

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan minuman berwarna hitam gelap dengan aroma khas biasanya diseduh menggunakan air panas menggunakan air panas dan pada dasarnya memiliki rasa pahit. Minuman kopi banyak digemari hampir seluruh masyarakat dunia. Aroma dan rasa khas pada kopi seringkali membuat para penikmat kopi merasa kecanduan. Kopi memiliki rasa yang khas di tiap daerah, hal ini disebabkan oleh perbedaan cara pemrosesan kopi hingga terciptanya kopi yang berkualitas (Kadapi, 2015).

Dalam dunia perkopian, ada beberapa kopi yang sering digunakan untuk mendukung sebuah bisnis *coffee shop* dalam menjalankan bisnisnya, adapun kopi yang digunakan adalah kopi arabika dan robusta. Kopi arabika di hasilkan dari tanaman *Coffea arabica*. Tanaman ini dipercaya berasal dari daerah Ethiopia kemudian dibawa oleh pedagang Arab-Yaman. Bangsa Arab mempopulerkan ekstrak biji kopi arabika yang diseduh dengan air panas sebagai minuman penyegar (Diperpa Kabupaten Badung).

Jogja saat ini sedang berada di era Kedai Kopi yang sedang menjamur, dimana kita menginjakkan tanah tidak jauh dari tempat tersebut akan terdapat banyak Kedai Kopi. Hal tersebut menjadikan mahasiswa, pekerja, dan anak muda lainnya memfungsikan Kedai Kopi sebagai tempat nongkrong, nugas, maupun sekedar mencoba menikmati kopi yang dijual disana. Sesuai dengan data dari Komunitas Kopi Nusantara yang melakukan pendataan jumlah Kedai Kopi pada saat sebelum pandemi dan selama pandemi yang sangat signifikan, jumlah Kedai Kopi di Jogja pada pandemi 2019 mencapai lebih dari 1.700 sedangkan pada saat pandemi dan setelahnya mencapai 3.000 lebih Kedai Kopi yang beroperasi di Jogja dengan jenis Kedai Kopi yang beragam mulai dari Kedai Kopi Komersial, Kedai Kopi *Slow Bar*, dan *Co-Working*

Space, menurut Rahadi Sapta Abra selaku Ketua Panitia JFW 2022 (Jogja Coffee Week) perolehan data tersebut akan lebih tinggi jika angkringan dapat dikategorikan sebagai kedai kopi, maka jumlah keseluruhan kedai kopi di jogja mencapai 9.000, dikarenakan jumlah angkringan di jogja yang mencapai 6.000 kedai. Dilansir dari Kumparan.Com, setiap tahunnya perkembangan industri kopi di jogja akan mengalami pertumbuhan yang pesat, dilihat dari banyaknya minat dan kebutuhan kopi yang tinggi oleh masyarakat jogja. Berangkat dari Fenomena “Nongkrong” di Kedai Kopi yang terjadi dikalangan anak muda di Yogyakarta menjadi topik awal dalam pembuatan Dokumenter yang berjudul “*Unpaid Value*”.

Kopi memiliki perjalanan yang panjang, mulai dari penanaman hingga menjadi hidangan yang siap untuk dinikmati. Kebiasaan meminum kopi lekat dengan kehidupan manusia sejak berabad – abad yang lalu. Minum kopi menjadi medadak tergeser menjadi pengalaman minum kopi yang dikaitkan dengan keidupan sosial. Kedai kopi dan kafe menjadi bisnis yang besar – besaran. *Coffee shop* menjamuri kota – kota besar. Minum kopi menjelma gaya hidup yang sangat penting di kehidupan bermasyarakat. Zaman dan tradisi pun telah berubah, para kaum muda mulai gemar minum kopi sebagai media pergaulan. Fenomena pertumbuhan *coffee shop* yang semakin banyak di berbagai tempat seperti kota, desa, mall, kampus, dan berbagai tempat – tempat hiburan yang mempunyai fasilitas *wifi*, musik dan menarik bagi pengunjungnya (Mulyanto, 2012).

