

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan minuman yang cukup terkenal di kalangan masyarakat Indonesia. Tren kopi kekinian memicu peningkatan konsumsi kopi dalam negeri. Kini, Indonesia tidak hanya tercatat sebagai salah satu produsen kopi dunia, tetapi juga konsumen kopi yang tidak bisa diremehkan (Indraswari, 2020).

Menurut data, Indonesia merupakan salah satu negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia. *Data International Coffee Organization (ICO)* mencatat konsumsi kopi Indonesia periode 2016/2017 mencapai 4,6 juta kemasan 60 kg/lb (60 kg) berada di urutan ke-6 negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia di bawah Rusia (katadata.co.id, 2018).

Data International Coffee Organization (ICO) mencatat bahwa tren konsumsi kopi domestik di Indonesia terus meningkat selama lima tahun terakhir. Pada periode 2018-2019, jumlah konsumsi kopi domestik mencapai 4.800 kantong berkapasitas 60 kilogram (kg) (Annur & Ridhoi, 2020).

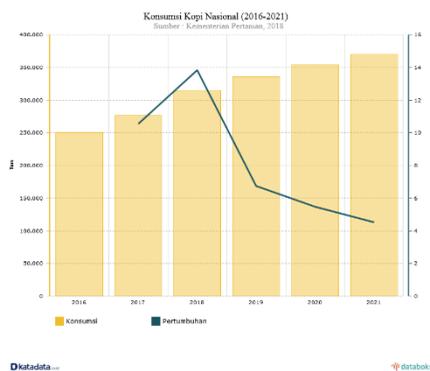
Sebagai sebuah minuman yang telah dikenal sejak ribuan tahun lalu dan digemari masyarakat hampir di seluruh dunia, tren dan industri kopi terus bergerak dan berevolusi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi kopi masyarakat dan memenuhi hasrat terhadap cita rasa maksimal dari secangkir kopi (Hamdan & Sontani, 2019, p. 138).

Melansir dari buku berjudul “*COFFEE* Karena selera tidak dapat diperdebatkan” tren kopi sendiri terbagi menjadi tiga fase besar yaitu: *first*, *second*, dan *third era* (Hamdan & Sontani, 2019).

- 1) *First Era* merupakan tren kopi yang muncul pada tahun 1890-1960 yang ditandai dengan kemunculan kopi instan kemasan kaleng dan *sachet*, seperti *Nescafe*, *Folgers*, dan *Maxwell House Coffee*.

Sementara di dalam negeri ditandai dengan kehadiran kopi Kapal Api. *First Era* sendiri dapat dikatakan sebagai produksi massal yang berfokus kepada kepraktisan penyajian.

- 2) *Second Era* munculnya kedai kopi yang membuat kopi bukan hanya untuk diminum, tetapi menjadi *lifestyle*. Kemunculan *Second Era* sendiri dikarenakan kurang puasnya para penikmat kopi dengan produksi kopi yang dikemas secara massal. Pada akhir tahun 1960-an, barulah muncul kedai-kedai kopi termasuk Starbucks yang mendunia. Mesin kopi espresso dan sajian kopi espresso pertama kali populer pada fase tersebut. *Second Era* sendiri dapat dibilang sebagai kemunculan rasa ingin tahu masyarakat terhadap asal-usul dan kualitas kopi yang dikonsumsi.
- 3) *Third Era* adalah fase pada tahun 1990-an dan fase tersebut masih berlaku sampai saat ini. Dimana para penikmat kopi mulai mencari tahu tentang rasa kopi dan menyajikannya sendiri di rumah. Para penikmat kopi mulai mempelajari teknik manual dan mencari berbagai macam peralatan *manual brewing*. Selain itu penikmat kopi juga mempelajari rasa dan aroma apa saja yang keluar dari kopi yang akan dinikmatinya.

