

BAB II

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Industri Perfileman Indonesia

Film sebagai media komunikasi massa hingga kini masih bertahan di tengah perkembangan *new media* yang kian marak dalam berbagai aspek. Film dipandang dalam berbagai perspektif yang berbeda baik sebagai seni, media edukasi, dan industri media massa. Saat ini industri perfileman Indonesia menjadi amat penting mengingat peran film dengan karya kreatif dapat mencerdaskan anak bangsa, khususnya film sebagai “pembentuk dan konstruksi budaya”. Pentingnya film bagi perjalanan bangsa dituangkan dalam Undang-Undang Nomor 33 tahun 2009 No.3 yang mengatakan bahwa film dalam era globalisasi dapat menjadi alat penetrasi kebudayaan sehingga perlu dijaga dari pengaruh negatif yang tidak sesuai dengan ideologi Pancasila dan jati diri bangsa Indonesia (Undang-Undang Nomor 33 tahun 2009 tentang Perfilman).

Dunia perfilman menjadi salah satu industri terbesar dimuka bumi ini. Dimana industri film merupakan salah satu industri yang tidak ada habisnya terutama di Indonesia. Sejarah dimulainya perfileman Indonesia diawali dari pembuatan film cerita di Hindia Belanda pada tahun 1926 yang dipelopori oleh Heuveldrop dan Kruger yang membentuk perusahaan bernama Java Flim Company dengan film bisu pertama yang berjudul Loetorng Kasaroeng. Munculnya flim Terang Boelan setelah masa kemerdekaan membuat hijrahnya orang panggung ke studio film dan membuat

makin populernya gedung bioskop bagi orang pribumi. Pada masa itu film-film Indonesia penuh dengan tema-tema film sandiwara. Peristiwa Gestapu/PKI berdampak pada jatuhnya perfileman bioskop di Indonesia. Setelah berhasil ditumpas pada tahun 1996 pemerintah mengeluarkan kebijakan untuk membuka pintu selebar-lebarnya terhadap film impor/*Hollywood* dengan tujuan menghidupkan kembali bioskop yang sudah lama tutup. Pada saat itu perfileman Indonesia tidak mampu bersaing dengan film-film *Hollywood* dikarenakan beberapa kebijakan dalam pembuatan film yang harus dibuat dengan teknik hitam putih, dan tema-tema cerita-cerita yang masih belum bebas. Pada tahun itu perfileman bioskop Indonesia dipenuhi dengan film-film *Hollywood* bergendre seks dan kekerasan seperti James Bond dll. (Said, 1982:79).

Tahun 1970 muncul desakan kepada pemerintah dari industri perfilman agar sensor terhadap film Indonesia dilonggarkan seperti perlakuan pada film-film impor yang akhirnya memunculkan film berwarna. Di Era 2000-an paska reformasi sampai sekarang dianggap sebagai momentum awal kebangkitan perfilman nasional. Dalam bukunya Ariel Heryanto mengatakan momen ini ditandai melalui film *Ada Apa Dengan Cinta?* dimana surat kabar *The Guardian* yang terbit di Inggris melaporkan film ini telah melampau pendapatan dua film paling sukses Hollywood yang pernah tayang di Indonesia yaitu *Lord Of The Rings* dan *Titanic* (Heryanto, 2015:16).

Dibutuhkan waktu yang tidaklah sebentar bagi industri perfilman Indonesia untuk mulai bangkit dalam persaingannya dengan film impor/*Hollywood* yang

sebelumnya merajai film-film bioskop Indonesia. Selain permasalahan terhadap persaingan dengan film impor/*Hollywood*, kenyataannya bahwa tidak semua film laku dipasaran jika tidak mengikuti arus atau selera yang disukai penonton yang sebelumnya didominasi oleh film horor. Hal ini merupakan dilema bagi para pelaku industri film yang dimana dalam industri media massa, film merupakan industri budaya yang bergerak dalam logika bisnis yang tidak dapat dilepaskan dari ekonomi media. Ekonomi media akan menggerakkan bisnis film dengan perhitungan profit yang sering kali mengabaikan peran dan posisi film dalam kehidupan bangsa Indonesia.

Namun semakin kesini antusiasme masyarakat Indonesia untuk menonton film dalam negeri yang mengalami perkembangan semakin tinggi menjadi sinyal positif bagi perkembangan industri film tanah air. Dari sisi tema, film bioskop Indonesia juga semakin majemuk. Para produser dan sutradara semakin berani dalam melahirkan sebuah karya kedalam gendre-gendre baru *action*, *comedy*, petualangan, drama, religi, sejarah, biografi bahkan fiksi. Menurut pengamat komunikasi budaya, Idy Subandy menilai bahwa “Indonesia sekarang semakin majemuk dan menggambarkan identitas Indonesia kekinian, runtuhnya orde baru memunculkan euphoria berekspresi yang tercermin dari munculnya ribuan penerbitan baru, novel, music, dan juga film dengan beragam topik” (Kompas.com, Wajah Film Kian Majemuk pada tanggal 16 Juli 2018 diakses pada 21 Agustus 2018).

Film bioskop Indonesia berhasil membangkitkan gairah penonton yang berdampak kepada tren. Banyaknya aspek yang dapat disajikan dalam sebuah film seperti; alur cerita, karakter tokoh atau pemain, gaya bahasa, kostum, ilustrasi musik, dan setting membuat film sebagai produk budaya massa turut andil dalam mengenalkan/mengembangkan suatu produk/budaya menjadi semakin populer.

Ditahun 2008 film Laskar Pelangi sukses membuat penonton terpukau. film ini justru banyak orang yang mengunjungi Pulau Belitung setelah menonton film tersebut, bahkan bangunan sekolah dasar yang menjadi salah satu lokasi utama pengambilan gambar, telah menjadi objek wisata yang populer di Belitung (Karni, 2008:232). Pada tahun 2012 Film 5 Cm diadaptasi dari novel membuat tren pendakian gunung menjadi lebih tinggi. Terutama di kalangan anak-anak muda, yang berambisi untuk menaklukkan gunung Sumeru (Kompas.com, Antisipasi Dampak Film 5 Cm PPA DIY Gelar Latihan Navigasi, 14 Febuari 2013 diakses pada 7 October 2018). Tentu saja hal ini sangat berdampak baik terhadap pariwisata daerah tersebut. Latar tempat yang dipakai dalam suatu film tentu saja dapat memberikan dampak positif bagi pengetahuan para penikmat film. Terlebih lagi latar tempat yang menyajikan keindahan alam sehingga menarik minat para penonton untuk berkunjung langsung dan melihat tempat-tempat yang pernah dijadikan tempat pengambilan gambar dalam suatu film.

Trend menonton film pada masyarakat saat ini merupakan salah satu tolak ukur bahwa dunia film sangat dekat dengan kehidupan. Pengaruh film dalam

memberikan dorongan besar sekali terhadap jiwa manusia untuk mengikutinya. Penonton tidak hanya terpengaruh sewaktu atau selama duduk di dalam gedung bioskop saja, tetapi terus sampai waktu yang cukup lama. Menurut Effendy anak-anak dan remaja sangat mudah terpengaruh oleh film karena sebagian besar remaja cenderung meluangkan waktunya untuk menonton film pada waktu renggang (Effendy, 2003: 208).

