

PERANCANGAN FILM DOKUMENTER "COFFEE CULTURE INDONESIA" SEBAGAI MEDIA PENGENALAN KOPI DI INDONESIA

Sebastian Kevin Kelana¹, Arief Agung², Jacky Cahyadi³

1. Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto no. 121-131, Surabaya.
Email: kevinkelana27@gmail.com

Abstrak

Indonesia adalah negara yang sangat kaya dalam sumber daya alam, salah satunya adalah sumber daya alam kopi. Kopi di Indonesia sendiri pun telah memiliki banyak kearifan lokal yang pernah ada dalam tiap daerah dan hal itu sangat unik. Menikmati kopi selalu memiliki gaya dan ciri khas masing-masing tergantung dari budaya Indonesia mana yang sedang kita tempati. Selain itu kopi juga erat hubungannya dengan solidaritas, sosialisasi, kekompakan, dan persatuan. Akan tetapi budaya-budaya lokal ini mulai ditinggalkan, tergantikan oleh generasi muda. Hal-hal tradisional sudah mulai tidak banyak digemari oleh anak muda. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memperkenalkan dan mempopulerkan budaya "ngopi" di Indonesia. penulisan artikel untuk Jurnal Desain Komunikasi Visual

Adiwarna, silahkan email ke: adiwarna@petra.ac.id

Kata Kunci: Dokumenter, Audio Visual, Kopi.

Abstract

Title: *Coffee Culture Indonesia Documentary Film Design as Indonesian Coffee Introduction Media*

Indonesia is a country with a vast amount of natural resources, one of which is coffee. Coffee has distinctive local values in each of numerous regions in Indonesia, and that is very unique. Depend on their culture, every region has different and unique ways to enjoy coffee. Furthermore, coffee is closely connected to solidarity, socializing, togetherness, and unity. However, these values are being abandoned and replaced by younger generation. These traditional values are no longer popular among the youths. The purpose of this design is to introduce and popularize "ngopi" culture in Indonesia.

If you have any questions about writing the manuscript for Journal of Visual Communication Design Adiwarna, please send an e-mail adiwarna@petra.ac.id.

Keywords: *Documenter, Audio Visual, Coffee.*

Pendahuluan

Di zaman yang serba modern ini, masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan yang sebenarnya sudah lama ada dalam kehidupan masyarakat, yaitu minum kopi. Kopi sekarang bukan lagi sekedar minuman yang digunakan untuk menghilangkan rasa kantuk, namun sudah berubah menjadi sebuah gaya hidup baru. Tua maupun muda, laki maupun perempuan, kaya maupun miskin semua menyukai kopi. Ada yang di cafe dan banyak juga yang di warung. Awalnya, kopi identik dengan orang tua, namun belakangan kopi yang diyakini memiliki khasiat sebagai penghilang stress mulai digemari kalangan anak muda sekarang. Bahkan, tak

sebatas sebagai konsumsi, kopi juga dijadikan sebagai gaya hidup yang bercirikan dinamis.

Tanaman kopi dibawa masuk ke Indonesia pada masa colonial Belanda, yang berhasil membuat Indonesia sebagai salah satu negara penghasil kopi utama di dunia hingga kini. (Devvany, 2017, p. 153). Dari sinilah budaya kopi pertama kali masuk ke Indonesia dan menghasilkan berbagai macam kebudayaan tentang kopi. Namun akibat arus globalisasi dan kapitalisme Belanda yang di terima Indonesia, budaya kopi Indonesia hanya menjadi bagian dari keseharian dan tidak banyak apresiasi masyarakat local. Budaya kopi yang ada di Indonesia mendapatkan banyak pengaruh dari Eropa (Italia), Cina, Melayu, dan budaya local

(seperti Jawa, Sumatra, dll) baik dalam hal pengolahan maupun penyajian

Minum kopi bagi masyarakat Indonesia sudah menjadi tradisi. Beda daerah, beda lagi tradisi masyarakat dalam menyeruput kopi. (Geaffary, September 16, 2017). Dimulai dari meminum kopi yang tidak mengenal waktu karena bisa berlangsung dari pagi hingga ketemu pagi lagi disertai dengan menikmati gorengan dan obrolan hangat membuat waktu berlalu begitu cepat, kopi yang disajikan secara hangat sampai menjadi dingin karena obrolan-obrolan di tempat nongkrong, hingga kopi hanya untuk konsumsi sewaktu-waktu.

Pada dasarnya seduhan kopi khas Indonesia adalah kopi tubruk (serbuk kopi yang langsung diseduh menggunakan air panas), namun di beberapa daerah tertentu banyak pecinta kopi Indonesia yang memberikan sentuhan khas pada kopi mereka. Berbagai macam cara menyajikan kopi dari berbagai daerah dengan cara yang bermacam-macam seperti menaruh arang di kopi, meminum menggunakan lepek supaya dingin, dll. Dari zaman ke zaman kopi bukan lagi disajikan dengan cara-cara yang tradisional lagi melainkan berbagai macam kopi baru terbentuk di tangan anak-anak muda kreatif, budaya warung kopi sebagai tempat untuk ngobrol ditemani secangkir kopi ini menjadi tempat yang lebih modern, kreatif. Kedai kopi tersebut juga dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang berbeda dengan warung kopi. (Noerman, September 23, 2015)