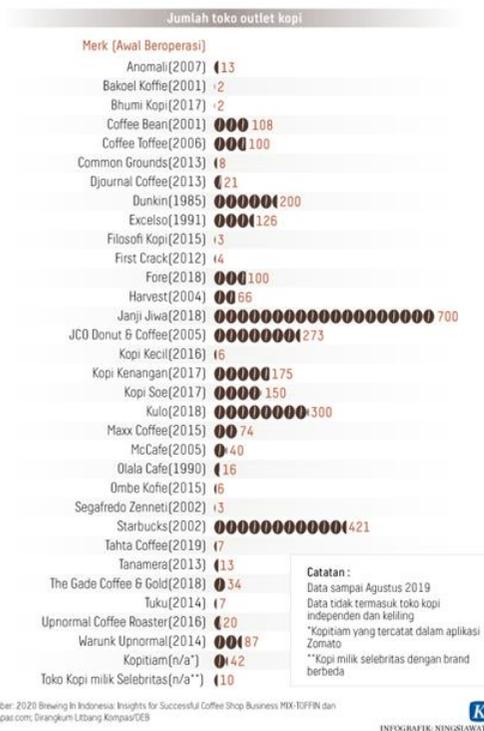
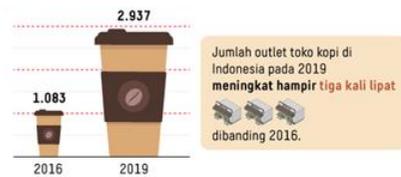


Sumber: Katadata.co.id

Gambar 1. 1 Infografik Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)

Dari data yang diperoleh saat ini, konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton (Katadata.co.id, 2018).

Jumlah Outlet Toko Kopi di Indonesia



Sumber: Interaktif.kompas.id

Gambar 1. 2 Jumlah Outlet Toko di Indonesia

Melansir interaktif.kompas.id, Dalam kurun waktu kurang dari tiga tahun, outlet kopi kekinian dengan mudah dapat ditemukan hampir di setiap daerah. Tak hanya itu, [interaktif.kompas](http://interaktif.kompas.id) juga menjelaskan bahwa menurut laporan PT Toffin dan *MixMarketing&Communication* tercatat dalam tiga tahun terakhir, jumlah outlet kedai kopi meningkat hampir tiga kali lipat. Pada 2016, jumlah outlet kedai kopi sebanyak 1.083 unit. Pada 2019, jumlahnya sudah lebih dari 2.937 unit (Indraswari, 2020).

Melihat begitu besar kedekatan kopi dengan khalayak dalam negeri, penulis bertujuan untuk mengangkat tema besar terhadap industri kopi tanah air. Penulis akan membuat film dokumenter yang berdurasi satu jam untuk memberikan tambahan informasi kepada masyarakat

agar lebih mengenal beberapa profesi yang sangat berpengaruh pada peningkatan industri kopi saat ini. Sebelumnya, film dokumenter ini diproduksi saat pandemi COVID-19 masih mewabah, oleh karena itu penulis beserta rekan tim yang bertugas akan melaksanakan *shooting* yang tentunya sesuai dengan protokol kesehatan yang dianjurkan dan berkaitan dengan keadaan saat produksi film.

Film dokumenter ini dibagi menjadi tiga sesi berdurasi satu jam. Dimana ketiga sesi tersebut akan menampilkan tiga profesi yang sangat berkaitan dengan Industri kopi di Indonesia guna mengangkat profesi tersebut agar lebih disorot oleh masyarakat. Ketiga profesi tersebut yang berkaitan dengan industri kopi meliputi: *petani kopi, penyangrai kopi (roaster kopi, owner kafe) dan barista.*

a. Petani Kopi

Peranan sektor pertanian dalam perekonomian nasional sangat penting dan strategis. Hal ini terutama karena sektor pertanian masih memberikan lapangan pekerjaan bagi sebagian besar penduduk yang ada di pedesaan dan menyediakan bahan pangan bagi penduduk (Sadono, 2018).

Dapat dikatakan bahwa profesi petani sangat penting bagi kebutuhan industri kopi Indonesia. Namun menurut beberapa sumber berita tidak sedikit petani di Indonesia masih jauh dari yang dikatakan sejahtera. Dilansir dari beberapa sumber berita seperti INVESTOR DAILY INDONESIA, LIPUTAN 6.com, dan JawaPost pada awal tahun 2021 masih banyak pemberitaan yang memberi informasi bahwa petani kopi nusantara masih memiliki beberapa kendala seperti penjualan kopi yang susah di masa pandemi, penurunan ekonomi, dan masih banyak lagi permasalahan yang dialami oleh petani kopi Indonesia saat ini.



Petani Kopi Lampung Minta Pemerintah Negosiasi SSG Ekspor Kopi ke Filipina, karena menekan permintaan produksi kopi dalam negeri.