B. Budaya Minum Kopi

Budaya secara luas merupakan suatu kebiasaan atau ritual dan gaya hidup yang mengatur dan menentukan hubungan sosial kita berdasarkan kehidupan sehari-hari. Di Indonesia tradisi minum kopi merupakan salah satu bentuk dari budaya itu sendiri. Dimana kopi sudah merupakan jenis minuman yang hampir menjadi kebutuhan masyarakat. Baik untuk menghilangkan rasa kantuk bahkan sampai ada beberapa orang yang merasakan pusing dan tidak enak badan jika mereka tidak bisa meminum setidaknya secangkir kopi sehari. Budaya meminum kopi telah begitu kuat mengakar di Indonesia dan menjadi gaya hidup.

Perkembangan globalisasi mengalami kemajuan yang pesat mengantarkan kita pada perubahan diberbagai aspek. Salah satunya dengan kehadiran media massa khususnya film yang membawa dampak yang cukup besar. Film membawa berbagai kandungan informasi, pesan-pesan yang dalam kecepatan tinggi menyebar ke seluruh pelosok dunia mengakibatkan luruhnya nilai-nilai budaya lokal yang kemudian

diganti dengan budaya baru/modern. Menurut Piliang dalam Solikatun, dkk globalisasi merupakan proses meluasnya pengaruh kapitalisme dan sistem demokrasi liberal yang menggiring ke arah hegemoni budaya yang menyebabkan setiap tempat menjadi sama, baik bentuk arsitektur, fashion, gadget, dan lain-lain (Solikatun,dkk 2015 : 2). Pengaruh globalisasi menyebabkan industrialisasi yang menawarkan hal-hal serba instan menjadikan masyarakat berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini telah menjadi bagian dari gaya hidup dalam kehidupan masyarakat sekarang ini. Salah satunya adalah perilaku konsumsi peminum kopi yang berkaitan dengan budaya masyarakat. Minum kopi bukan hanya sekedar tuntutan selera, melainkan bagi sebagian masyarakat perkotaan sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Dalam budaya minum kopi pada kenyataannya telah mengalami pergeseran.

Pergeseran budaya ngopi ini terletak pada tempat dimana generasi muda nongkrong/menikmati kopi disebuah café dengan berbagai macam *desing interior* yang menarik. Berbeda dengan dulunya hanya dinikmati disebuah warung-warung kecil yang didominasi oleh kalangan tua. Pergeseran ini juga menyebabkan perbedaan cara penyajian terhadap kopi dengan hadirnya teknologi-teknologi canggih memunculkan metode-metode baru pada proses pengilingan dan penyajian kopi. Pergeseran ini tentu saja menyebabkan mnculnya profesi baru yang bergelut dengan kopi yang sedang dianggap keren sekarang ini seperti peracik kopi (barista) Roaster dan Q Graider.

Kopi adalah minuman hasil seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk yang merupakan salah satu komoditas di dunia yang dibudidayakan lebih dari 50 negara. Indonesia sendiri dikenal sebagai negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia, sekaligus pengeksport kopi robusta terbesar kedua di dunia (<http://www.aeki-aice.org/> diakses pada tanggal 4 September 2018).

Kopi pada saat sekarang ini menjadi populer dan banyak digandrungi oleh anak muda yang menjadikan budaya minum kopi menjadi *trend* baru atau gaya hidup masyarakat modern di Indonesia saat ini. Bukti dari populernya kopi menyebabkan munculnya celotehan-celotehan yang menjadi viral diberbagai media *social*. Salah satunya celotehan “Woi, udah pada ngopi belum? Diem-diem bae, ngopi ngapa ngopi,” ini. Semenjak diunggah di *Instagram* muncul tagar *#Ngopiapangopi* yang berisi video *remake* oleh anak-anak, bahkan orang-orang dewasa (okezone.com, Viral Celoteh 'Ngopi Apa Ngopi', Artis pun Ikutan Remake, 24 Januari 2018 diakses 22 Mei 2018). Menjamurnya café di beberapa wilayah kota besar di Indonesia, juga mengindikasikan bahwa keberadaan kopi di Indonesia kian tengah populer. Transformasi budaya minum kopi menyebabkan minum kopi tidak lagi identik dengan orang tua dan warung kopinya namun bergeser menjadi anak muda dan café. Menurut Gardjito & Rahardian selain menjamurnya café di beberapa wilayah dan munculnya beberapa istilah-istilah/celotehan mengenai kopi membuktikan bahwa kopi telah menjadi *lifestyle* masyarakat modern (Gardjito & Rahardian, 2016:13).

Café menjadi salah satu indikasi sangat penting dalam transformasi budaya minum kopi ini. Café-café yang bermunculan mulai menawarkan konsep/interior agar terlihat lebih menarik dan membuat *café* menjadi tempat yang nyaman. Hal ini membuat sebagian orang memilih café untuk melakukan aktifitas kerja mereka dengan menggunakan laptop, *smartphone*, bahkan untuk pertemuan *meeting* kantor. Menurut Syukri fenomena ini semakin mempertegas pergeseran makna ngopi. Bahwa kenyataanya fungsi café mulai bergeser, dari sekedar sebuah tempat minum kopi menjadi ruang multi fungsi (Syukri, 2014:1).

Dahulunya kopi hanya diseduh secara tradisional namun sekarang ini penyeduhan untuk secangkir kopi mengalami perkembangan yang begitu besar. Dimana saat ini peralatan seduh kopi yang banyak menawarkan cara penyeduhan berbasis teknologi. Tongo mengatakan bahwa hal inilah yang membuat kopi kian menjadi tren. Selain menawarkan suasana yang nyaman, pergeseran sejumlah café tampaknya terbudaya untuk mengikuti pola penyeduhan yang berbasis teknologi, penggunaan mesin *expresso* misalnya telah menjadi satu hal yang biasa di sebuah café, bahkan sekarang banyak café yang menawarkan kopi yang diseduh dengan metode baru seperti *back to basic*, *French press*, *Vietnam drip*, *mokapot*, *cold brew*, *pour over*, *syphon* dll (Tongo, 2016 :9).

Dengan hadirnya teknologi baru dan banyaknya berbagai metode cara menyeduh kopi membuat profesi seperti barista layaknya pion terdepan untuk melayani para pelanggan yang haus akan informasi. Bahkan, kini barista layaknya

ilmuwan yang bekerja di balik meja bar. *Kopi single origin* seperti membentuk para barista menjadi ilmuwan dengan perhitungan mereka masing-masing. Apakah itu menggunakan air spesial yang dapat mengoptimalkan rasa dari kopi, atau menggunakan timbangan yang akurat untuk menghitung rasio yang tepat untuk menyajikan kopi. Perlahan, barista layaknya seorang ilmuwan dengan penuh teori dan penjelasan (Ottencoffee.co.id, diakses pada tanggal 4 September 2018).

C. Deskripsi Film Filosofi Kopi

Film ini dirilis pada 09 April 2015 dengan bahasa Indonesia. Sebelumnya film *Filosofi Kopi* adalah sebuah buku fiksi karya seorang penulis terkenal bernama Dewi Lestari yang akrab dipanggil dengan nama Dee yang terbit pada tahun 2006. Karya lain Dee adalah *Supernova*, *Rectoverso*, dan *Perahu Kertas* yang semua karyanya diangkat kedalam sebuah film. Buku ini dianugerahi sebagai karya sastra terbaik tahun 2006 oleh majalah *Tempo*. Pada tahun yang sama, *Filosofi Kopi* juga berhasil dinobatkan menjadi 5 Besar *Khatulistiwa Award* kategori fiksi. Dalam filmnya karya Dee Lestari ini diracik lagi oleh Seorang penulis cerita bernama Jenny Jusuf.