Perlu diketahui bahwa kedua kopi tersebut merupakan dua jenis kopi yang berbeda. Hal yang paling membedakan pastinya terletak pada tempat dimana dua spesies kopi itu tumbuh, rasa, dan juga perbedaan ekonomisnya. Dari segi rasa, kopi Arabica memiliki banyak variasi rasa yang mana beragam. Rasa dari kopi tersebut dapat lembut, manis, tajam, dan juga kuat. Sedangkan untuk rasa dari kopi Robusta, ini cenderung memiliki variasi rasa yang netral. Terkadang ini juga memiliki rasa atau aroma seperti gandum. (Otten, June 9, 2014)

Dari fakta-fakta di atas, cara yang di gunakan untuk menyelesaikan masalah adalah melalui media informatif audio visual dalam bentuk dokumenter yang berisikan tentang pengenalan budaya kopi di Indonesia agar dapat menjadi suatu audio visual pembelajaran. Dokumenter dipilih dalam Media ini karena Dokumenter memperkenalkan dan mengedukasi audience dengan sangat mudah di mengerti. Media informatif tersebut akan dirancang sedemikian rupa sehingga dapat mencapai sasaran perancangan serta menyampaikan pesan secara optimal.

Metodologi Perancangan

Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan (Hermawan 2005 p.99). Data Primer didapatkan melalui wawancara. Dengan wawancara didapatkan informasi langsung dari narasumber, sehingga informasi kondisi eksisting target perancangan. lebih tepat dan terpercaya.

Data Sekunder

Metode ini adalah cara dengan mengkaji informasi melalui media- media cetak seperti Koran, *e-book*, majalah, jurnal. Ini termasuk sebagai teknik observasi tidak langsung.

Metode Pengumpulan Data

Perancangan ini penulis menggunakan metode analisis data yang bersifat kualitatif, data yang di peroleh dari penelitian pustaka dan wawancara langsung di lapangan dikumpulkan kemudian ditarik kesimpulan. Dari kesimpulan tersebut nantinya akan menentukan konsep dan gaya desain ilustrasi yang akan digunakan dan diterapkan pada perancangan ini, agar sesuai dengan sasaran perancangan.

- *What* : Apakah ada sebelumnya yang menjelaskan tentang budaya kopi di Indonesia melalui film dokumenter di Indonesia?
- *When* : Kapan pengetahuan tentang budaya kopi di Indonesia mulai berkembang?
- *Where* : Dimana saja Pengetahuan tentang budaya Indonesia ini bisa ditemukan?
- *Why* : Kenapa kopi yang dikenal hanyalah kopi tubruk, arabika dan robusta?
- *Who* : Siapa *target audience* yang tepat dan efektif agar tujuan dari perancangan ini berhasil?
- *How* : Bagaimana caranya agar budaya kopi bisa dikenal masyarakat khususnya masyarakat yang ingin belajar tentang budaya kopi di Indonesia?

Pembahasan

Pengertian Kopi

Tanaman kopi dibawa masuk ke Indonesia pada masa kolonia Belanda, yang berhasil membuat Indonesia sebagai salah satu negara penghasil kopi utama di dunia hingga kini. Di masa awal, bangsa Arab memonopoli perdagangan biji kopi. Mereka mengendalikan perdagangan lewat Mocha, sebuah kota pelabuhan yang terletak di Yaman. Saat itu Mocha menjadi satu-satunya gerbang lalu-lintas perdagangan biji kopi. Demikian strategisnya pelabuhan tersebut dalam perdagangan kopi, sampai-sampai orang Eropa menyebut kopi dengan nama Mocha.

Memasuki abad ke-17 orang-orang Eropa mulai mengembangkan perkebunan kopi sendiri. Karena iklim Eropa tidak cocok untuk tanaman kopi, mereka membudidayakan tanaman tersebut di daerah jajahannya yang tersebar di berbagai penjuru bumi. Salah satunya di Pulau Jawa yang dikembangkan oleh bangsa Belanda. Untuk masa tertentu kopi dari Jawa sempat mendominasi pasar kopi dunia. Saat itu secangkir kopi lebih populer dengan sebutan “*Cup of Java*”, secara harfiah artinya “secangkir Jawa”. (<https://jurnalbumi.com/knol/sejarah-kopi/>)

Tinjauan Tentang Film Dokumenter

Menurut Frank Beaver, film dokumenter adalah sebuah film non-fiksi. Film Dokumenter biasanya di-*shoot* di sebuah lokasi nyata, tidak menggunakan aktor dan temanya terfokus pada subyek-subyek seperti sejarah, ilmu pengetahuan, sosial atau lingkungan. Tujuan dasarnya adalah untuk memberi pencerahan, memberi informasi, pendidikan, melakukan persuasi dan memberikan wawasan tentang dunia yang kita tinggali. (*Dictionary of Film Terms*, P.119). Menurut Ira Konigsberg, film dokumenter adalah sebuah film yang berkaitan langsung dengan suatu fakta dan non-fiksi yang berusaha untuk menyampaikan kenyataan dan bukan sebuah kenyataan yang direkayasa. Film-film seperti ini peduli terhadap perilaku masyarakat, suatu tempat atau suatu aktivitas. (*The Complete Film Dictionary*, Edisi Ke-2, P.103). Menurut Louis Giannetti, tidak seperti kebanyakan film-film fiksi, dokumenter berurusan dengan fakta-fakta, seperti manusia, tempat dan peristiwa serta tidak dibuat-buat. Para pembuat film dokumenter percaya mereka ‘menciptakan’ dunia di dalam filmnya seperti apa adanya. (*Understanding Movies*, Edisi Ke-7, P. 339). Kesimpulan yang bisa ditarik dari pengertian film dokumenter adalah film yang mempresentasikan kenyataan yang menampilkan fakta-fakta yang ada pada kehidupan.