Melihat hal tersebut menjadi faktor mengapa berkembangnya kedai kopi di Jogja menjadi sangat menjamur, apalagi karena Jogja merupakan tempat yang dihuni oleh banyak mahasiswa. Dalam dokumenter “*Unpaid Value*” ini mengangkat sebuah fenomena dari banyaknya pelanggan kedai kopi yang menggunakan kedai tersebut untuk berbeda – beda fungsi, dan beberapa pertanyaan yang di lontarkan tentang keseharian di kedai kopi, yang jawaban mereka adalah mengenai fasilitas, harga dan suasana. Hal tersebut menyebabkan tidak ada jawaban yang menyangkutkan tentang menghargai

sebuah proses kopi dan bisnisnya, hal tersebut menjadi alasan besar terbuatnya dokumenter yang berjudul “*Unpaid Value*”.

Dokumenter “*Unpaid Value*” mengusung konsep partisipatoris, tipe dokumenter yang menekankan pada interaksi antara pembuat film dengan subjek yang berlangsung dengan memakai konsep interview yang memberikan keterlibatan langsung (Bill Nichols, 2001). Adapun tujuan dari film dokumenter “*Unpaid value*” adalah untuk memberikan informasi dan menjelaskan asal muasal juga proses dari pembuatan proses kopi yang tidak semua orang yang menikmati kopi itu sendiri mengetahui proses di dalamnya, yang dimana banyak nilai yang bisa diambil. Pemaknaan dari kata “Nilai” disini ialah usaha dan resiko yang dialami para pemeran di dalam industri perkopian ini rasakan. Itulah mengapa judul yang di ambil adalah “*Unpaid Value*” yang berarti nilai yang tidak terbayarkan.

Penulis naskah merupakan orang yang melakukan kegiatan dalam menuangkan ide atau gagasan dalam tulisan atau orang yang menulis (Nurudin, 2007). Dalam pembuatan Film Dokumenter ini penulis naskah memiliki peran dalam membuat film dari awal pengembangan ide yang dinisiasi oleh sutradara sampai menjadi bentuk cerita atau tulisan yang berawal dari pengembangan fenomena dengan melakukan teknik pengumpulan data berupa Observasi, Interview dan Dokumentasi untuk mengumpulkan informasi terkait dengan permasalahan yang diangkat, dimana dalam pembuatan film dokumenter ini penulis menggunakan teknik penulisan Narasi Ekspositoris yang memiliki fokus pada informasi terkait dengan narasumber.

1.2 Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

1.2.1. Fokus Permasalahan

Penulis naskah merupakan penulis yang memiliki kemampuan dalam menulis ataupun mengembangkan ide sehingga menjadi suatu skenario cerita yang menggunakan bentuk penulisan tertentu dari naskah ataupun bentuk

narasi. gagasan atau ide utama dari film dokumenter "*Unpaid Value*" ini yaitu menjamurnya *Coffee Shop* di Yogyakarta yang berdampak pada berubahnya pola konsumsi kopi dari konusmen, pola konsumsi tersebut memberikan dampak akan banyaknya konsumen mempertanyakan nilai dari kopi yang dilihat dari fasilitas tanpa mempertimbangkan proses panjang kopi yang lebih menunjang nilai dari kopi itu sendiri.

1.2.2. Rumusan Masalah

Bagaimana Peran Penulis Naskah dalam Film Dokumenter "*Unpaid Value*" menggambarkan dan menjelaskan mengenai fenomena pergeseran pola konsumsi kopi yang menimbulkan permasalahan mengenai kurangnya pengetahuan akan proses kopi dari hulu ke hilir menggunakan teknik storytelling "Three Act Story Structure" ?

1.3 Tujuan karya film dokumenter

Tujuan Pembuatan film dokumenter dengan judul "*Unpaid Value*" adalah memberikan informasi serta edukasi untuk masyarakat yang sering menikmati kopi agar bisa memahami proses panjang dari distribusi kopi dan meningkatkan kesadaran akan bagaimana proses panjang distribusi kopi tersebut dapat dihargai nilainya.

1.4 Manfaat karya film dokumenter

1.4.1. Manfaat Praktis

Film Dokumenter ini dapat dijadikan media informasi dan diskusi bagi masyarakat yang menikmati kopi.

1.4.2. Manfaat Akademis

Karya Film Dokumenter "*Unpaid Value*" dapat menjadi referensi untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta dalam pembuatan Film khususnya Film Dokumenter serta dapat menjadi sarana untuk mengimplementasikan ilmu yang telah diterima selama menjalani

pendidikan di Perkuliahan.

