

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Coffee Shop di Kota Malang menjadikan satu fenomena lain yang berhubungan dengan market/pasar, dimana para pembeli yang juga semakin berkembang dan beragam. Kopi dengan sedemikianrupa sangat dinamis mengikuti perkembangan zaman. Dilihat dari perspektif yang lebih modern, *ngopi* adalah bagian dari gaya hidup, budaya baru yang sangat bisa menjadi interaksi dan proses komunikasi dengan lingkungan yang baru dan signifikan terhadap motivasi khalayak untuk *nongkrong* sambil *ngopi*. *ngopi* merupakan refleksi salah satu kebutuhan utamanya, di mana selalu ada hal positif yang didapat misalnya informasi, jaringan baru, dan juga suasana kekeluargaan.

Pertama kali budaya minum kopi di Indonesia muncul dan berkembang sejak sistem tanam paksa oleh pemerintah belanda pada tahun 1830, awalnya hanya dilakukan oleh orang dewasa dan disominasi kaum pria (Djami, 2020). Sudah sejak lama minum kopi menjadi kebiasaan orang Indonesia, baik di rumah maupun di ruang public seperti di kedai-kedai kopi dan menampilkan cirikhas kultur tradisional orang-orang setempat. Hampir di setiap daerah budaya minum kopi merupakan menjadi sarana untuk melepas penat atau berinteraksi (Adji & Melinawati, 2019)

Pada awalnya berkumpul di warung kopi hanyalah sebatas aktivitas untuk mengisi waktu luang dan beristirahat. Namun perkembangannya *ngopi* menjadi sebuah gaya hidup yang terus berkembang. Berdasarkan pengamatan di lapangan, ada beberapa komunitas yang selalu berkumpul di warung kopi, dan komunitas ini selalu berkembang. Komunitas *lifestyle* tersebut telah melahirkan sebuah subkultur baru, yaitu komunitas warung kopi, seperti komunitas pemusik, komunitas organisasi mahasiswa (Ompusunggu & Djawahir, 2011)

Bagi konsumen di warung kopi, aktivitas *ngopi* sudah menjadi kebiasaan sejak lama yang diajarkan oleh orang tua, kerabat, atau atas dasar kemauan mereka sendiri. Dari sisi nilai budaya *ngopi* secara tidak sadar berpengaruh terhadap keputusan kunjungan ke warung kopi. Pengaruh budaya dapat mempengaruhi masyarakat secara tidak sadar.

Pengaruh budaya sangat alami dan otomatis, sehingga pengaruhnya terhadap perilaku sering diterima begitu saja tanpa dipikirkan terlebih dahulu (Umar,2005). *Ngopi* merupakan aktivitas konsumtif yang digemari baik secara individu maupun berkelompok. Karena aktivitas *ngopi* dapat menjadi alasan untuk berkumpul dengan teman dan rekan kerja. Sebuah aktivitas untuk melepaskan ketegangan dan kepenatan, sehingga menjadi rileks. Sebuah aktivitas untuk mengisi waktu luang (Djami, 2020)

Pada Photobook ini, yang menjadi interest utama adalah pada profil Coffe Shop yang ada di Malang, hal ini berdasarkan ketertarikan pengkarya terhadap fenomea Coffe Shop dan daya tariknya. Motivasi ini juga diperkuat dengan bagaimana respon masyarakat yang menjadikan Coffee Shop sebagai ruang berbagi, berdiskusi dan bersosialisasi. Pengkarya melihat banyak tujuan dari mengunjungi Coffe Shop akhirnya pada kebutuhan untuk berintersaksi. Begitupun juga owner dari Coffe Shop yang membuat warung kopi, kedai, cafe merupakan suatu kesenangan tersendiri untuk bisa berbagi, berkarya, bertemu orang banyak bukan sekedar tempat untuk bisnis.

Sehingga fokus dari Karya Tugas Akhir ini adalah untuk bagaimana menyajikan visual dari ragam proses interaksi, pertukaran pesan dan perkembangan sosial diberbagai Coffee Shop yang ada di Kota Malang. Foto-foto yang disajikan juga memuat *landscape* dan *ambient* Coffe Shop yang mana merepresentasikan suasana dan medium dimana titik oran-orang berkumpul yang menjadi faktor efisiensi dari terjadinya proses komunikasi yang efektif. Dengan adanya Karya Tugas Akhir ini diharapkan akan banyak lagi karya-karya yang tetap memuat pesan komunikasi, manusia dan kehidupan dalam kemasan yang lebih bagus dan dinamis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah dari Tugas Akhir Produksi Photobook dengan judul : Coffee Sphere, Ruang Berbagi, Berinteraksi dan Berdistraksi, adalah :

1. Bagaimana memvisualkan pesan kopi adalah *culture dan lifestyle* lewat foto esai ?

1.3 Tujuan Pembuatan Karya Tugas Akhir

Tujuan dari karya tugas akhir berjudul Produksi Photobook dengan judul : Coffee Sphere, Ruang Berbagi, Berinteraksi dan Berdistraksi, adalah :

1. Untuk mengetahui proses visualisasi pesan kopi adalah *culture dan lifestyle* lewat foto esai
2. Untuk mengetahui bagaimana proses produksi pembuatan Produksi Photobook dengan judul : Coffee Sphere, Ruang Berbagi, Berinteraksi dan Berdistraksi.

1.4 Manfaat Pembuatan Karya Tugas Akhir

Manfaat dari pembuatan karya tugas akhir berjudul Produksi Photobook dengan judul : Coffee Sphere, Ruang Berbagi, Berinteraksi dan Berdistraksi, adalah :

1. Sebagai media pembelajaran bagaimana memproduksi Photobook dengan tema dan terapan teori komunikasi
2. Sebagai ilmu pengetahuan bagaimana secara teknis pembuatan Karya Tugas Akhir dalam bentuk Produksi Photobook.