Disutradari oleh Angga Dwimas Sasongko, *Filosofi Kopi* memperlihatkan budaya minum kopi yang terjadi didaerah perdesaan dan perkotaan. Diperankan oleh Chicco Jerikho sebagai Ben dan Rio Dewanto sebagai Jody. Film ini mengangkat kisah dua sahabat yang pada awalnya berusaha menyelamatkan café kopi yang

mereka dirikan dari lilitan hutang. Hingga akhirnya mereka terjebak dalam satu tantangan mencari kopi terbaik.



Gambar 2.1

1. Profil Film

- a. Judul : Filosofi Kopi
- b. Genre : Drama
- c. Tanggal Tayang : 9 April 2015
- d. Sutradara : Angga Dwimas Sasongko
- e. Penulis : Jenny Jusuf
- f. Produser : Anggia Kharisma, Handoko Hendroyono, Glen fredly

- g. Produksi : Visinema Pictures
- h. Durasi : 117 Menit
- i. Bahasa : Indonesia

Pemain Utama

- a. Rio Dewanto sebagai Joodi
- b. Chiko Jeriko sebagai Ben
- c. Julie Estelle sebagai El
- d. Slamet Rahardjo sebagai Pak Seno
- e. Jajang C Noer sebagai Bu Seno
- f. Melissa Karim sebagai Cici
- g. Otig Pakis sebagai Pak Jerri (ayah Ben)
- h. Arash Buanna sebagai Ben kecil
- i. Hazel Rahaditya sebagai Jodi kecil
- j. Ronny P. Tjandra sebagai Pengusaha

Pemain Pendukung

- a. Westny Dj sebagai Waiters
- b. Aga sebagai Barista#1
- c. Aufa Dien Assagaf sebagai Barista#2
- d. Wina Marino sebagai (Ibu Ben)
- e. Tahara sebagai Pelanggan#1
- f. Mariska sebagai Pelanggan#2
- g. Regi Ario sebagai *Loyal Customer*
- h. Adi S. Negara sebagai *Action Attendant#1*
- i. Hans De Clark sebagai *Action Attendant#2*
- j. M. Givari sebagai *Young People#1*

- k. Ariski Putra sebagai *Young People#2*
- l. Vazo sebagai *Young People#3*
- m. Ko Jisirn Tukang Cukur
- n. Tara Basro sebagai sekretaris
- o. Joko Anwar sebagai *Debt Collector*

2. Crew Drama

- a. Produser : Anggia Kharisma, Handoko Hendroyono, Glen fredly
- b. Sutradara : Angga D.Sasongko
- c. Penulis : Jenny Jusuf
- d. Sinematografi : Puthu Sutha, M Kurnianto, Johanes Taheba
- e. Editing Director : Ahsan Andrian, Nikko Rayuaji
- f. Music Producer : Rayl Atmajaya
- g. Lighting director : Sudi Andika, Rudi Tasik, Taufik Bahar, Gondhol, Yuda Batak
- h. Art director : Albert Fahmi, Habib Sukaton
- i. Interior : Ucup Rents
- j. Artistic effects : Warly Bule, Ari Black, Alleo, Imam Botles
- k. Costume design : M.Andika Aditya, Ferro
- l. Makeup : Notje Tatipata, Alvita, Sylvana Therisia T.
- m. Sounds effects : Djoko Setiadi, Indradoky, Hilmy, Rahardian Ridhoadi

3. Sinopsis Film Filosofi Kopi

Film Filosofi Kopi bercerita tentang Ben (Chico Jericho kopi yang sejak kecil dibesarkan di sebuah perkebunan kopi. Saat itu sedang terjadi konflik alih fungsi lahan kopi ke sawit. Konflik lahan itu memakan korban jiwa, menyebabkan ibu Ben meninggal dunia. Hal itu meninggalkan luka dan trauma yang mendalam bagi ayah

ben sehingga menyuruh Ben untuk berhenti menyukai dan menjauhi kopi. Suatu hari Ben ketahuan sedang meracik kopi yang menyebabkan ayah Ben murka dan mengusirnya. Ben yang saat itu masih kecil pergi meninggalkan orang tuanya hingga bertemu dengan Jody (Rio Dewanto). Ben pun di rawat dan di asuh oleh orang tua Jody dan keduanya pun langsung akrab dan bersahabat baik

Hingga Ben dan Jody dewasa mereka pun membangun sebuah café yang diberi nama "Filosofi Kopi". Suatu hari hutang yang bernilai ratusan juta pun mengancam keberadaan café yang mereka bangun. Di saat keduanya tengah mengatasi masalah hutang muncul seorang pengusaha dengan tantangan 1 M untuk meracik kopi terbaik. Namun perbedaan karakter dan pendapat diantara mereka ber-dua semakin memperumit masalah. Namun dengan sikap yakin Ben akhirnya mereka ber-dua menerima tantangan tersebut.

Upaya memenangkan tantangan itu terus dilakukan. Membeli biji kopi di pelelangan dengan kualitas terbaik, dari berbagi riset dan membaca buku serta mencoba mengeksplorasi racikan kopi dengan metode-metode yang Ben buat sampai akhirnya dengan keahliannya Ben berhasil menciptakan *Bens Perfecto*. Kopi ini cukup mendapat sambutan dari para pengunjung yang membuat café mereka menjadi ramai. Namun kehadiran El (Julia Estelle) seorang *Q-Grader* yang memiliki sertifikat internasional dalam memberikan nilai pada tingkat kualitas racikan kopi di seluruh dunia mengatakan ada kopi yang lebih baik ketimbang mahakarya Ben yang meruntuhkan semuanya. El menyatakan bahwa kopi yang ternikmat yang pernah ia

rasakan adalah kopi Tiwus yang ada di pgunungan Ijen yang di seduh langsung oleh pasangan petaninya tua yaitu Pak Seno (Slamet Rahardjo) dan Bu Seno (Jajang C. Noer).

Ben rupanya tidak terima penilaian El. Di lain sisi Jodi malah ingin memburu kopi Tiwus itu untuk memenangkan tantangan pengusaha itu. Pada mulanya Ben enggan, yang pada akhirnya menyerah untuk membuktikan sendiri ucapan El. Akhirnya Ben, Jodi, dan ditemani El mengunjungi Pak Seno untuk menuntaskan rasa penasaran kopi Tiwus. Saat mereka sampai diwarung kopi Pak Seno yang sangat sederhana dengan pemandangan hamparan perkebunan kopi yang indah. Pak Seno sendiri yang menyeduh kopi Tiwus itu. El dan Jodi pun mengakui bahwa kopi Tiwus adalah kopi ternikmat, sedangkan Ben masih agak *jaim* mengakuinya. Dengan rasa penasaran Ben meminta apa rahasia di balik kopi Tiwus itu. Menanggapi permintaan Ben, Pak Seno hanya terseyum bahwa kopi Tiwus tidak ada rahasianya, ia dibuat apa adanya. Ben pun tidak percaya, kopi terbaik tentu ada sesuatu di dalamnya, mulai penanamannya, pemeliharaan, memanennya, menggoreng, sampai mengolahnya menjadi secangkir kopi. Karna melihat ben yang tidak percaya akhirnya pak Seno mengajak Ben untuk melihat secara langsung proses pemeliharaan, menggoreng sampai mengolahnya dengan cara tradisional. Hal ini tentu saja mengingatkan Ben pada masa lalu kelamnya yang semakin memperkeruh suasana. Konflik semakin bertambah dikala Ben bersikeras tetap ingin memberikan Bens *perfecto* untuk tantangan 1 M tersebut. Karna hal tersebut akhirnya Ben mengalah untuk

memberikan kopi Tiwus pada tantangan mereka namun Ben memutuskan untuk berdamai dengan masa lalunya dan kembali ke desa untuk menemui ayahnya. Akhirnya mereka memenangkan tantangan 1 M tersebut. Jodi memutuskan untuk menemui Ben ke desanya dan mengajak Ben kembali untuk benjadi baristanya.