Sejarah Film Dokumenter

Berdasarkan data dari *montase. blog* yaitu sebuah bulletin cinema independen *online* sejarah film dokumenter dibagi dalam lima era, antara lain:

Era Film Bisu

Sejak awal ditemukannya sinema, para pembuat film di Amerika dan Perancis telah mencoba mendokumentasikan apa saja yang ada di sekeliling mereka dengan alat hasil temuan mereka. Seperti Lumiere Bersaudara, mereka merekam peristiwa sehari-hari yang terjadi di sekitar mereka, seperti para buruh yang meninggalkan pabrik, kereta api yang masuk stasiun, buruh bangunan yang bekerja, dan lain sebagainya. Bentuknya masih sangat sederhana (hanya: • satu shot) dan durasinya pun hanya beberapa detik saja. • Film-film ini lebih sering diistilahkan “actuality films”. Beberapa dekade kemudian sejalan dengan

penyempurnaan teknologi kamera berkembang menjadi film dokumentasi perjalanan atau ekspedisi, seperti *South* (1919) yang mengisahkan kegagalan sebuah ekspedisi ke Antartika.

Tonggak awal munculnya film dokumenter secara resmi yang banyak diakui oleh sejarawan adalah film *Nanook of the North* (1922) karya Robert Flaherty. Filmnya menggambarkan kehidupan seorang Eskimo bernama Nanook di wilayah Kutub Utara. Flaherty menghabiskan waktu hingga enam belas bulan lamanya untuk merekam aktifitas keseharian Nanook beserta istri dan putranya, seperti berburu, makan, tidur, dan sebagainya. Sukses komersial *Nanook* membawa Flaherty melakukan ekspedisi ke wilayah Samoa untuk memproduksi film dokumenter sejenis berjudul *Moana* (1926). Walau tidak sesukses *Nanook* namun melalui film inilah pertama kalinya dikenal istilah “documentary”, melalui ulasan John Grierson di surat kabar New York Sun. Oleh karena peran pentingnya bagi awal perkembangan film dokumenter, para sejarawan sering kali menobatkan Flaherty sebagai “Bapak Film Dokumenter”.

Era Menjelang dan Masa Perang Dunia

Film dokumenter berkembang semakin kompleks di era 30-an. Munculnya teknologi suara juga semakin memantapkan bentuk film dokumenter dengan teknik narasi dan iringan ilustrasi musik. Pemerintah, institusi, serta perusahaan besar mulai mendukung produksi film-film dokumenter untuk kepentingan yang beragam. Salah satu film yang paling berpengaruh adalah *Triumph of the Will* (1934) karya sineas wanita Leni Riefenstahl, yang digunakan sebagai alat propaganda Nazi. Untuk kepentingan yang sama, Riefenstahl juga memproduksi film dokumenter penting lainnya, yakni *Olympia* (1936) yang berisi dokumentasi even Olimpiade di Berlin. Melalui teknik editing dan kamera yang brilian, atlet-atlit Jerman sebagai simbol bangsa Aria diperlihatkan lebih superior ketimbang atlet-atlit negara lain. Di Amerika, era depresi besar memicu pemerintah mendukung para sineas dokumenter untuk memberikan informasi seputar latar-belakang penyebab depresi. Salah satu sineas yang menonjol adalah Pare Lorentz. Ia mengawali dengan *The Plow that Broke the Plains* (1936), dan sukses film ini membuat Lorentz kembali dipercaya memproduksi film dokumenter berpengaruh lainnya, *The River* (1937). Kesuksesan film-film tersebut membuat pemerintah Amerika serta berbagai institusi makin serius mendukung proyek film-film dokumenter. Dukungan ini kelak semakin intensif pada dekade mendatang setelah perang dunia berkecamuk.

Era Pasca Perang Dunia

Pada era setelah pasca Perang Dunia Kedua, perkembangan film dokumenter mengalami perubahan

yang cukup signifikan. Film dokumenter makin jarang diputar di teater-teater dan pihak studio pun mulai menghentikan produksinya. Semakin populernya televisi menjadikan pasar baru bagi film dokumenter. Para sineas dokumenter senior, seperti Flaherty, Vertov, serta Grierson sudah tidak lagi produktif seperti pada masanya dulu. Sineas-sineas baru mulai bermunculan dan didukung oleh kondisi dunia yang kini aman dan damai makin memudahkan film-film mereka dikenal dunia internasional. Satu tendensi yang terlihat adalah film-film dokumenter makin personal dan dengan teknologi kamera yang semakin canggih membantu mereka melakukan berbagai inovasi teknik. Tema dokumenter pun makin meluas dan lebih khusus, seperti observasi sosial, ekspedisi dan eksplorasi, liputan even penting, etnografi, seni dan budaya, dan lain sebagainya. Sineas Swedia, Arne Sucksdorff menggunakan lensa telefoto dan kamera tersembunyi untuk merekam kehidupan satwa liar dalam *The Great Adventure* (1954); Oceanografer Jacques Cousteau memproduksi beberapa seri film dokumenter kehidupan bawah laut, seperti *The Silent World* (1954); Observasi kota tampak melalui karya Frank Stauffacher, *Sausalito* (1948) serta Francis Thompson, *N.Y., N.Y.* (1957). Mengikuti gaya eksotis Flaherty, John Marshall memproduksi *The Hunters* (1956) mengambil lokasi di gurun Kalihari di Afrika. Lalu Robert Gardner memproduksi salah satu film antropologis penting, *Dead Birds* (1963) yang menggambarkan suku Dani di Indonesia dengan ritual perangnya. Di Perancis, beberapa sineas berpengaruh seperti Alan Resnais, Georges Franju, serta Chris Marker lebih terfokus pada masalah seni dan budaya. Resnais mencuat namanya setelah filmnya, *Van Gogh* (1948) meraih penghargaan di Venice dan Academy Award.

