

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan kondisi geografisnya yang luas dan beragam. Hal tersebut menjadikan Indonesia juga memiliki hasil alam yang melimpah, salah satunya yaitu kopi. Kopi adalah tanaman perkembunan yang tumbuh di daerah tropis. Ada tiga jenis kelompok kopi yang dikenal, yaitu kopi arabika, kopi robusta dan kopi liberika. Di Indonesia sendiri kopi arabika dan robusta yang paling digemari oleh masyarakat, hal ini dikarenakan oleh berbagai faktor terutama rasanya yang unik dan didukung oleh faktor sejarah, tradisi, sosial dan kepentingan ekonomi (Ayelign, 2016:2). Bagi masyarakat Indonesia, kopi bukanlah minuman yang asing. Hal ini karena kopi telah diperkenalkan di Indonesia sejak zaman kolonial Belanda, dimana pada masa itu kopi merupakan salah satu jenis tanaman wajib dalam sistem *cultuurstelsel*. Oleh karena itu produksi kopi sudah ada sejak dahulu, salah satunya adalah di Kota Bandung. Pabrik kopi di Bandung sudah ada sejak 1920 dengan bangunan khas Belanda dan masih ada sampai saat ini.

Namun seiring berjalannya waktu, kopi legendaris itu kini kurang diminati. Salah satu diantaranya adalah kopi Javaco, kopi legendaris ini berdiri sejak 1928. Berdiri di Jalan Kebonjati nomor 69, kopi Javaco menjadi salah satu kopi yang legendaris di kota Bandung. Walaupun bangunannya sudah menjadi cagar budaya, namun kesehariannya sangat sepi pembeli yang datang sehingga terlihat seperti tutup.

Banyak anak muda di kota Bandung yang hanya mengetahui *coffee shop* zaman sekarang dan tidak mengetahui sejarah kopi legendaris di kota Bandung. Kegemaran anak muda di kota Bandung akan kopi bisa terlihat dari *coffee shop* yang ramai pengunjung. Mereka berbondong-bondong datang ke *coffee shop* untuk memesan secangkir kopi. Istilah *cafe* berasal dari bahasa Perancis, artinya adalah (minuman) kopi, tetapi kemudian menjadi tempat dimana seseorang bisa minum-minum, tidak hanya kopi, tetapi juga minuman yang lainnya. Melihat perkembangan bisnis *cafe* atau *coffee shop* saat ini, tentu ada pendahulu yang

menciptakan usaha dibidang ini. Kopi legendaris di kota Bandung seperti kopi Javaco, kopi Tjia Lie Hong, dan kopi Kapal Selam memiliki nilai sejarah yang tak ternilai dan harus dijaga oleh para pecinta kopi di kota Bandung.

Kopi legendaris adalah kopi yang berdiri sejak zaman penjajahan Belanda di kota Bandung. Tentunya kopi-kopi ini memiliki sejarah dan makna tersendiri. Kopi legendaris di kota Bandung sendiri memiliki bangunan yang tidak berubah dari zaman dahulu hingga kini. Namun di tahun 2000-an maraknya produksi kopi *sachet* atau yang bisa disebut kopi modern menjadikan kopi legendaris ini sepi peminat. Hingga saat ini pasar kopi modern semakin berkembang. Banyaknya perusahaan yang bersaing di bidang produk kopi modern dan setiap perusahaan berlomba-lomba menciptakan varian rasa yang beragam. Kopi modern diminati oleh masyarakat karena takarannya yang sudah pas (*sachet*), sehingga waktu yang dibutuhkan untuk membuat kopi menjadi semakin cepat.

Kopi legendaris di Kota Bandung kurang inovatif. Dari segi kemasannya tidak menarik bahkan beberapa kopi legendaris tidak mencantumkan label pada kemasan kopi. Menjadikan kemasan pada kopi legendaris lebih menarik sangatlah penting mengingat kemasan pada kopi-kopi modern yang beragam dan memiliki identitas. Identitas pada kemasan sangatlah penting, yaitu untuk membedakan kopi legendaris dengan kopi modern.

Banyaknya kopi modern saat ini memunculkan persaingan bagi kopi legendaris. Tidak adanya media yang menginformasikan tentang kopi legendaris di kota Bandung menjadikan potensi yang dimiliki kopi legendaris agar lebih dikenal oleh masyarakat menjadi tidak maksimal. Ada berbagai macam media yang dapat menginformasikan tentang kopi legendaris, salah satunya adalah film dokumenter.