D. *Encoding* Film Filosofi Kopi

Penelitian ini menggunakan analisis resepsi atau penerimaan khalayak, dengan model teori *encoding-decoding* milik Stuart Hall. Model encoding-decoding Stuart Hall meyakini pembuat film menentukan makna yang akan disampaikan (*encoding*) tetapi, pembuat tidak bisa menjamin pesan tersebut dimaknai sama oleh khalayaknya (*decoding*). Pada pembahasan ini, peneliti akan melakukan analisis *encoding* untuk mengetahui struktur tanda dalam proses sirkulasi makna film Filosofi Kopi. Yang mana proses sirkulasi makna, kerangka pengetahuan yaitu pengetahuan mengenai wacana yang diangkat atau alasan-alasan yang mendasar yang memicu terjadinya sebuah produksi film. Kemudian hubungan produksi untuk mengetahui relasi antar elemen produksi yang berkaitan dengan isu pergeseran budaya minum kopi yaitu dalam penelitian ini adalah penulis novel Filosofi Kopi, dan yang terakhir yaitu, infrastruktur teknis meliputi, naskah, sinematografi, musik, lokasi, dan unsur teknis lainnya yang turut menyajikan struktur tanda.

1. Kerangka Pengetahuan

Kerangka pengetahuan berkaitan dengan wawasan dan pengetahuan dari sudut pandang pembuat film. Kerangka pengetahuan bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan produsen/pembuat film dalam memandang suatu isu yang ingin diangkat kedalam sebuah film sehingga mempengaruhi isi pesan dari film tersebut. Film *Filosofi Kopi* merupakan salah satu film bergenre drama yang mengangkat tentang kopi dan memberikan wawasan serta pengetahuan mengenai kopi, hiburan tentang industri kopi yang dikemas melalui sebuah cerita perjuangan dua orang sahabat bernama Ben dan Jody. Film ini merupakan adaptasi dari novel *Filosofi Kopi* karya Dee Lestari. Sebelumnya film *Filosofi Kopi* adalah sebuah kumpulan 18 cerita pendek atau prosa yang terbit pada tahun 2006. Berawal dari Kecintaannya terhadap kopi inilah yang menginspirasi Dee untuk menulis cerita ini. Menurut Dee kopi itu berkarakter, bisa dicari analogi, bisa direnungkan yang membuatnya berfikir ingin mengabadikan kopi dalam sebuah fiksi (KapanLagi.com, Dibalik *Filosofi Kopi* Karya Dee, 12 April 2015 diakses pada 7 Oktober 2018).

Karya Dee Lestari tersebut kemudian diracik kembali menjadi sebuah naskah oleh Jenny Jusuf yang memulai debutnya sebagai penulis skenario film dalam *project* film *Filosofi Kopi* ini. Naskah film *Filosofi Kopi* tersebut merupakan karya pertama Jenny Jusuf yang berhasil memenangkan penghargaan penulis skenario adaptasi terbaik dalam Film Festival Indonesia tahun 2015, Piala Maya dan penghargaan

sebagai Penulis Naskah Film Terbaik dalam Bandung Film Festival ditahun yang sama.

Naskah cerita ini kemudian dibawa oleh sutradara Angga Dwimas Sasongko yang mengantarkan film ini meraih beberapa penghargaan. Sebelumnya di tahun 2010 angga menyutradarai film Hari Untuk Amanda yang mendapatkan 8 nominasi Piala Citra sekaligus mengantarkan angga menjadi nominasi Sutradara Terbaik. Kemudian di tahun 2014 Angga menyutradarai film Cahaya dari Timur: Beta Maluku yang membawa film ini sebagai film terbaik di Piala Citra di Festival Film Indonesia. Angga kembali melebarkan sayapnya di tahun 2015 dengan menyutradarai film Filosofi Kopi yang mengantarkan Angga untuk kedua kalinya mendapatkan nominasi sebagai sutradara terbaik. Angga mengharapkan dengan dibuatnya film ini, masyarakat Indonesia bisa melihat kopi sebagai harta karun yang berharga dan kehebohan kopi yang sedang terjadi tidak hanya sesaat. Menurut Angga “Banyak budaya yang muncul dari sebuah kopi, kami ingin *booming* kopi membuat kopi tidak menjadi eksklusif, tetapi inklusif” (Mediaindonesia.com, Angga Dwimas Sasongko Kopi Adalah Harta Karun, 26 Januari 2017 diakses pada 31 Juni 2018).

2. Hubungan Produksi

Hubungan produksi berkaitan dengan apa yang menjadi faktor terciptanya produksi film dan mengetahui relasi antar elemen produksi yang mempunyai latar belakang yang berkaitan dengan isu/wacana yang akan diangkat kedalam sebuah film.

Film *Filosofi Kopi* didisutradari oleh sutradara muda bernama Angga D Sasongko. Angga yang menyukai dunia politik ini memutuskan untuk melanjutkan pendidikannya di Universitas Indonesia jurusan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Sambil kuliah, Angga mengikuti kursus atau lokakarya film yang diadakan Miles Film dan Konfiden. Sejak 2002, ia mulai aktif membuat film pendek dan video musik, selain film iklan, dokumenter, dan film televisi. Sebuah film garapannya, *Alter Ego*, membuat produser Erwin Arnada mengajaknya menjadi asisten sutradara Hanung Bramantyo di film *Catatan Akhir Sekolah* di tahun 2005. Setelah itu karirnya sebagai sutradara pun dimulai. Kecintaan Angga terhadap dunia politik yang dekat dengan riset, ideologi serta alasan-alasan mempengaruhi cara kerja Angga sebagai Sutradara. Sehingga ia merasa dalam membuat film riset sangat penting. Terlihat dalam menggarap film *Filosofi Kopi* ini Angga melakukan riset terlebih dahulu agar data yang akan dia ambil cukup kuat, Dalam sebuah wawancara angga mengatakan,

“Gue mulai riset itu jauh sebelum penulis dan pemain melakukan riset, karena *as Director* gue harus paham banget apa yang mau gue bicarain dalam sebuah film. Jadi gue sempet pergi keperkebunan kopi di Sumut, Bali d beberapa tempat yang kemudian kita mulai dengan rombongan ketika pergi ke Semarang, risetnya menarik banget karena kita bener-bener mempelajari hal dari kopi masih jadi biji, masih tanaman prosesnya sampe akhirnya kopi jadi dalam sebuah *cup*, dan itu yang membuat gue jadi paham tentang konteks dan bagaimana orang-orang yang punya *passion* terhadap kopi itu melihat kopi. Dan waktu gue selesai riset gue bilang pemain gue harus ikut karna ini satu-satunya cara bagaimana pemain gue bisa percaya terhadap apa yang dia dalam dan apa yang akan dia sampaikan dalam film *Filosofi Kopi* ini”(Petikan wawancara Angga yang dipublikasikan oleh Visinema Pictures pada 18 Maret 2015) .

Film ini diproduksi oleh *production house* milik Angga sendiri yaitu Visinema *Pictures*. Novel Filosofi Kopi merupakan hadiah pertama Angga kepada sang istri selaku produser (Anggia Kharisma) ketika pacaran. Menurutnya sang istrilah yang mengenalkan Angga kepada Dewi sehingga Angga merasa punya kenangan yang kemudian ditumpahkannya dalam karya film Filosofi Kopi ini.