Era Direct Cinema

Pada akhir 50-an hingga pertengahan 60-an perkembangan film dokumenter mengalami perubahan besar. Dalam produksinya, sineas mulai menggunakan kamera yang lebih ringan dan mobil, jumlah kru yang sedikit, serta penolakan terhadap konsep naskah dan struktur tradisional. Mereka lebih spontan dalam merekam gambar (tanpa diatur), minim penggunaan narasi dengan membiarkan obyeknya berbicara untuk mereka sendiri (interview). Pendekatan ini dikenal dengan banyak istilah, seperti "candid" cinema, "uncontrolled" cinema, hingga *cinéma vérité* (di Perancis), namun secara umum dikenal dengan istilah Direct Cinema. Beberapa faktor yang mempengaruhi munculnya tren ini, yakni gerakan Neorealisme Italia yang menyajikan keseharian yang realistik, inovasi teknologi kamera 16mm yang lebih kecil dan ringan, inovasi perekam suara portable, serta pengisi acara televisi yang popularitasnya semakin tinggi.

Pendekatan Direct Cinema terutama banyak digunakan sineas asal Amerika, Kanada, dan Perancis.

Di Amerika, pengusung Direct Cinema yang paling berpengaruh adalah Robert Drew, seorang produser yang juga jurnalis foto. Drew membawahi beberapa sineas dokumenter berpengalaman seperti, Richard Leacock, Don Pannebaker, serta David dan Albert Maysles. Drew memproduksi film-film dokumenter yang lebih ditujukan untuk televisi, satu diantaranya yang paling berpengaruh adalah *Primary* (1960). Film ini menggambarkan kontes politik antara John Kennedy dan Hubert Humphrey di Wisconsin. Drew bersama para asistennya merekam momen demi momen secara spontan. Secara bergantian kamera mengikuti kemana pun dua politisi tersebut pergi, di tempat kerja, bertemu publik di jalanan, berpidato, dan bahkan ketika tengah bersantai di hotel. Dalam perkembangan Leacock, Pannebaker, dan Maysles meninggalkan perusahaan milik Drew dan membentuk perusahaan mereka sendiri. Beberapa diantaranya memproduksi film-film dokumenter penting, seperti *What's Happening! The Beatles in New York* (1964) arahan Maysles Bersaudara yang dianggap merupakan film dokumenter Amerika pertama tanpa penggunaan narasi sama sekali.

Era Warisan Directcinema dan Perkembangannya Hingga Kini

Direct Cinema dalam perkembangannya terbukti sebagai kekuatan yang berpengaruh sepanjang sejarah film dokumenter. Berbagai pengembangan serta inovasi teknik serta tema bermunculan dengan motif yang makin bervariasi. Salah satu bentuk variasi dari *Direct Cinema* yang paling populer adalah "rockumentaries" (dokumentasi musik rock). *Rockumentaries* memiliki bentuk serta jenis yang beragam. *Let it Be* (1970) memperlihatkan grup musik legendaris The Beatles yang tengah mempersiapkan album mereka. *Woodstock: Three Days of Peace & Music* (1970) garapan Michael Wadleigh merupakan dokumentasi dari festival musik tiga hari di sebuah lahan pertanian yang menampilkan beberapa musisi rock papan atas. Woodstock sering dianggap sebagai film dokumenter musik terbaik sepanjang masa dan menjadi dasar berpijak bagi film-film dokumentasi sejenis berikutnya. Pada dekade mendatang, *This is Spinal Tap* (1984) merupakan sebuah parodi rockumentary yang terbukti paling sukses komersil pada masanya.

Melihat dari berbagai gaya desain yang ada, dan menyesuaikan dengan bentuk media informatif yang diterima secara optimal dan aktual oleh sasaran perancangan, maka akan diterapkan gaya desain pada era menjelang masa perang dunia atau 30an. Dengan teknik narasi dan iringan musik, media akan menampilkan masalah yang dialami sasaran

perancangan dalam kehidupan sehari-hari. Media akandi kemas secara *cinematic* menggunakan narasi berdasarkan wawancara dari narasumber.