Identitas kopi legendaris ini adalah sebuah informasi, namun tidak semua orang mengetahuinya. Hal ini terjadi karena kurangnya media yang menginformasikan kopi legendaris. Film dokumenter dapat menginformasikan identitas maupun sejarah suatu produk. Namun sampai saat ini tidak ada film dokumenter yang mengangkat tentang kopi legendaris di Kota Bandung.

Pada zaman modern ini, banyak media yang menjadi sarana informasi salah satunya adalah film. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008: 414) Film merupakan media untuk tempat gambar positif. Film juga diartikan sebagai lakon (cerita) gambar hidup. Film telah menjadi media komunikasi audio visual yang akrab dinikmati oleh segenap masyarakat dari berbagai rentang usia dan latar belakang sosial. Kekuatan dan kemampuan film dalam menjangkau banyak segmen sosial, lantas membuat para ahli bahwa film memiliki potensi untuk mempengaruhi khalayaknya. Film memberi dampak pada setiap penontonnya, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Melalui pesan yang terkandung di dalamnya, film mampu memberi pengaruh bahkan mengubah dan membentuk karakter penontonnya (Sobur, 2006:127). Film juga memiliki beberapa jenis, salah satunya adalah dokumenter.

Film dokumenter biasanya diambil di sebuah lokasi nyata, tidak menggunakan *actor* dan temanya terfokus pada subjek-subjek 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 (Beaver, 2006: 119). Hal ini mengacu pada teori-teori sebelumnya seperti, Stave Blandford, Barry Grant dan Jim Hillier, dalam buku *The Film Studies Dictionary* dinyatakan bahwa film dokumenter memiliki subjek yang berupa masyarakat, peristiwa, atau situasi yang benar-benar terjadi di dunia realita dan di luar dunia sinema. Peneliti memilih film dokumenter karena tidak adanya film dokumenter yang mengangkat tentang kopi legendaris, serta film dokumenter dianggap dapat mewakili cerita realita yang ada karena berdasarkan fakta-fakta yang ada di lapangan. Didalam pembuatan film mempunyai struktur tim inti khususnya film dokumenter terdiri dari produser, sutradara, *director of photography*.

Salah satu gaya bertutur yang menarik adalah *cinematic storytelling*, gaya bertutur ini dapat menarik perhatian anak muda di kota Bandung. *Cinematic storytelling* bisa memanipulasi emosi kita, mengungkapkan karakter dan plot tanpa sepengetahuan kita. Penempatan kamera, pencahayaan, komposisi, gerakan, dan pengeditan bergantung pada sutradara. Alat sinematik seperti kamera, tidak hanya digunakan untuk merekam adegan. Sebaliknya, mereka bertanggung jawab untuk

memajukan plot dan karakter (Jennifer, 2005:12). Namun minimnya gaya bertutur ini menjadikan informasi mengenai kopi legendaris di kota Bandung tidak banyak diketahui oleh pemuda disana.

Salah satu peran kunci dalam pembuatan film dokumenter adalah sutradara. Sutradara adalah seorang yang bertugas mengarahkan sebuah film sesuai dengan *treatment*. *Treatment* digunakan untuk mengontrol aspek-aspek seni dan drama. Pada masa yang sama, sutradara mengawal kru film dan pemeran untuk memenuhi wawasan pengarahannya. Sutradara juga berperan menginterpretasikan *treatment* menjadi sebuah visual dalam film dokumenter. Sutradara bekerja Bersama dengan para kru film dan pemeran film, diantaranya penata fotografi, penata kostum, penata kamera dan lain sebagainya. Selain itu ia juga turut terlibat dalam proses pembuatan film mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi. Tidak hanya harus mengerti soal kamera dan pencahayaan, sutradara juga harus bisa mengarahkan orang banyak bahkan berinteraksi langsung dengan para *talent* agar hasil filmnya bisa maksimal Jadi kali ini akan kami menjabarkan tugas seorang sutradara dari tahap pra-produksi hingga pasca produksi.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk merancang penyutradaraan film dokumenter dengan gaya bertutur *cinematic storytelling* yang membahas tentang kopi legendaris di Jawa Barat khususnya kota Bandung.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang didapatkan yaitu:

1. Kopi legendaris di kota Bandung kurang diminati.
2. Anak muda di kota Bandung kurang mengetahui sejarah kopi legendaris di kota Bandung.
3. Kopi legendaris di kota Bandung kalah bersaing dengan kopi modern.
4. Kopi legendaris di kota Bandung kurang inovatif.
5. Tidak adanya media yang menginformasikan tentang kopi legendaris di kota Bandung.
6. Tidak adanya film dokumenter yang mengangkat tentang kopi legendaris di kota Bandung.