Setelah film Filosofi Kopi rilis, Angga bersama kawan-kawan membuka kedai Filosofi Kopi yang berlokasi di kawasan Blok M, Jakarta Selatan di kawasan Bintaro, Tangerang Selatan dan Yogyakarta. Selain menyeduh kopi, kedai ini juga menjual *merchandise* resmi film dengan judul yang sama. Angga ingin mengembangkan karyanya ini tidak hanya di ranah film dan kedai saja. Ia sudah merancang untuk membuat dunia yang luas. Angga mengibaratkannya dengan menyebut *Marvel Cinematic Universe*, di mana tokoh *superhero*-nya saling berkesinambungan.

“Kalau Hollywood punya Marvel dan *Star Wars*. Susah di sini karena kita enggak punya budaya alien atau superhero. Kita punya budaya kopi dan kenapa enggak kita kembangkan” (Kumparan.com, Alasan Angga Bikin Sekuel Filosofi Kopi, 5 Juli 2017 diakses 8 October 2018).

Sampai saat ini film Filosofi Kopi sudah dikembangkan menjadi beberapa *brand* konten seperti *merchandise*, *web series*, komik dan *action figure* serta Filosofi Kopi versi radio play juga akan diputar diseluruh radio Indonesia. Anggia kharisma sendiri ikut andil dalam produksi film ini dan bertanggung jawab sebagai produser bersama, Handoko Hendroyono dan Glen fredly. Handoko mengungkapkan film ini

menggunakan konsep *user generated movie* dimana melalui konsep *user generated movie* melibatkan lebih banyak orang dalam proses penciptaan film. Masyarakat dapat turut berpartisipasi menentukan konsep-konsep visual yang akan digunakan dalam film. Dengan kata lain, masyarakat bertindak sebagai produser digital. Ini juga bagian dari rencana promosi.



Gambar 2.2 Handoko dalam promosi film Filofi kopi di talkshow Sarah

Sechan

“Film Filosofi Kopi ini berangkat dari konsen bahwa kopi Indonesia itu hebat, kopi Indonesia itu memang reputasinya internasional, dan sekarang *trend* Barista menjadi *high*, nah itu kita ingin melibatkan konsumen, audiensnya untuk terlibat dalam film ini. bisa milih kostumnya, bisa milih *set* kedainya seperti apa dan peminat film kan banyak sekali ya di masyarakat, jadi kita mengharapkan *public* terlibat” (Petikan wawancara Handoko pada saat promosi film Filosofi Kopi dalam *Talkshow* Sarah Sechan yang ditayangkan di Net pada 18/11/2014).



Gambar 2.3 cuplikan wawancara bersama Sarah Sechan.

Dee lestari semakin dikenal ketika beberapa karya karyanya diangkat ke layar lebar. Karya perdana Dee yang diangkat ke layar lebar adalah *Perahu Kertas*. Kemudian ditahun yang sama, 2013 dua karya Dee yaitu *Rectoverso* dan *Madre* diangkat kelayar lebar. Disusul ditahun berikutnya yaitu *Supernova* dan berikutnya *Filosofi Kopi*. Dewi Lestari Simangunsong atau yang akrab dipanggil Dee lahir di Bandung, Jawa Barat pada tanggal 20 Januari 1976. Dee pertama kali dikenal masyarakat sebagai anggota trio vokal Rida Sita Dewi. Ia merupakan alumnus SMA Negeri 2 Bandung dan lulusan Universitas Parahyangan, jurusan Hubungan Internasional. Sejak menerbitkan novel *Supernova* yang populer pada tahun 2001, ia kemudian dikenal luas sebagai novelis. Novel pertamanya yang sensasional, *Supernova Satu : Ksatria, Puteri dan Bintang Jatuh*, dirilis 16 Februari 2001.

Bulan Maret 2002, Dee meluncurkan “Supernova Satu” edisi Inggris untuk menembus pasar internasional dengan menggaet Harry Aveling dalam urusan menerjemahkan karya sastra Indonesia ke bahasa Inggris. Novel ini juga masuk dalam nominasi Katulistiwa *Literary Award (KLA)* yang digelar *QB World Books* (Detik.com, Dee Lestari Ungkap Alasan Novel Heksalogi Supernova Sulit Diterjemahkan, 5 April 2017 diakses pada 8 October 2018).

Chiko Jerikco merupakan aktris ternama di Indonesia berusia 34 tahun, yang dipilih oleh sutradara Angga D Sasongko untuk memerankan peran sebagai Ben, yaitu seorang Barista di kedai Filosofi Kopi tersebut. Chikco sendiri mendalami perannya dengan mengikuti sekolah barista. Menurut Chikco ada dorongan dari sutradara untuk mengajak aktornya mendalami karakter tersebut namun Chikco sendiri merasa sekarang perannya masuk ke dunia film karena ingin lebih lebih dalam tentang dunia seni peran, yang membuatnya masuk ke proses pendalaman karakter. Menurut Chikco sebagai *actor* karakter itu bukan hanya sebagai tempelan tetapi mengerti soal itu.



Gambar 2.4 wawancara Chicko Jeriko yang ditayangkan di Net.Tv

“Karna jadi barista itu kan butuh *skill* butuh pengetahuan lebih tentang kopi. Kebetulan saya peminum kopi tapi tidak tau *detail* tentang kopi. Setelah sekolah Barista saya jadi tau 6 atribut terpenting di kopi yang sebelumnya saya gatau. Nah itu semuanya harus ada dalam secangkir kopi yang sebelumnya, yang saya rasain kalo minum kopi ya rasanya seperti kopi ya aroma kopi baunya bau kopi, tapi ya setelah ikut kelas lebih mengenal kopi lebih *detail*, jadi bangga lah ternyata Indonesia punya kopi yang terbaik diantara beberapa negara” (Petikan wawancara Chicko Jeriko pada saat promosi film Filosofi Kopi dalam *Talkshow* Sarah Sechan yang ditayangkan di Net pada 18/11/2014).

3. Insfratraktur Teknis

Film Filosofi Kopi adalah film pertama yang mengakat budaya kopi kedalam sebuah film bioskop/layar lebar. Film bergendre drama ini berdurasi 117 menit dan menelan biaya hingga Rp 10 miliar dengan porsi biaya promosi yang nyaris sebesar biaya produksi (Muvilla.com Film Filosofi Kopi Belajar dari Cahaya Dari Timur, 9

April 2015 diakses pada 8 October 2018). Film ini mengangkat perbedaan budaya ngopi yang terjadi di daerah desa dan perkotaan. Film ini diberitakan cukup sukses dalam mengembangkan budaya ngopi modern yang tengah populer sekarang ini.

Untuk menganalisis *encoding* infrastruktur teknis film *Filosofi Kopi*, peneliti menggunakan analisis semiotika oleh Roland Barthes. Menurut Barker inti dari karya Barthes adalah peran tanda dalam menghasilkan makna dan membongkai teks, ia mengeksplorasi cara naturalisasi makna konotatif atau yang ia sebut mitos (Barker, 2004:12).

Barthes menjelaskan signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal, Barthes menyebutnya sebagai denotasi. Sedangkan signifikansi tahap kedua disebut sebagai konotasi. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan dan emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Pada signifikansi tahap kedua yang berkaitan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos (Sobur, 2006:127-128).