Karakteristik Media Audio Visual

Teknologi Audio visual cara untuk menghasilkan atau menyampaikan materi yaitu dengan menggunakan mesin-mesin mekanis dan elektronik untuk menyajikan pesan-pesan audio dan visual. Pengajaran melalui audio-visual jelas bercirikan pemakaian perangkat keras selama proses belajar, seperti mesin proyektor film, tape recorder, dan proyektor visual yang lebar. Karakteristik atau ciri-ciri utama teknologi media audio-visual adalah sebagai berikut:

- Mereka biasanya bersifat linier;
- Mereka biasanya menyajikan visual yang dinamis;
- Mereka digunakan dengan cara yang telah ditetapkan sebelumnya oleh perancang/pembuatnya;
- Mereka merupakan representasi fisik dari gagasan real atau gagasan abstrak;
- Mereka dikembangkan menurut prinsip psikologis behaviorisme dan kognitif;
- Umumnya mereka berorientasi kepada guru dengan tingkat pelibatan interaktif murid yang rendah.

Dari data yang didapatkan maka dapat diambil kesimpulan bahwa media audio visual merupakan media yang mempunyai unsur suara dan unsur gambar. Jenis media ini mempunyai kemampuan yang lebih baik, karena meliputi baik jenis media auditif (mendengar) dan media visual (melihat). Media audio visual dipergunakan untuk mengoptimalkan situasi belajar, dan bertujuan untuk membantu penyampaian informasi, pengetahuan, sikap, dan ide.

Media audio visual dalam bentuk film merupakan salah satu bentuk media instruksional modern. Kemampuan film melukiskan gambar hidup dan suara memiliki daya tarik tersendiri. Kedua jenis media ini pada umumnya digunakan untuk tujuan hiburan, dokumentasi, dan pendidikan. Media audio visual dapat secara lebih spesifik menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit, mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap.

Tinjauan Permasalahan

Meminum Kopi di Indonesia

Dalam konsep Budaya Kopi di Indonesia menyebutkan masyarakat yang mempunyai tradisi meminum kopi menyebabkan *LifeStyle* dan pengetahuan soal kopi tradisional, dan pada kurun waktu ini masyarakat semakin kurang mengerti apa keenakan dari kopi tradisional ini diakibatkan oleh pola pikir masyarakat modern yang berkuat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga hal-hal kecil seperti tersedianya kebutuhan

dasar dan kebutuhan sampingan yang patut disyukuri terlewatkan sebagai hal yang wajar. Hubungan masyarakat dengan Tuhan pada saat ini terbatas hanya pada hal-hal mendesak dan krusial seperti saat-saat kritis, penyakit berat, kesulitan finansial, atau bencana alam. Dengan berkurangnya interaksi antar manusia dengan Tuhan, kedekatan spiritual yang terjalin memburuk, sehingga *inner peace* dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern semakin mengilang.

Data Visual Tradisi Kopi

Tradisi yang sudah lama sekali orang lupakan. Tradisi minum kopi sendiripun mempunyai ciri khas yang dapat menumbuhkan nilai pelestarian tradisional pembuatan kopi yang selama ini kurang di mengerti oleh masyarakat yang ada karena faktor adanya kopi-kopi baru dengan pembuatan menggunakan mesin yang sangat gampang dibandingkan dengan yang tradisional.

Fenomena di Masyarakat

Dengan perkembangan zaman yang semakin berkembang. Tradisi meminum kopi yang di mulai dengan meminum hanya untuk penghilang kantuk dll, sekarang meminum kopi sudah menjadi gaya hidup di kalangan masyarakat. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan finansial, persaingan dan individualisme antar manusia meningkat, sehingga perilaku meminum kopi di cafe semakin banyak dan bisnis kopi di Indonesia semakin berkembang. Di samping dari café, warung kopi dan kopi tradisionalpun tidak kalah dengan cafe.

Pada prakteknya, masyarakat modern seringkali menjalankan kehidupan secara tidak seimbang, hal ini mengakibatkan ketidak selarasan pada kualitas hidup manusia. Oleh karena ketidak seimbangan tersebut banyak masyarakat yang tidak bahagia dengan hidupnya. Maka dari itulah konsep Budaya meminum kopi berperan di kehidupan sehari hari kita.

Target audiens

a. Demografis

- Usia: Masyarakat dengan usia 18-30 tahun
- Status Ekonomi: Menengah keatas
- Tingkat Pendidikan: Minimal SMA
- Tingkat Pekerjaan: Semua profesi

b. Geografis

Seluruh masyarakat Indonesia

c. Psikografis

Masyarakat yang berpikiran maju dan peduli akan sekitarnya mengutamakan kualitas hidup.

d. Behavioristik

- Bekerja secara aktif, diluar rumah.
- Dapat menggunakan smartphone secara optimal.

Aktif dalam sosial media.

Analisa Permasalahan

What

Apa manfaat dari media pengenalan Video Dokumenter tentang Budaya Meminum Kopi Di Indonesia? Untuk memperkenalkan budaya-budaya yang ada kepada para penikmat atau orang-orang yang ingin mengenal lebih banyak tentang kopi Indonesia.

Who

Siapa yang menjadi target audience yang menggunakan media Video Dokumentasi sebagai pembelajaran akan budaya meminum kopi? Para penikmat atau orang-orang yang ingin mengenal lebih banyak tentang kopi Indonesia.

When

Kapan video dokumentasi tentang budaya kopi di Indonesia ini akan dibuat? Setelah siding tengah, video dokumentasi ini akan dibuat dan akan di perkenalkan.

Why

Mengapa perancangan media Video dokumentasi budaya meminum kopi di Indonesia di buat dan ditayangkan? Sebagai media pengenalan dan pembelajaran tentang budaya kopi yang ada di Indonesia.