7. Minimnya gaya bertutur dalam film dokumenter yang menggunakan gaya *cinematic storytelling*.
8. Pentingnya peran sutradara menginterpretasikan *treatment* menjadi sebuah visual dalam dokumenter *cinematic storytelling*.

1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup pada subbab ini terdiri dari:

1.3.1 Apa

Kopi legendaris di kota Bandung.

1.3.2 Bagaimana

Kopi legendaris di kota Bandung meredup setelah banyaknya kopi instan dan kopi *three in one* yang terjangkau dan disajikan di *cafe-cafe*, misalnya *cappuccino*, *latte*, *macchiato* dan lain sebagainya.

1.3.3 Mengapa

Kopi legendaris memiliki nilai sejarah di kota Bandung dengan bangunan khas Belanda dan telah bertahan turun temurun hingga 4 generasi, akan sangat disayangkan bila anak muda di kota Bandung tidak mengenal kopi Legendaris. Tidak mustahil kopi legendaris ini akan gulung tikar.

1.3.4 Siapa

Target audiens yang dituju pada perancangan ini adalah generasi muda dengan usia 18-24 Tahun.

1.3.5 Dimana

Perancangan film dokumenter mengenai kopi legendaris akan dilaksanakan di kota Bandung dan diinformasikan melalui sarana media online.

1.3.6 Kapan

Waktu pelaksanaan berada dalam pertengahan tahun hingga akhir tahun 2019.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang didapat dari identifikasi masalah yaitu:

1. Bagaimana mengangkat kondisi kopi legendaris di kota Bandung kedalam film dokumenter?
2. Bagaimana penyutradaraan dalam film dokumenter dengan gaya bertutur *cinematic storytelling* mengenai kopi legendaris di kota Bandung?

1.5 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan perancangan yang diharapkan yaitu:

1. Untuk memahami kondisi kopi legendaris di kota Bandung kedalam film dokumenter.
2. Untuk memahami penerapan dalam penyutradaraan film dokumenter *cinematic storytelling* mengenai kopi legendaris di kota Bandung.

1.6 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat perancangan yang diharapkan yaitu:

1.6.1 Manfaat Untuk Penulis

1. Menambah wawasan perancangan tentang penyutradaraan kopi legendaris di kota Bandung.
2. Sebagai syarat kelulusan penulis dalam masa perkuliahan dan sebagai portofolio bagi penulis.
3. Menambah pengetahuan mengenai sejarah kopi legendaris di kota Bandung.

1.6.2 Manfaat Untuk Penonton

1. Sebagai ilmu pengetahuan umum tentang kopi legendaris di Kota Bandung.
2. Sebagai sarana informasi melalui film dokumenter.

1.7 Metode Perancangan

Sebelum melakukan perancangan film dokumenter, perancang melakukan penelitian terlebih dahulu. Penelitian dilakukan dengan menerapkan tipe kualitatif dengan metode fenomenologi. Kualitatif adalah penelitian dalam dirinya sendiri

yang dapat menghasilkan segala sesuatu dengan apa yang ada di tangan (Ratna, 2016:97). Fenomenologi berasal dari kata *phainomenon* dari bahasa Yunani yang berarti gejala atau segala sesuatu yang menampakkan diri. Fenomenologi adalah studi yang mempelajari fenomena, segala hal yang muncul dalam pengalaman kita, cara kita mengalami sesuatu, dan makna yang kita miliki dalam pengalaman kita. Fokus perhatian fenomenologi tidak hanya sekedar fenomena, akan tetapi pengalaman sadar dari sudut pandang orang pertama atau yang mengalaminya secara langsung (Barnawi & Jajat Darajat, 2018:102).

