BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang Masalah

Kopi merupakan bahan minuman yang terkait dengan aspek kenikmatan dan estetika. Sebagai bahan minuman, kopi memiliki ciri khas yang memberikan dua nilai kepuasan bagi yang meminumnya melalui cita rasa, proses fisiologis dan psikologis (Ismayadi, 1999). Kopi adalah salah satu jenis minuman *global* yang dicintai oleh sebagian besar umat manusia dan memang sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Minuman berwarna pekat ini, sangat mudah ditemukan. Mulai dari warung pinggir jalan, *café*, hingga restoran mewah juga menyediakan minuman kopi dengan variasi jenis dan harga yang bermacam-macam.

Seiring berkembangnya jaman, masyarakat kota pada saat ini mengalami perubahan gaya hidup. Salah satu perubahan gaya hidup modern saat ini adalah kebiasaan sekelompok masyarakat tertentu yang "nongkrong" di Café, kedai kopi, atau warung kopi biasa. Budaya minum kopi kini bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk, tapi sebagai bagian gaya hidup, dimana kedai kopi menjadi tempat yang amat diminati. Budaya minum kopi mulai berkembang pada remaja perkotaan di Indonesia, sehingga sering disebut sebagai budaya ngopi. Budaya ngopi tetap eksis menjadi bentuk ekspresi keberagaman masyarakat dikala mengisi kekosongan waktu seperti berkumpul, berbincang, dan bahkan sambil menikmati hidangan tertentu. Budaya ngopi juga berperan dalam meningkatkan kreativitas dalam berpikir dan berkarya. Kreativitas ini kemudian dituangkan dalam berbisnis dan usaha. Misalkan saja, banyaknya kafe atau kedai kopi sekarang menjadi wadah dalam memfasilitasi budaya ngopi masyarakat tertentu.

Fenemona maraknya bisnis kedai kopi juga terjadi di Kota Surabaya. Kedai kopi adalah sebuah lahan bisnis yang menjanjikan keuntungan bagi para pengusaha, jika mengetahui cara mengembangkannya. Saat ini, kedai kopi tidak hanya di perkotaan besar, tetapi juga sudah merambah perkotaan kecil. Walaupun dengan sasaran dan target yang berbeda-beda. Surabaya adalah Kota terbesar ke dua di

Indonesia setelah Kota Jakarta. Kota Surabaya juga tidak jauh beda dengan kota-kota lainnya yang juga sedang mengalami banyaknya pertumbuhan bisnis kopi yang menjamur. Hal itu dikarenakan minum kopi sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat Indonesia, baik kalangan menengah ke atas maupun kalangan menegangah ke bawah. Maraknya kedai kopi tersebut juga dibarengi dengan tema dan tujuan yang berbeda-beda. Ada beragam konsep dengan iringan musik, terjangkaunya harga, hingga sajian menu dengan nuansa tradisional sampai modern seakan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin menjamurnya kedai kopi secara tidak langsung menunjukkan minat pasar terhadap keberadaa kedai kopi. Oleh karena itu, banyaknya para pengusaha yang ingin membuka bisnis kedai kopi. Sedangkan, saat ini persaingan dalam bisnis kedai kopi semakin ketat. Bisnis kedai kopi tidak hanya berkompetisi dalam mencari keunikan pada varian rasa kopi, melainkan tempat yang nyaman dan bertema unik dapat menarik konsumen baru maupun konsumen tetap.

Gambar 1. 1 Fenomena maraknya bisnis kedai kopi di Surabaya
Sumber : Dokumen Pribadi

Saat ini, di Kota Surabaya banyak bisnis kedai kopi yang menerapkan konsep modern, dan sedikitnya yang menerapkan konsep *vintage* Jawa sebagai bentuk apresiasi dalam melestarikan budaya Indonesia. Hal ini dikarenakan kedai kopi yang memiliki konsep *vintage* Jawa dapat membuat konsumen merasakan nostalgia di jalam dahulu. Konsep *vintage* Jawa yang dimaksud dalam perancangan ini adalah suatu arsitektur bangunan, interior, dekorasi dan barang-barang yang ada pada jaman dahulu yang digunakan dalam bangunan atau rumah di daerah Jawa yang diterapkan dalam bisnis kedai kopi. Sehingga dapat menceritakan suatu sejarah orang Indonesia khususnya di pulau Jawa tentang gaya hidup di masa lalu.