Where

Dimana perancangan media video dokumentasi budaya meminum kopi ini akan ditayangkan? Melalui media social, perkumpulan barista/penikmat kopi, café, youtube, dan instagram.

How

Bagaimana selama ini cara menjelaskan atau mengajarkan tentang ilmu kopi di masyarakat penikmat kopi? Selama ini ilmu kopi atau pembelajaran lain hanya bisa didapatkan melalui internet dan blog yang dibuat oleh penikmat kopi sendiri, kurangnya visual langsung yang memperkenalkan melalui Video Dokumenter.

Simpulan

Dari data yang diperoleh diatas, pembelajaran yang ada dalam kehidupan masyarakat modern saat ini adalah rendahnya tingkat pengetahuan yang dipicu oleh beberapa faktor yang pertama yaitu kurangnya pengetahuan akan budaya kopi, yang berpengaruh langsung pada budaya kopi di Indonesia, kedua yaitu sikap manusia yang tidak ingin mengerti yang disebabkan oleh kesibukan dan tuntutan gaya hidup modern yang menyebabkan kurangnya pengetahuan. Kemudian sasaran perancangan juga tidak menerapkan dan atau mengetahui tentang konsep budaya kopi di Indonesia yang dapat menjadi media penyelesaian dari permasalahan yang ada.

Usulan Pemecahan Masalah

Dari permasalahan yang ada maka salah satu bentuk pemecahan masalah adalah melalui media Audio Visual Informatif dengan pesan yang bertujuan untuk pembelajaran dalam masyarakat, sekaligus menginformasikan Konsep budaya meminum kopi di Indonesia sebagai salah satu sarana yang sesuai untuk mengedukasi masyarakat akan budaya kopi. Media Audio Visual dipilih dengan alasan telah secara merata dikonsumsi oleh sasaran perancangan, dan dapat secara optimal menyampaikan informasi dan mempersuasi sasaran perancangan.

KONSEP PERANCANGAN

Format Program

Media yang akan dirancang merupakan media audio visual dalam bentuk film dokumenter. Konten media akan dirancang sedemikian rupa sehingga dapat dengan optimal mempersuasi sasaran perancangan untuk pembelajaran. Selain itu media akan menginformasikan pentingnya mengetahui tentang budaya-budaya yang ada dengan aspek-aspek yang ada dalam kehidupan. Dalam media tersebut akan dijelaskan mengenai Budaya Meminum Kopi Di Indonesia yang sesuai untuk diaplikasikan dalam pengetahuan untuk pembelajaran, menampilkan fakta-fakta yang terjadi dalam budaya kopi, dan bagaimana seharusnya masyarakat mengerti dengan konsep Budaya Meminum Kopi Di Indonesia. Konten yang disajikan dirancang dengan kalimat-kalimat yang mempersuasi, sehingga mendorong sasaran perancangan untuk menerapkan konsep Budaya Meminum Kopi Di Indonesia pengetahuan mereka. Media akan di sebarakan melalui media sosial, sehingga mudah di akses oleh masyarakat yang menjadi sasaran perancangan.

Judul Program

Judul program yang dipilih adalah “Kopi Bhinneka: Secangkir Keberagaman” berdasarkan konsep yang ingin disampaikan. Hal ini dilakukan dengan tujuan supaya sasaran perancangan lebih mengetahui dan lebih sering mendengar kata ‘Budaya Meminum Kopi Di Indonesia’, sehingga memahami dan mengingat konsep ‘Budaya Meminum Kopi Di Indonesia’ menjadi lebih mudah.

Durasi

Durasi film adalah 10 menit, menyesuaikan dengan isi konten yang akan disampaikan, sekaligus mempermudah distribusi di social media, dan dapat menyita perhatian dan konsentrasi sasaran perancangan agar pesan dapat disampaikan secara optimal.

Tujuan Program

Tujuan Perancangan ini adalah untuk memperkenalkan konsep Budaya Meminum Kopi Di Indonesia kepada

masyarakat dengan tujuan media pembelajaran dalam pengetahuan yang kurang dengan aspek-aspek sekitarnya. merancang media audio visual dalam bentuk film dokumenter yang menyampaikan pentingnya konsep Budaya Meminum Kopi Di Indonesia untuk pengetahuan.

Desain Karakter

Properti

Properti yang di gunakan seperti background kedai kopi dan café.

Sinopsis/Ringkasan Cerita

Memperlihatkan keindahan budaya meminum kopi di Indonesia yang tidak di mengerti oleh orang-orang awam. Budaya yang terus berkembang dari tahun ke tahun membuat yang lama ditinggalkan. Disinilah tugas Video Dokumenter ini memperkenalkan dan memberi pelajaran baru mengenai Budaya minum kopi di Indonesia itu sendiri. Apa yang mereka minum dan keunikan-keunikan lain yang ada dalam dunia kopi.

