

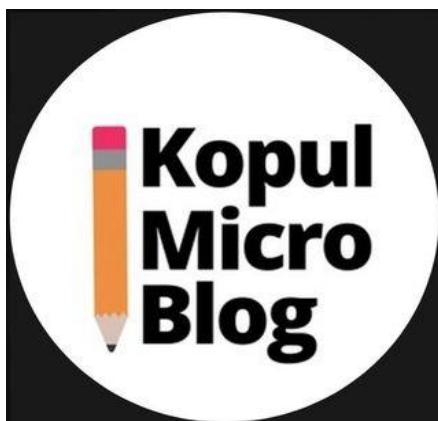
PENDAHULUAN

Perkembangan media baru (*new media*) yang didasari oleh perkembangan teknologi digital saat ini sangatlah pesat. Media sosial adalah tergolong media baru tersebut (Ahmadi, 2020). Saat ini dapat dikatakan bahwa mayoritas orang sudah dapat memanfaatkan media sosial untuk menjalin komunikasi dengan orang lain. Perkembangan teknologi digital membawa perubahan yang sangat cepat, yang dulu orang menggunakan media seperti koran, televisi atau radio, saat ini masyarakat banyak menggunakan media sosial berupa Facebook, Twitter, Youtube, Instagram dan lain sebagainya (Wibowo, 2018). Media sosial banyak menawarkan kemudahan yang membuat orang terutama remaja sangat menyukai dan memanfaatkannya, karena media ini memberikan kemudahan dan jangkauan komunikasi yang luas, cepat, sehingga menjangkau komunikasi dengan banyak orang dimana saja (Ahmadi, 2020; Indrawan & Ilmar, 2018).

Salah satu media sosial yang sedang *trend* saat ini adalah Instagram (Cania & Heryani, 2020; Salafudin, 2019) Berdasarkan data hasil riset pada bulan Januari 2021 dari sebuah perusahaan bernama *We Are Social* bahwa media Instagram sudah berada pada peringkat 3 dengan persentase 86.6% sebagai media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan usia 16 tahun sampai dengan 64 tahun. Peringkat pertama masih ditempati oleh Youtube dengan presentasi 93.8%, kemudian disusul oleh *WhatsApp* yang berada di peringkat 2 dengan persentase pengguna 87.7%. Instagram saat ini tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi dan *sharing moment* saja namun juga digunakan sebagai media untuk media *branding*, promosi, dan penyebaran edukasi yang disajikan dalam bentuk foto, *design*, pesan tertulis dan visual (Kurnianto, 2020). Salah satu jenis usaha yang memanfaatkan instagram sebagai media sarana branding dan edukasi adalah *coffee shop*, contohnya adalah Kopi Pulang *coffee shop* yang ada di kota Palembang .

Kopi Pulang *coffee shop* didirikan pada tahun 2015 yang berada pada lokasi mudah terjangkau yang berada di jalan utama Kota Palembang, tepatnya di Jalan Jendral Sudirman No.480/2166, Kelurahan Sekip Jaya, Kecamatan Ilir Timur I, Kota Palembang. *Coffee shop* ini cukup terkenal di Kota Palembang sebab dua harian ternama di Kota Palembang yaitu Sumatera Ekspres dan Tribun News telah mengulas keberadaan *coffee shop* ini. Situs wisata jejakpiknik.com dan travelyuk.com juga telah merekomendasikan wisatawan untuk berkunjung ke *coffee shop* ini bila berada di Kota Palembang.

Harian Sumatera Ekspres pada tanggal 23 Juli 2021 telah mengulas keberadaan kafe ini, dengan judul: Kopi Pulang, Ramah bagi Bukan Perokok. Menurut harian ini Kopi Pulang adalah salah satu kedai kopi yang nyaman dan berkonsep *no smoking*, dan menu yang ditawarkan Kopi Pulang bervariasi. Kafe ini menawarkan varian kopi hitam yaitu V60. Tersedia juga suatu ciri khasnya yaitu Es Kopi pulang dan Cappucino. Kafe ini juga menyediakan makanan ringan seperti pisang goreng, varian singkong, tape, dan minuman teh dan coklat. Harga yng dipatok berkisar antara Rp 20.000,- s.d. Rp. 40.000,-. Harian Tribun News tertanggal 16 Agustus 2020 telah mengulas *coffee shop* ini, dengan judul: Empat Rekomendasi Tempat Ngopi di Palembang, Cocok untuk Menikmati Waktu Luang Setelah Beraktivitas (<https://palembang.tribunnews.com/2020/08/26/empat-rekomendasi-tempat-ngopi-di-palembang-cocok-untuk-menikmati-waktu-luang-setelah-beraktivi-tas>). Menurut harian ini, meskipun Kopi Pulang berlokasi di pinggir jalan protokol, namun pengunjung akan merasakan ketenangan, suasana hening dan sambutan hangat para Barista.