Tentu perbedaan denotasi dan konotasi disini sangat terlihat jelas. Sebagai contoh dalam film. Reproduksi mekanisme kamera dalam menangkap objek disebut denotasi. Sedangkan yang dimaksud dengan konotasi adalah ideologi manusia dalam menentukan *angel* kamera dalam proses produksi film seperti, *frame*, fokus gambar, *angel* kamera, dan sebagainya. Cerita dalam film *Filosofi Kopi* memiliki daya tarik tersendiri terhadap khalayak yang menontonnya, karena sang *film maker* memiliki

latar belakang dan kepentingan tersendiri yang kemudian akan mempengaruhi kedalam alur cerita dalam film tersebut. Tak hanya itu penyampaian pesan dalam film tidak hanya ditampilkan dari suatu cerita, juga gambar yang meliputi kaidah-kaidah sinematografi, sehingga mata khalayak terpenuhi nilai-nilai yang di suguhkan dalam film tersebut. Kembali pada fokus penelitian yaitu adegan pergeseran/transformasi budaya minum kopi dalam film *Filosofi Kopi* terdapat beberapa adegan unsur pergeseran/transformasi budaya minum kopi yang peneliti temui. Peneliti kemudian melakukan penjabaran *encoding* infrastruktur teknis pada beberapa adegan tersebut dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang terdiri dari tiga kategori pembahasan yaitu, transformasi budaya minum kopi. Kopi bagian dari gaya hidup, idealisme para penikmat kopi.

a. Transformasi Budaya Minum Kopi



Gambar 2.5

Suasana *café* Filosofi Kopi



Gambar 2.6

Suasana Kedai Kopi Tradisional

Pada gambar diatas merupakan salah satu adegan pergeseran budaya minum kopi, dimana pada gambar 2.5 terlihat Ben dengan tampil modis menggunakan topi

dan celemek berwarna coklat sedang meracik kopi dengan menggunakan mesin *expresso* sambil menanyakan orderan yang di pesan pelanggan kepada Jodi. Sementara itu disamping Ben, Aldi juga terlihat sibuk sedang meracik kopi dengan menggunakan metode V60. Di depan mereka terdapat alat-alat pembuat kopi dan beberapa anak muda yang sedang menikmati kopi. Pada gambar 2.6 terlihat suasana kedai kopi tradisional milik sepasang suami istri yang sudah tua bernama pak Seno dan bu Seno. Pada gambar ini menunjukkan suasana-suasana warung kopi yang terbuat dari kayu yang hampir setengah bagunannya terbuka, dikelilingi pohon-pohon hijau dan perkebunan. Terlihat Ben, Jodi, dan El sedang berkunjung ke kedai tersebut. Didepan mereka terdapat makanan ringan tradisional seperti roti, dan kacang-kacangan yang di letakkan didalam toples plastik.

Dalam potongan *scene* diatas terlihat sutradara menggunakan teknik pengambilan gambar dof luas, dikarenakan sutradara ingin memperlihatkan keseluruhan suasana kedai yang bertujuan untuk menunjukkan bagaimana penggambaran pergeseran budaya minum kopi dengan adanya alat-alat baru yang menyebabkan perubahan dalam penyajian kopi. Kemudian dengan menggunakan group shot untuk memperlihatkan beberapa orang yang sedang menikmati kopi dalam satu tempat. Pada gambar 2.5 sutradara ingin menggambarkan suasana kedai di tengah perkotaan yang memiliki peminat kopi yang di dominasi oleh kaum milenial. Dalam gambar tersebut juga dipelihatkan Ben tampil modis menggunakan celemek

yang memperlihatkan profesi yang bergelut dengan kopi yaitu barista yang tentunya di pandang sebagai seseorang yang memiliki keahlian dalam meracik kopi.

Sedangkan pada gambar 2.6 gambar ini diperlihatkan suasana kedai kopi tradisional di tengah perkebunan, hal ini untuk menunjukkan bagaimana perbedaan dan pergeseran budaya minum kopi pada suasana warung kopi. Dengan adanya tokoh sepasang suami istri yang sudah tua yaitu pak Seno dan bu Seno semakin memperlihatkan pergeseran budaya kopi ini, bahwa sebelumnya penggemar kopi didominasi oleh para orangtua. Di kedai tersebut tidak terlihat alat-alat atau mesin pembuat kopi yang telah digambarkan pada gambar 2.5 yang menandakan bahwa pembuatan dan penyajian kopi sebelumnya melalui serangkaian proses yang cukup sederhana. Selain itu dengan adanya beberapa toples makanan ringan menunjukkan pergeseran budaya minum kopi dalam menikmati kopi.

Pada gambar 2.6 sutradara menggunakan *group shot* yang guna memperlihatkan keseluruhan suasana kedai yang sedang ramai dikunjungi pelanggan. Lalu shot ini juga biasa digunakan untuk memperlihatkan aktifitas beberapa pemeran. Sepeti pada gambar 2.6 sutradara ingin memperlihatkan Ben, Jody, DKK sedang mengunjungi kedai kopi di tengah perdesaan.



Gambar 2.7 Pembuatan kopi dengan menggunakan mesin



Gambar 2.8 Pembuatan kopi dengan metode tradisional

Pada potongan gambar scene diatas menunjukkan perbedaan yang sangat menonjol antara metode pembuatan kopi tradisional dan pembuatan kopi dengan metode yang sudah menggunakan mesin. Pada gambar 2.7 menggambarkan teknik pembuatan kopi dengan metode modern, terlihat sosok barista yang sedang melayani pelanggan dan sebuah mesin pembuat kopi. Lalu pada gambar 2.8 memperlihatkan teknik pembuatan kopi dengan cara tradisional, seperti pada gambar pertama pembuatan kopi dengan metode tubruk yaitu menuangkan air panas langsung kedalam gelas yang sudah berisi kopi. Lalu gambar selanjutnya terlihat seorang laki-laki tua yang sedang menyangrai kopi dengan menggunakan wajan dan kayu bakar.

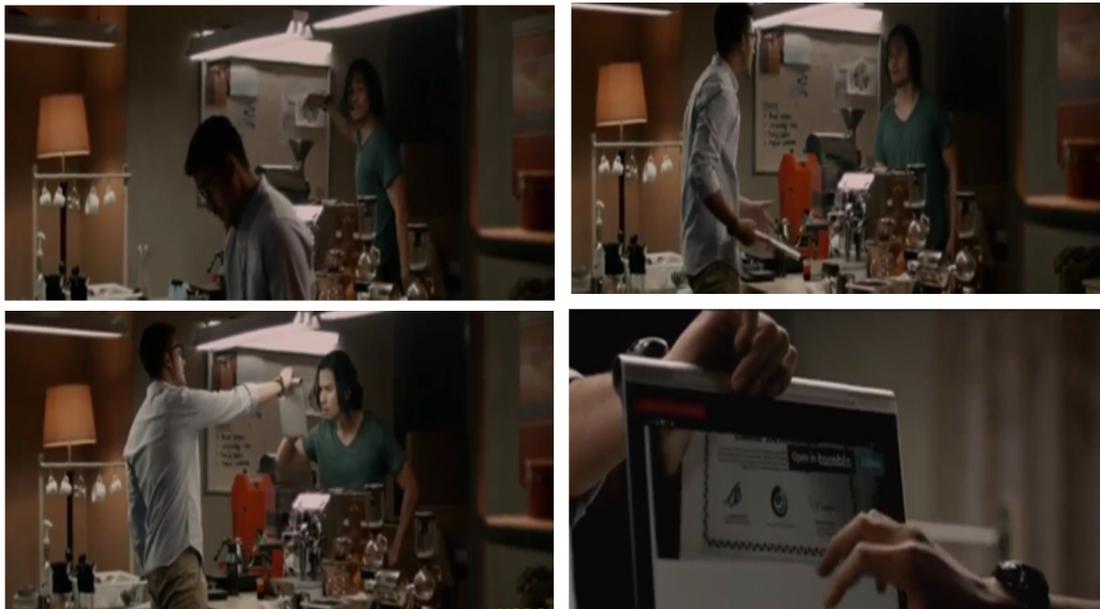
Pada gambar 2.7 dan gambar 2.8 sutradara memperlihatkan bahwa terjadi pergeseran budaya minum kopi dalam penyajiannya. Terlihat pada gambar 2.7 suasana kedai kopi yang telah di dekorasi sedemikian rupa, sehingga terkesan mengikuti perkembangan zaman. Mulai dari cara pembuatan yang sudah menggunakan mesin, dan cara pembuatan kopi yang terkesan lebih rumit. Sedangkan pada gambar 2.8 memperlihatkan pembuatan kopi dengan cara tradisional. Sutradara memperlihatkan sebelumnya budaya minum kopi tidak memerlukan profesi khusus seperti Barista untuk membuat kopi. Namun hanya dengan pengalaman dan pengetahuan seseorang dapat membuat kopi. Selain itu juga pembuatannya tidak memerlukan banyak metode serta penggunaan mesin, melainkan dengan cara yang sederhana.