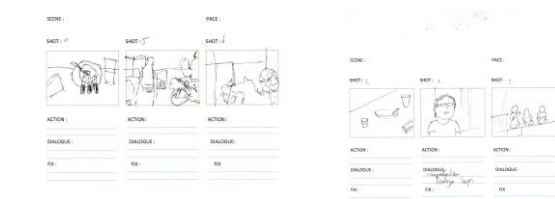
PROSES PRODUKSI

Pra Produksi

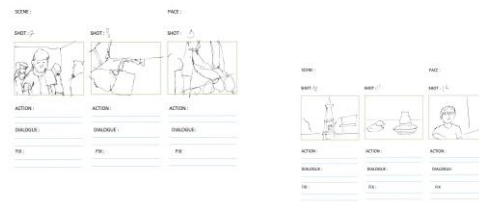
Sinopsis

Berbicara soal budaya di Indonesia tidak akan ada habisnya, apa lagi berbicara tentang kopi yang memiliki beraneka macam budaya yang ada di dalamnya dengan ketertarikan akan budaya kopi dan menceritakan apa yang dilihatnya melalui kamera, dia selalu bertanya tanya kenapa masih banyak orang yang belum mengenal tentang budaya yang ada, budaya bukan sekedar kita mengenal wayang, batik, dan lain-lain, kopi sendiri mempunyai budayanya sendiri?. Hingga akhirnya kopi sendiri hanya dari segelas cangkir kopi kita bisa mengenal satu sama lain.

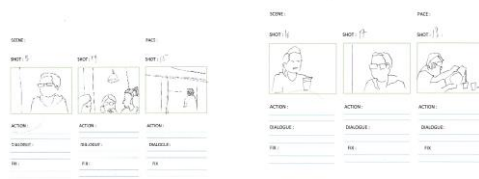
Story Board



Gambar 4.1. Storyboard



Gambar 4.2. Storyboard



Gambar 4.3. Storyboard



Gambar 4.4. Storyboard



Gambar 4.5. Storyboard

Media Pendukung

Media pendukung dalam perancangan ini terdiri dari poster konsep, poster profil diri, katalog, dan buku konsep. Penggunaan layout dengan gaya modern dan minimalis, menyesuaikan dengan trend anak muda agar sesuai dengan selera target audiens.



Gambar 4.12. Poster konsep



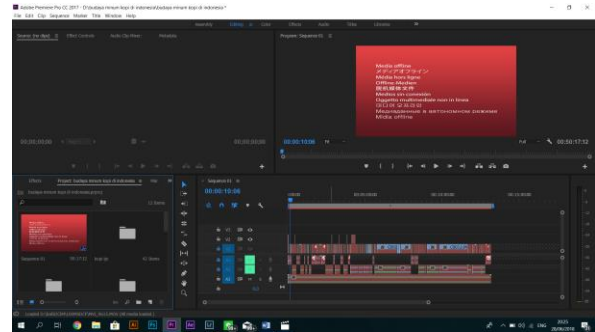
Gambar 4.13. Poster diri

Pasca Produksi

Proses pasca produksi dalam pembuatan perancangan film dokumenter pengenalan konsep "Kopi Bhinneka : Secangkir Keberagaman" kepada masyarakat modern ini melalui beberapa tahap, yaitu *editing*, *audio*, *color grading*, *formatting* dan *rendering*.

Editing

Tahap ini dilakukan dengan menggunakan software *Adobe Premiere Pro CC*. Dalam proses ini, video dan audio yang telah direkam disusun menjadi sebuah kesatuan video sesuai dengan *script*.



Gambar 4.14. Proses editing menggunakan Adobe Premiere Pro CC.

Audio

penulis merekam secara mandiri menggunakan *software Adobe Premiere Pro CC*. Sedangkan untuk Komposisi instrumental musik penulis lagu yang dipilih dibikin oleh *Ampersound*.



Gambar 4.15. Pembuatan VO dengan Adobe Premiere Pro CC.

Color Grading

Proses *color grading* dilakukan dengan menggunakan aplikasi *third-party* untuk *Adobe Premiere Pro CC* yang bernama *Film Convert* dan *Magic Bullet*. *Color Grading* yang akan dicapai adalah warna yang menjadi tren saat ini yaitu *low saturation* dan diberi filter hijau untuk dan *highlight orange* untuk memberi kesan *cinematic*. Gambar berikut ini adalah perbandingan sebelum dan sesudah *color grading*:



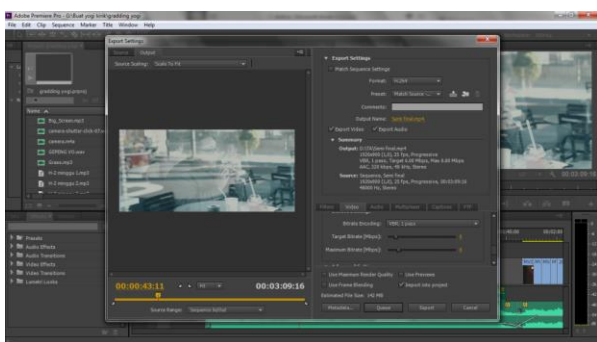
Gambar 4.16. Sebelum color grading



Gambar 4.17. Setelah color grading

Formating dan Rendering

Format untuk hasil akhir dari video perancangan ini adalah H.264, menghasilkan file video dengan extension “.mp4”. Resolusi dari video ini adalah 1920x900p. Proses rendering menggunakan Adobe Premiere Pro CC.