Ribuan Petani Kopi Lampung Desak Pemerintah Negosiasi SSG Ekspor Kopi ke Filipina

Komis, 25 Februari 2021 | 18:44 WIB
Porkulutan Situmorang

JAKARTA, Investor.id - Sebanyak 1.200 petani kopi binaan PT Torabika Eka

Sumber: Interaktif.kompas.id

Gambar 1. 3 Berita Petani Kopi

Melihat pemberitaan tersebut, penulis ingin menguji apakah pemberitaan tersebut sesuai dengan keadaan petani saat ini. Selain dari itu, penulis mengangkat profesi seorang petani agar profesi tersebut dapat divisualisasikan secara aktual dan mendapat sorotan publik.

b. Penyangrai(*Roastmaster*)

Roasting atau sangrai adalah sebuah keterampilan yang tidak bisa sembarangan, karena pada proses ini hanya bisa dilakukan oleh orang yang sudah *professional(Roastmaster)*.

Kebanyakan penyangrai kopi pada industri rumahan, dilakukan secara manual, menggunakan pengaduk tangan dan menggunakan kompor kayu atau kompor gas (Masde Ristiawan, 2016). Menurut Jurnal GEMA TEKNOLOGI penyangrai kopi pada zaman dahulu sangat berbeda dengan penyangrai kopi jaman kini. Saat ini para penyangrai kopi yang sudah memiliki mesin atau alat pembantu kinerja manusia disebut sebagai *Roastmaster*.

Seorang *Roastmaster* biasa memperhatikan tingkat warna biji kopi yang disangrai saat mereka berkembang dan berubah warna (FILOSOFIKOPI, 2019). Buah kopi harus ditangani secara cepat menjadi bentuk yang lebih stabil agar aman untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu (Sulistyaningtyas, 2017).

Menurut Mustika dalam Otten Magezine, profesi seorang *Roaster* juga sangat penting karena profesi ini berkaitan dengan petani dimana biji kopi yang belum matang harus dimasak terlebih dahulu sebelum dapat dinikmati. Seorang *roastmaster* memerlukan keterampilan dan pengalaman yang baik dalam membuat kopi siap untuk dikonsumsi oleh masyarakat. *Coffee roaster* adalah ‘koki’ dalam dunia kopi (YULIANDRI, 2015).

c. Barista

Barista adalah sebutan untuk seseorang yang pekerjaannya membuat, menyiapkan dan menyajikan kopi berbasis *espresso* (COFFEELAND INDONESIA, 2021). Seorang barista harus mempunyai kemampuan khusus yang tidak bisa dimiliki oleh semua orang, yaitu bisa menciptakan cita rasa atau sensasi dari secangkir kopi (Hutasoit, Solikhun, & Wanto, 2018).

Adanya keterkaitan barista dengan para petani dan penikmat kopi, membuat penulis ingin mengangkat kehidupan profesi sebagai seorang barista. *Scene* ini bertujuan untuk memperlihatkan cara atau keterampilan barista dalam meracik kopi. Tujuan dari sesi ini akan memberikan profesi barista kesempatan untuk berbagi informasi, keterampilannya, dan pengalamannya dalam keadaan sekarang secara aktual.

1.2 Tujuan Manfaat Karya

Tujuan yang ingin dicapai untuk karya ini adalah:

1. Dapat memberi pengetahuan berupa informasi kepada masyarakat tentang industri kopi di tanah air.
2. Memberikan wadah bagi pelaku kopi Indonesia untuk mendorong masyarakat mencintai produk kopi lokal.
3. Mengenalkan profesi pelaku kopi kepada masyarakat agar para masyarakat lebih menghargai profesi pelaku kopi serta mengetahui darimana asal usul kenikmatan secangkir kopi berasal.

1.3 Kegunaan Karya

a. Akademis

Karya dapat menjadi bahan referensi untuk peneliti yang ingin membuat film dokumenter. Memberikan gambaran informasi terkait industri kopi agar menambah wawasan para pembaca.

b. Praktis

Karya berupa film dokumenter dapat berpengaruh bagi dunia jurnalistik dan mampu menjadi salah satu terobosan baru bagi film dokumenter yang dikemas dengan model millennials.

c. Sosial

Film dokumenter dapat menjadi jembatan informasi bagi masyarakat terutama pecinta kopi Indonesia agar tercipta film dokumenter lainnya, guna mengangkat profesi para pelaku kopi di Indonesia.