1.7.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dari penelitian ini diperoleh dengan observasi dan wawancara, termasuk dengan menggunakan wawancara mendalam atau *in-depth interview*. Wawancara mendalam ini digunakan untuk memperoleh detail tentang fenomena yang diteliti (Creswell, 2014:147). Berdasarkan metode yang diambil, pengumpulan data terdiri dari:

1. Observasi

Observasi adalah teknik mendapatkan informasi yang berasal dari pengamat (observer) terhadap suatu objek maupun lingkungan, tanpa mengganggu atau mengubah pihak yang diteliti. Dalam hal ini, penulis melakukan pengamatan secara langsung kepada kopi legendaris di kota Bandung.

2. Wawancara

Observasi dan wawancara merupakan dua hal yang saling berkaitan, sehingga untuk mendapatkan data lebih lanjut, penulis menggunakan wawancara mendalam pada informan, dalam kasus ini penulis melakukan wawancara mendalam kepada pemilik kopi legendaris.

3. Studi Literatur

Studi literatur yang digunakan untuk mendapatkan data yang konkret dibagi menjadi dua yaitu pustaka dan visual. Studi pustaka didapat dengan buku, jurnal, maupun sumber online yang jelas berkaitan dengan topik maupun perancangan yang akan dibuat. Sedangkan studi visual berasal dari karya

sejenis sebagai pembandingan maupun referensi terhadap perancangan maupun topik yang diangkat.

1.7.2 Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah pengumpulan data telah lengkap, dalam analisis lah seorang peneliti dapat menemukan cara-cara yang dapat digunakan guna memecahkan masalah. Berkaitan dengan pendekatan yang diambil, yaitu fenomenologi maka peneliti menganalisis data melalui deskripsi yang dialami subjek penelitian tentang kopi legendaris.

1.7.2.1 Analisis Objek

Analisis melibatkan suatu cara berpikir. Menurut Creswell analisis merujuk pada pernyataan (hasil wawancara) tentang bagaimana orang-orang menemukan topik, rincian pernyataan-pernyataan tersebut dan perlakuan setiap pernyataan memiliki nilai yang setara (Creswell, 2014:150) Seperti pada kopi legendaris di kota Bandung yang berkaitan dengan nilai sejarah, dapat memberikan dampak yang baik bagi generasi muda untuk lebih mengenal kopi legendaris di kota Bandung.

1.7.2.2 Analisis Visual

Analisis visual merupakan cara yang digunakan untuk menjelaskan, memaknai gambar. Dalam menganalisis gambar, perancang harus mengerti tentang apa yang dijelaskan dan dibahas dalam analisis visual. Perancang mencari karya sejenis yang akan dibuat nantinya sehingga perancang dapat menentukan konsep dari film yang akan dibuat. Perancang menganalisis karya sejenis berdasarkan beberapa atau satu aspek sehingga perancang menemukan titik tengah untuk menjadikan hasil analisis tersebut menjadi konsep (Widiatmoko, 2013:49).