Gambar 4.18. Proses rendering

Hasil Final



Gambar 4.19. Hasil final



Gambar 4.20. Hasil final



Gambar 4.21. Hasil final



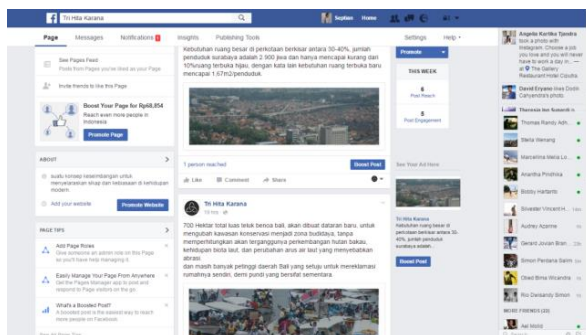
Gambar 4.22. Hasil final



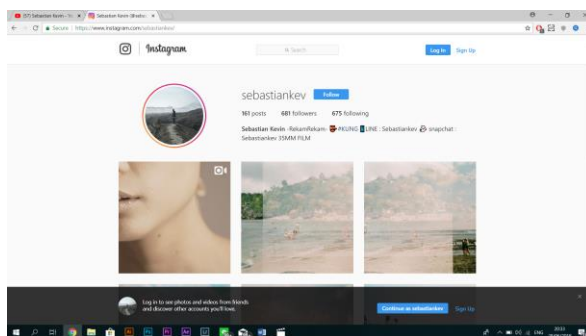
Gambar 4.23. Hasil final

Distribusi

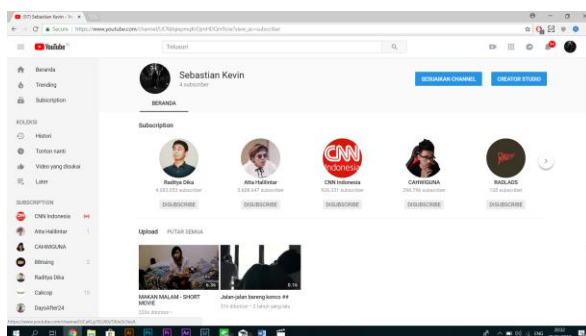
Proses distribusi dilakukan dengan mengunggah video ke akun Youtube, Facebook, dan teaser di Instagram. akun akan menggunakan akun penulis sendiri karena dapat dilihat orang banyak, video akan diunggah di tiga jejaring media, di akun facebook dan instagram akan memuat fakta fakta tentang kehidupan modern, dan penjelasan lebih rinci tentang Kopi Bhinneka : Secangkir Keberagaman.



Gambar 4.24. Distribusi facebook



Gambar 4.24. Distribusi instagram



Gambar 4.25. Distribusi youtube

Kesimpulan

Kehidupan modern memang jauh lebih maju dan berkembang, tidak ada batasan jarak dan waktu yang di tunjang dengan teknologi yang membuat masyarakat lebih mudah untuk melakukan sesuatu, tetapi jika masyarakat terhanyut dalam kehidupan modern tanpa melihat dan menggubris di sekelilingnya masyarakat yang terbentuk adalah masyarakat yang lupa akan budaya yang ada.

Memperhatikan permasalahan ini penulis ingin memperkenalkan konsep " Kopi Bhinneka : Secangkir Keberagaman " kepada masyarakat modern dengan tujuan mengenalkan budaya ngopi yang ada di Indonesia terutama pulau jawa. media yang dipilih adalah audio visual dalam bentuk film dokumenter dengan durasi 13 menit yang berisikan narasi tentang fakta fakta di budaya kopi tradisional dan pengertian konsep " Kopi Bhinneka : Secangkir Keberagaman " di dukung dengan gambar yang secara murni diambil dari lokasi lokasi yang telah ditetapkan untuk membentuk

suatu rangkaian cerita yang di kemas dalam media audiovisual.

Dari beberapa *audience* yang melihat secara langsung maupun melalui sosial media, tanggapan yang di berikan cukup bagus yang artinya pesan yang ingin di sampaikan dalam video ini sudah mencapai ke *target audience*, walaupun beberapa diantaranya masih bingung akan apa yang di maksud dengan " Kopi Bhinneka : Secangkir Keberagaman " dan bagaimana menerapkannya secara spesifik. Hal itu membuat penulis akan terus mengevaluasi dan belajar dari kesalahan sebelumnya untuk karya yang lebih baik kedepannya.

Penulis berharap perancangan film dokumenter ini dapat berdampak untuk masyarakat yang khususnya tinggal di perkotaan lebih mengenal tentang budaya yang ada dan jangan pernah melupakannya.

Daftar Referensi

Wasito, Hermawan. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992.

Noerman (2015, September 23) *Ngopi, Antara Tradisi dan Gaya Hidup*. Retrieved from <http://noermanbali.blogspot.co.id/2015/09/ngopi-antara-tradisi-dan-gaya-hidup.html>

Devvany Gumulya (2017, February 2). *Kajian Budaya Monum Kopi Indonesia*.

Kahfi Dirga Cahya (2017, October 6). *Es Kutang Dan Tren Baru Ngopi*. Retrieved from <https://lifestyle.kompas.com/read/2017/10/06/214155620/es-kutang-dan-tren-baru-ngopi>

Otten (2014, June 9). *Perbedaan Kopi Arabica Dengan Robusta*. Retrieved from <https://majalah.ottencoffee.co.id/perbedaan-kopi-arabica-robusta/>

Geaffary (2017, September 16). *Sekretariat Sobat Budaya*.

Retrieved from <file:///D:/file%20TA/web/9%20Tradisi%20Unik%20Ngopi%20di%20Indonesia%20-%20Kompas.com.html>