Pada gambar 2.7 sutradara ingin memperlihatkan sebuah mesin pembuat kopi dengan size shot close up. Shot ini sangat berguna untuk menunjukkan sebuah detail dari objek yang ditampilkan. Seperti pada halnya mesin pembuat kopi yang lebih terkesan modern dan tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi kedai yang memilikinya.

Lalu pada gambar 2.8 sutradara juga menggunakan close up sebagai size shot pada objek tersebut. Terlihat detail dari gelas yang sangat terkesan tradisional dan pembuatan kopi yang masih sangat manual. Pada gambar 2.4 dan gambar 2.5 terlihat jelas perbedaan cara penyajian maupun suasana kedai yang digambarkan.

Selanjutnya pada gambar 2.9 adalah adegan ketika Ben dan Jodi sedang membicarakan El seorang *Q graider* yang telah menilai bahwa kopi Ben bukanlah

kopi terenak yang pernah ia minum. Terlihat ekspresi ben yang sedikit emosi sementara itu Jody terlihat tenang. Pada gambar itu Jody membuktikan kepada Ben bahwa El ternyata *Q graider* bersertifikat internasional dari institusi terbaik. Ben yang paham tentang kopi setelah melihat sertifikat dengan nama institusi tersebut dan akhirnya terdiam.



Gambar 2.9 adegan ketika Ben dan jody sedang membicarakan El

Berikut adalah dialog antara Ben dan Jody:

Ben : Eh Jod coba lo bisa ngejelasin omongan siapa...mana tadi, gondrong mana tadi ? Yang jelas buat gue dia itu orang gila, orang yang baru lepas dari rumah sakit jiwa! Dia itu orang orang macam apa sih, yang ngebandingin kopi dengan biji terbaik nih, yang disiapkan dengan cara paling *complicated* dengan pengalaman gue

bertahun-tahun, ilmu yang gue timba kemana-mana sama kopi yang diseduh langsung dari petani kampung, coba lu jelasin ke gue!

Jody : Dia itu *G graider* Ben. El itu *G graider* yang berpendapat bahwa *perfecto* itu ga cukup oke buat dia.

Ben : *G graider* yang mana? Itu kan kata dia! Lagian lu ngapain harus percaya sama omongan *food blogger*.

Jody : Ya karna dia *credible* ! Nih lu baca ni! El itu *G graider* bersertifikat internasional, lu baca nama institusinya, kenalkan... ha? familiarkan tukang kopi...? Kalo *perfecto* ga cukup oke buat El, *perfecto* juga ga cukup oke buat penggila kopi yang udah keliling dunia demi minum kopi kaya investor itu.

Konteks yang coba digambarkan dalam gambar tersebut adalah pergeseran budaya minum kopi yang mengakibatkan munculnya profesi-profesi baru. Bahwa saat ini hal-hal yang bergelut dengan kopi bukan lagi hanya sekedar hal yang biasa dan tengah menjadi *trend*. Untuk masuk dan terjun kedalam dunia kopi sekarang ini harus membutuhkan pengalaman dan pengetahuan tentang kopi itu sendiri. Dan hal itu membuat profesi yang bergelut dengan kopi itu sendiri terlihat keren terutama profesi sebagai barista seperti yang sedang digeluti oleh Ben. Melalui karakter Ben sutradara ingin menunjukkan bahwa profesi Barista saat ini sedang banyak ditekuni oleh anak-anak muda. Berbeda dengan penyajian kopi di daerah perdesaan yang

secara langsung diseduh oleh petaninya sendiri dengan cara yang sederhana bahkan tidak rumit. Tentu saja hal ini tidak membutuhkan *skil-skil* khusus.

b. Budaya Minum Kopi Sebagai Perilaku Konsumtif



Gambar 2.10

Beberapa anak muda sedang mengantri untuk memesan kopi



Gambar 2.11

Anak muda sedang menyeduh kopi



Gambar 2.12

Terlihat seorang pria sedang menikmati kopi



Gambar 2.13

Terlihat seorang wanita sedang menikmati kopi

. Gambar 2.9 terlihat seorang laki laki paruh baya dengan pakaian sederhana sedang menikmati kopi di warung kopi dengan suasana alam yang sejuk. Gambar 2.10 memperlihatkan seorang wanita muda yang sedang bercengkrama dengan temannya sambil menyeduh kopi di *café* Filosofi Kopi. Gambar 2.11 memperlihatkan Ben, Jody, Ema dan dua baristanya bersama sama menyeduh Ben *perfecto* yang susah payah diracik oleh Ben dengan latar belakang *café* Filosofi Kopi. Gambar 2.13 memperlihatkan anak muda memakai baju merah sedang menerima kopi pesannya sambil menanyakan ada filosofi apa dibalik kopi yang dia pesan tersebut. Sementara itu beberapa anak muda sedang mengatri untuk memesan kopi.

Konteks yang ingin ditunjukkan sutradara adalah kopi sudah menjadi budaya turun temurun bahkan menjadi kebutuhan namun dengan semakin berkembangnya teknologi di daerah perkotaan terjadi pergeseran yang menyebabkan kopi tidak hanya sekedar kebutuhan melainkan gaya hidup yang melahirkan budaya konsumtif. Pada gambar-gambar potongan *scene* diatas, sutradara memperlihatkan bahwa saat ini budaya minum kopi sedang mengalami *trend* yang menyebabkan kopi dapat dinikmati oleh semua kalangan. Kopi saat ini tidak lagi di katakan sebagai minuman kalangan 30 tahun keatas, namun kopi telah bertransformasi menjadi minuman yang memiliki nilai jual dan menjadi gaya hidup yang akhirnya dapat menarik pelanggan dari berbagai kalangan. Sutradara juga menggunakan shot-shot dan angel-angel kamera, yang membantu penonton memfokuskan pandangannya terhadap kopi yang sedang disajikan maupun sedang dinikmati. Selain itu juga terlihat suasana kedai

yang nyaman dan juga memiliki dekorasi-dekorasi yang dapat menarik minat pelanggan. Dengan adanya *scene* tersebut terlihat sutradara ingin memperlihatkan bagaimana anak muda sekarang ini meluangkan waktunya untuk bersantai dan nongkrong menikmati secangkir kopi.