1.7.3 Sistematika Perancangan

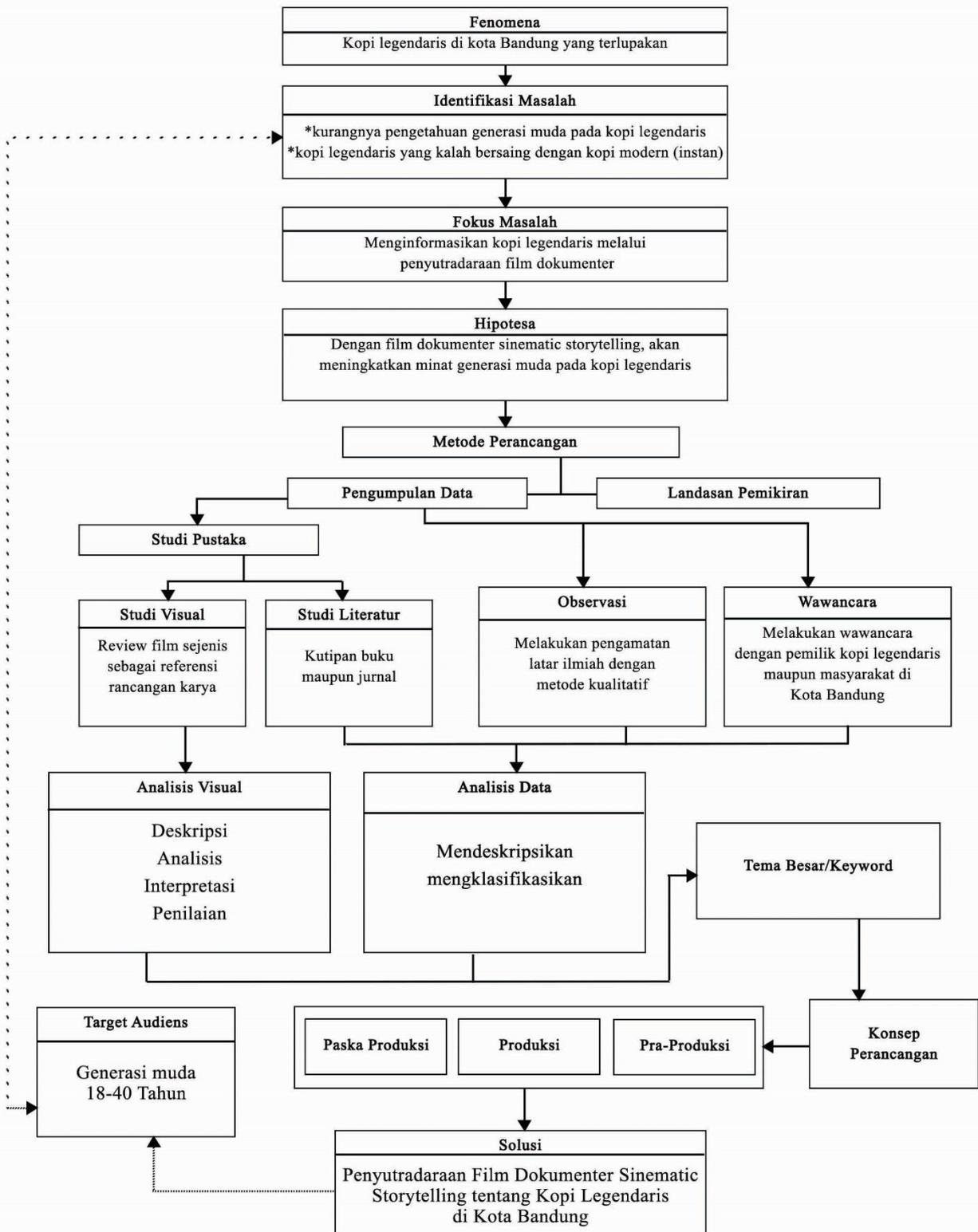
Setelah mendapatkan data dan menganalisis data, tahap selanjutnya adalah perancangan. Adapun sistematika perancangan pada film dokumenter mengenai kopi legendaris mencakup pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Dalam

perancangan, penulis berperan sebagai Sutradara, sehingga sistematika perancangan film dokumenter disesuaikan dengan *jobdesk* penulis.

Pada pra-produksi, sutradara menginterpretasi treatment. Dalam hal ini Sutradara melakukan Analisa treatment yang menyangkut isi cerita dan semua hal yang berhubungan dengan estetika dan tujuan artistik dalam film tersebut. Sutradara juga bertanggungjawab atas pemilihan kru, hunting lokasi, hingga final pra-produksi. Dalam tahap produksi, Sutradara memberi arahan kepada setiap kru, dan mengambil keputusan cepat jika ada persoalan di lapangan. Pasca-produksi sutradara melihat hasil editing dan mendiskusikannya, selain itu juga melakukan evaluasi sound dan koreksi warna.

1.3 Kerangka Perancangan

Bagan 1.1 Skema Kerangka Perancangan



(Sumber: Data Pribadi, 2019)

1.9 Pembabakan

Pembabakan dalam karya tulis perancangan ini terbagi atas 5, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan diuraikan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika karya ilmiah penelitian.

BAB II: LANDASAN PEMIKIRAN

Bab Landasan Pemikiran berisi tentang landasan teori atau dasar pemikiran yang sebagai pijakan untuk menganalisis atau menguraikan permasalahan yang diteliti.

BAB III: URAIAN DATA HASIL SURVEY DAN ANALISIS

Bab ini berisikan mengenai data dan analisis masalah berisi data yang berkaitan dengan perancangan dan analisa data.

BAB IV: STRATEGI KREATIF

Konsep dan hasil dari perancangan mengungkapkan konsep dari perancangan hingga hasil akhir.

BAB V: PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran.