera, Bali, Sulawesi dan Timor.

Kopi Indonesia saat ini menempati peringkat ketiga terbesar di dunia dari segi hasil produksi. Kopi di Indonesia memiliki sejarah panjang dan memiliki peranan penting bagi pertumbuhan perekonomian masyarakat di Indonesia. Indonesia diberkati dengan letak geografisnya yang sangat cocok difungsikan sebagai lahan perkebunan kopi. Letak Indonesia sangat ideal bagi iklim mikro untuk pertumbuhan dan produksi kopi.

Dunia perkopian berkembang dengan pesatnya akhir-akhir ini. Konsumen yang mulanya hanya sekedar menikmati kopi instan dan (paling-paling) kopi tubruk di rumah kini telah beranjak ke kedai kopi dan menikmati aneka kopi dari mesin *espresso*. Kedai kopi banyak dimanfaatkan sebagai tempat melepas dahaga sekaligus mencairkan pikiran. Dapat dilihat bagaimana aktivitas yang dilakukan pengunjung di kedai kopi. Jika kegiatan komunikasi yang dilakukan para pengunjung kurang menarik, maka konsumen sibuk dengan peralatan gadgetnya. Dapat disimpulkan bahwa kedai atau warung kopi menjadi sarana bertemunya sejumlah informasi yang disarikan dalam kenikmatan hidangan kopi itu sendiri. Warung kopi memang menjadi ruang publik yang bebas, dengan desain yang memiliki khas tersendiri di setiap keda kopi. Tentu dengan suasana dan fasilitas pendukung seperti adanya jaringan *Wi-Fi* serta hiburan musik, membuat kopi di tempat tersebut tidak sekedar minuman kopi. Meski begitu, kopi tetap menjadi sajian utama yang dibuat istimewa.

Kedai-kedai kopi yang marak dikunjungi oleh para kaum urban adalah kedai kopi yang berasal dari luar negeri seperti Starbucks. Starbucks adalah salah satu perusahaan yang berkembang dengan hebat saat ini, walau sebagian awal

sejarah Starbucks telah di ceritakan dalam berbagai publikasi, sedikit sekali yang menggambarkan dengan tepat bagaimana Starbucks merevolusi industri kopi – dan yang dalam proses tersebut, juga mengubah aturan-aturan konvensional dalam bidang manajemen. The Starbucks Experience menelaah kinerja dalam sebuah perusahaan yang telah mengolah suatu produk yang biasa, bahkan tak menarik, dan mengubah menjadi kesuksesan bisnis yang luar biasa.

Umumnya, di ibukota bertumbuh kedai kopi modern yang biasanya memiliki lisensi luar negeri. Tetapi di kota lainnya di Indonesia, sesungguhnya banyak kedai kopi yang berkembang secara tradisional, seperti kedai Kopi Tiam Ong di kota Medan yang telah berdiri sejak tahun 1968, kedai Kopi Tung Tau di Bangka yang telah melewati tiga generasi sejak tahun 1938, Warung Tinggi Coffee yang telah berdiri sejak tahun 1878 berada di Jakarta dan lainnya. Kedai-kedai kopi lokal ini sangat memperhatikan varietas kopi lokal yang sudah biasa dinikmati konsumen setempat.

Meminum kopi tidak hanya menjadi gaya hidup tradisional, tetapi sudah menjadi gaya hidup kaum urban (perkotaan) juga. Gaya hidup penikmat kopi saat ini tak lepas dari film-film tentang kopi yang beredar di masyarakat. Salah satu film tentang kopi yang sangat populer saat ini adalah film *Filosofi Kopi*. Film *Filosofi Kopi* merupakan arahan sutradara Angga Sasongko, cerita film ini diadaptasi dari sebuah novel berjudul *Filosofi Kopi* karya Dewi Lestari. Film ini bercerita bagaimana perjuangan Ben dan Jodi dalam mengelola sebuah kedai kopi khas Indonesia. Dalam film ini banyak bercerita tentang bagaimana proses mengelola, menikmati kopi dan memperlihatkan sisi pekerjaan seorang Barista

(Pembuat Kopi) dan penikmat kopi. Film *Filosofi Kopi* sangat berbeda dengan film-film tentang kopi yang lain, film *Filosofi Kopi* hampir semua *scene* membahas tentang kopi hal ini yang menjadi perbedaan dengan film-film lain walaupun dalam pembuatannya tak lepas dari sedikit drama-drama fiksi. Tujuan dari film *Filosofi Kopi* ini membawa misi untuk membangkitkan kesadaran tentang kekayaan dan kekuatan Indonesia dalam hal keberadaan kopinya, Segala macam kopi Indonesia hadir dan diceritakan di sini.

Menurut Fisher's pada prinsip bahwa manusia adalah makhluk pencerita. Fisher juga menjelaskan bahwa pada dasarnya manusia memiliki kebutuhan untuk bercerita kepada sesama manusia. Dia mempercayai bahwa "semua bentuk komunikasi manusia perlu dilihat dalam bentuk cerita fundamental". Dari teori diatas film *Filosofi Kopi* merupakan salah satu contoh bagaimana manusia bercerita suatu logika tentang kopi akan menjadi good reason mengenai kopi untuk diterima di masyarakat tentang nikmatnya kopi, cara pembuatannya dan membuat tren baru di masyarakat setelah melihat film *Filosofi Kopi* dalam menikmati kopi itu sendiri.

1.2 Fokus Penelitian

Dari penjabaran latar belakang diatas, maka penulis ingin memfokuskan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pesan mengenai kekayaan kopi Indonesia di dalam film *Filosofi Kopi*?

2. Bagaimana sudut pandang sutradara dan produser mengenai gaya hidup minum kopi dalam masyarakat urban?
3. Bagaimana dinamika persaingan bisnis diantara usaha lokal dan skala global dalam industri kopi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pesan mengenai kekayaan kopi Indonesia di dalam film Filosofi Kopi.
2. Sudut pandang sutradara dan produser mengenai gaya hidup minum kopi dalam masyarakat urban.
3. Mengetahui dinamika persaingan bisnis diantara usaha lokal dan skala global dalam industri kopi.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis :

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan sumbangsih berupa pengetahuan tentang keragaman kopi lokal Indonesia dan isi pesan dalam film Filosofi Kopi dalam kegiatan komunikasi secara mendalam.

1.4.2 Secara Praktik :

Memberikan pemahaman dan bimbingan mengenai peran komunikasi dan pesan dalam film Filosofi Kopi tentang perkembangan kopi lokal Indonesia pada masyarakat urban dan perkembangan bisnis kopi yang telah menjadi tren masa kini. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan referensi penelitian.

1.5 Sistematika Penulisan

1. BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

2. BAB II : Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka berisikan ulasan kepustakaan, definisi konsep, serta kerangka pemikiran yang relevan dengan rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian.

3. BAB III : Metode Penelitian

Berisi tentang pendekatan penelitian, analisis naratif paradigma, interpretasi data, observasi, dokumen dan triangulasi data

4. BAB IV : Pembahasan

Pembahasan berisikan isi dari penelitian yang menghubungkan antara teori dengan isi pesan yang ada di dalam film Filosofi Kopi.

5. BAB V : Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan dari penelitian serta saran yang diberikan untuk pembaca.