Sumber: akun instagram @tempatpulang (2022)

Gambar 1. Halaman depan *microblog* milik Kopi Pulang coffee shop.

Kopi Pulang menggunakan instagram sebagai media untuk mengedukasi atau memberikan informasi seputar kopi dalam bentuk konten visual *microblog* pada postingannya di @tempatpulang. Halaman depan *microblog* tersebut seperti nampak pada Gambar 1. Kopi Pulang memberikan edukasi (kognisi) tentang pola minum kopi yang sehat kepada para followersnya melalui konten *microblog* yang merupakan sebuah kombinasi antara *blogging* dan pesan instan yang memungkinkan pengguna membuat pesan singkat dan dapat menyertakan GIF, gambar, video, audio, *hyperlink* dan infografis. Sebagai media komunikasi, *microblog* dapat berfungsi sebagai media promosi, media komunikasi dakwah, media komunikasi kesehatan, media pengembangan diri, media edukasi, dan lain-lain (Afifah, 2020; Dewi, Indahwati, & Febrianti, 2021; Kolmykova, Gavrilovskaya, Barsukova, & Kozlovskaya, 2021).

Proses seseorang dalam berfikir adalah suatu proses kognisi. Kognisi dapat dikatakan juga sebagai kemampuan seseorang dalam mempertimbangkan dan mencari solusi terhadap suatu kejadian atau masalah yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari (Haryadi & Aripin, 2015; Ahmad, 2018). Kognisi ini adalah suatu potensi seseorang dalam memahami suatu kejadian yang dihadapinya. Suatu tindakan edukasi yang dilakukan dalam rangka menambah wawasan atau pengetahuan juga merupakan suatu tindakan kognisi. Kemampuan kognisi seseorang harus dilatih dan diasah, juga motivasinya harus ditingkatkan agar mempunyai kemampuan yang maksimal dalam peningkatan performanya (Sujiono, 2013; Yusron, 2020). Mengkognisi masyarakat tentang pola minum kopi yang sehat dapat diartikan sebagai megedukasi masyarakat melalui suatu proses berfikir agar dapat memahami pola minum kopi yang sehat.

Menarik untuk diteliti bagaimanakah konten pada *microblog* @tempatpulang mengkognisi masyarakat tentang pola minum kopi yang sehat. Pola minum kopi yang sehat adalah pola minum kopi yang baik dan benar agar dapat mengurangi risiko penyakit dan sebaliknya justru dapat menambah kesehatan bagi tubuh kita. Pola minum kopi yang sehat dapat terdiri atas 6 indikator, yaitu: pemilihan dan pemrosesan biji kopi yang tepat, metoda pembuatan minuman kopi yang tepat, takaran wajar minum kopi, waktu minum kopi yang tepat, campuran minuman kopi yang tepat, dan temperatur air kopi yang tepat (Hasby, Armayuda, & Haq, 2020; Maulidan & Alam, 2018; Welkriana, Halimah, & Putra, 2017).

Metoda penelitian yang digunakan adalah metoda analisis konten dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Analisis terhadap dokumen yang dilakukan oleh metoda ini dapat menemukan suatu pesan yang nampak maupun tersembunyi pada dokumen tersebut yang berkaitan dengan proses, konteks, dan makna yang terkandung di dalam dokumen yang diteliti (Afifah, 2020). Penelitian terdahulu yang terkait dengan pola minuman kopi yang sehat diantaranya adalah: Strategi untuk konten edukasi pola minum kopi yang sehat (Hasby et al., 2020), Insomnia dan kecemasan pada masyarakat yang mengkonsumsi kopi (Maulidan & Alam, 2018), dan Pengaruh frekuensi minum kopi terhadap kadar asam urat darah (Welkriana et al., 2017). Penelitian ini khusus tentang pemanfaatan *microblog* pada akun instagram @tempatpulang sebagai media komunikasi untuk mengedukasi masyarakat tentang pola minum

kopi yang sehat. Dengan demikian penelitian ini belum pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berarti bagi pengelola Kopi Pulang *coffe shop* untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas konten instagramnya terkait dengan pola minum kopi yang sehat yang akan sangat bermanfaat bagi masyarakat.