Gambar 2.14 anak muda tidak jadi memesan karena tidak ada *wifi*

Dalam gambar 2.14 terlihat anak muda sedang menyakan pasword *wifi* kepada Jody namun di cafe tersebut tidak ada *wifi*. Terlihat berikutnya segerombolan anak muda yang tengah duduk di café Filosofi Kopi itu terlihat kecewa.

Berikut dialognya :

Anak muda 1 : Mas password *wifi*-nya ?

Jody : Maaf mas disini gaada *wifi* mas.

Anak Muda 1 : Masa sih gaada *wifi*-nyaa....? Bro, gaada *wifi* bro.

Anak muda 2 : Ha serius lu gaada *wifi*-nya?

Anak muda 1 : Beneran kata masnya gaada *wifi*-nya.

Anak muda 3 : hari gini gaada *wifi*, hahaha. Yaudalah gajadi kalo gaada *wifi* deh.

Anak muda 1 : mas *sorry* banget mas berarti pesenan yang tadi di *cancel* aja.

Pada gambar 2.14 sutradara menggunakan *group shot*, dalam scene ini sutradara ingin memperlihatkan kesamaan aktifitas yang sedang dilakukan oleh beberapa pemeran. Selanjutnya pada gambar 2.15 terlihat suasana didepan café Filosofi Kopi anak muda mengantri memesan kopi yang ada di café tersebut. Terlihat beberapa anak muda sibuk dengan *gadget* mereka



Gambar 2.15 anak muda mengantri untuk meminum kopi

Dalam kedua gambar tersebut sutradara ingin memperlihatkan perilaku peminum kopi pada saat ini yang cenderung konsumtif. Dimana kegiatan mengkonsumsi kopi ini dilakukan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan saja melainkan sekedar untuk memenuhi kebutuhan *prestise*, gengsi dan status sosial. Perilaku konsumtif inilah yang telah menjadi gaya hidup. Konteks yang ingin digambarkan dalam gambar 2.14 dan 2.15 adalah bagaimana perilaku konsumsi peminum kopi yang berkaitan dengan budaya konsumtif. Dimana dahulunya kopi dijadikan sebagai kebutuhan namun kenyataannya pada saat ini dijadikan sebagai

tempat proses pergaulan sosial dan tempat nongkrong anak-anak muda. Bahkan saat ini anak muda bukan hanya untuk sekedar menikmati kopi namun gaya hidup yang ditawarkan dalam budaya minum kopi sekarang ini menikmati fasilitas-fasilitas yang ada di *café* tersebut.

c. Idealisme Penikmat Kopi Original

Selanjutnya pada gambar dibawah ini adalah adegan ketika Ben sedang membicarakan soal pendapatan *café* Filosofi Kopi yang semakin menurun dan berusaha membujuk Ben agar setuju untuk memasang wifi di *café* mereka.



Gambar 2.16 Adegan ketika Ben dan Jody sedang membicarakan soal pemasangan fasilitas free wifi

Pada gambar 2.16 sutradara menggunakan *size shot medium close up*, yang mana shot ini biasa digunakan untuk memperlihatkan ekspresi dari pemeran. Dalam scene ini telah terjadi perdebatan antara Ben dan Jody mengenai pemasangan wifi, dan shot ini sangat tepat digunakan untuk memperlihatkan dialog antara beberapa pemeran. Dalam adegan pada menit 13.55 tersebut memperlihatkan suasana *café* yang telah sepi terlihat Ben dan Jody sedang duduk berhadapan. Ditengahnya terdapat sebuah *tablet* dan di dinding terpantul gambar data pendapatan *café* mereka. Dalam adegan tersebut terjadi dialog perbedaan pendapat tentang pemasangan antara Ben dan jody

Berikut adalah dialog antara Ben dan Jody:

Jody: Ben ini untuk kesekian kalinya gue bilang sama lo ya, penghasilan kita bakal jauh meningkat kalo kita pasang wifi, percaya deh sama gua.

Ben: Jod lu itu emang paling benar-bener ya, santai lah jod pelan-pelan, satu satu. Lagian gue selalu percaya kopi yang enak akan selalu mendapatkan penikmatnya.

Jody: Ahh.. itu maa kata-kata mutiara aja. Ben, masalahnya sekarang kita butuh uang yang lebih dari yang bisa dikasi penikmat kopi. Sekarang siapa target market kita? Konsumen Jakarta kan ? lo liat konsumen Jakarta itu biasa minum kopi sambil nongkrong bukan ngopi sambil diskusi berat. Lu tau ga kalo kita pasang wifi berapa kali lipat penghasilan yang kita dapat, ha? Dua kali lipat!

Dalam adegan ini sutradara ingin menggambarkan bagaimana idealisme seorang penikmat kopi *single origin*. Melalui karakter Ben yang terlihat santai menunjukkan bahwa Ben tidak sependapat dengan apa yang dikatakan Jody. Sutradara ingin memperlihatkan bahwa para penikmat kopi sejatinya ketika menikmati kopi mengedepankan kepentingan berinteraksi satu sama lain. Mengobrol panjang lebar dengan orang-orang yang ada disekitar *café* sambil merasakan nikmatnya menyeruput kopi dan makanan ringan. Ben yang menolak tawaran Jody yang ingin memasang *wifi* agar dapat menarik lebih banyak pelanggan di *cafe* Filosofi Kopi tersebut menunjukkan bahwa para penikmat kopi yang sebenarnya tidak mencari *wifi* atau tempat nongkrong semata melainkan kopi yang berkualitas.

Ben dan Jody yang memiliki karakter yang sangat berbeda. Jody yang sama sekali tidak mengerti kopi digambarkan dalam pengambilan keputusan selalu memperhitungkan untung dan rugi dan terlihat hanya semata-mata ingin menjual kopi. Sedangkan Ben selaku barista dan orang yang mengerti kopi tidak ingin adanya *wifi* di-*cafe* tersebut. hal ini ditunjukkan agar dapat melihat bagaimana perbedaan idealisme antara penikmat kopi dan yang bukan penikmat kopi atau tidak mengerti kopi.



Gambar 2.17 Adegan ketika seorang pelanggan mengeluhkan rasa kopi yang terasa hambar.

Pada gambar 2.17 sutradara menggunakan *group shot*, yaitu memperlihatkan dialog beberapa pemeran. Tujuan dari shot sutradara ingin menampilkan seorang bapak-bapak yang sedang meminum kopi dan menanyakan mengenai gaji kepada Ben. Pada gambar ini juga sutradara menggunakan dof luas guna memperlihatkan tempat dan suasana disekitar objek.

Berikut adalah dialog antara Ben, dan seorang pelanggan:

Pelanggan : ini kopinya agak hambar aja rasanya, tapi gapapa terima kasih (lalu kemudian pergi).

Jody : hambar..? gila nih orang ga ngerti kopi atau apa sih ?

Dalam adegan ini sutradara ingin memperlihatkan perbedaan seorang yang mengerti tentang kopi dan orang yang awam dengan kopi. Biasanya kopi *original* disajikan tanpa menggunakan campuran apapun, seperti gula maupun campuran rasa lainnya. Sehingga penikmat kopi *origin* mengerti rasa dan karakteristik yang ditampilkan dari kopi tersebut. Untuk menemukan rasa dan karakteristik tersebut

biasanya pemula menikmati kopi dengan cara bertahap sampai mereka menemukan sensasi tersendiri sampai menjadi penikmatnya. Konteks yang ingin digambarkan dalam adegan ini bahwa orang yang dapat dikatakan sebagai penikmat kopi sejati adalah orang-orang yang yang dapat menikmati dan memahami karakter dari kopi *single origin/* kopi tanpa gula.