Sesuai dengan alasan tersebut, maka perancang mengangkat tema mengenai kedai kopi yang memiliki konsep *vintage* Jawa. Perancangan tersebut akan membuat buku visual mengenai tema *vintage* Jawa yang dimiliki oleh beberapa kedai kopi di Surabaya. Berdasarkan hasil observasi mengenai buku visual fotografi yang membahas tentang kedai kopi, ternyata tidak adanya buku visual fotografi yang khusus memberikan informasi mengenai kedai kopi dengan tema *vintage* Jawa di Surabaya, buku visual tersebut dapat menjadi salah satu media untuk menambah pengetahuan kepada para pembacanya. Selain itu, menurut hasil data dari wawancara dengan Mas Arya yaitu seorang arsitek, tidak ada media buku visual Fotografi yang komunikatif untuk membahas mengenai kedai kopi di Surabaya. Maka, buku visual tersebut adalah media yang tepat untuk mendukung peningkatan ilmu pengetahuan lebih luas bagi masyarakat kedepannya dan dapat memberikan referensi bagi penikmat kopi yang suka dengan kedai kopi bergaya *vintage* Jawa.

Buku visual dalam perancangan tersebut dipilih sebagai media yang sesuai. Karena, dalam perancangan ini tidak hanya buku visual sebagai media yang dirancang, melainkan banyak media pendukung lainnya yang memamparkan secara informatif dan memiliki poin menarik dalam penyajiannya. Sehingga, pembaca dapat dengan mudah untuk memahami dan mengerti mengenai tema *vintage* Jawa yang diterapkan melalui bisnis kedai kopi di Surabaya. Selain itu, teknik fotografi juga diaplikasikan pada perancangan ini,

karena fotografi memiliki nilai historis dengan kemampuannya dalam mengabadikan suatu kejadian dan peristiwa penting di masa lampau yang bisa dikaji ulang kedepannya. Beberapa karya fotografi yang eksploratif akan menjadi pendukung ilmu pengetahuan karena memiliki makna dan nilai ilmiah yang dapat dijadikan data kajian.

1. 2 Identifikasi Masalah

1. Secara informasi komunikasi visual yang tepat dan informatif secara detail terhadap kedai-kedai kopi bergaya *vintage* Jawa di Surabaya masih belum ada buku visual fotografi yang menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.
2. Berdasarkan hasil observasi melalui pencarian di *google* maupun di toko-toko buku, belum didapatkan informasi tentang buku yang membahas interior kedai-kedai kopi bergaya *vintage* Jawa di kota Surabaya.

1. 3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana merancang buku fotografi tentang kedai kopi bergaya *vintage* Jawa di Surabaya yang menarik dan informatif?

1. 4 Batasan Masalah

1. Perancangan ini berfokus mengenai gaya *vintage* Jawa yang diterapkan oleh beberapa kedai kopi di Surabaya.
2. Media yang dirancang adalah buku visual fotografi dan juga media pendukung lainnya.
3. Objek perancangan ini adalah lingkup kedai yang hanya bergaya *vintage* Jawa di Kota Surabaya.

1. 5 Tujuan Perancangan

1. Merancang buku visual fotografi sebagai informasi yang efektif dan mudah dipahami oleh masyarakat.
2. Memberikan informasi mengenai kedai kopi yang bergaya *vintage* Jawa di Surabaya.
3. Mengapresiasi budaya melalui sebuah konsep tema *vintage* Jawa yang diterapkan dalam bisnis kedai kopi di Surabaya.

1. 6 Manfaat Perancangan

1. 6. 1 Manfaat Teoritis

Hasil perancangan ini diharapkan untuk memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi kemajuan bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual agar lebih bervariasi dalam menciptakan sebuah karya desain.

1. 6. 2 Manfaat Praktis

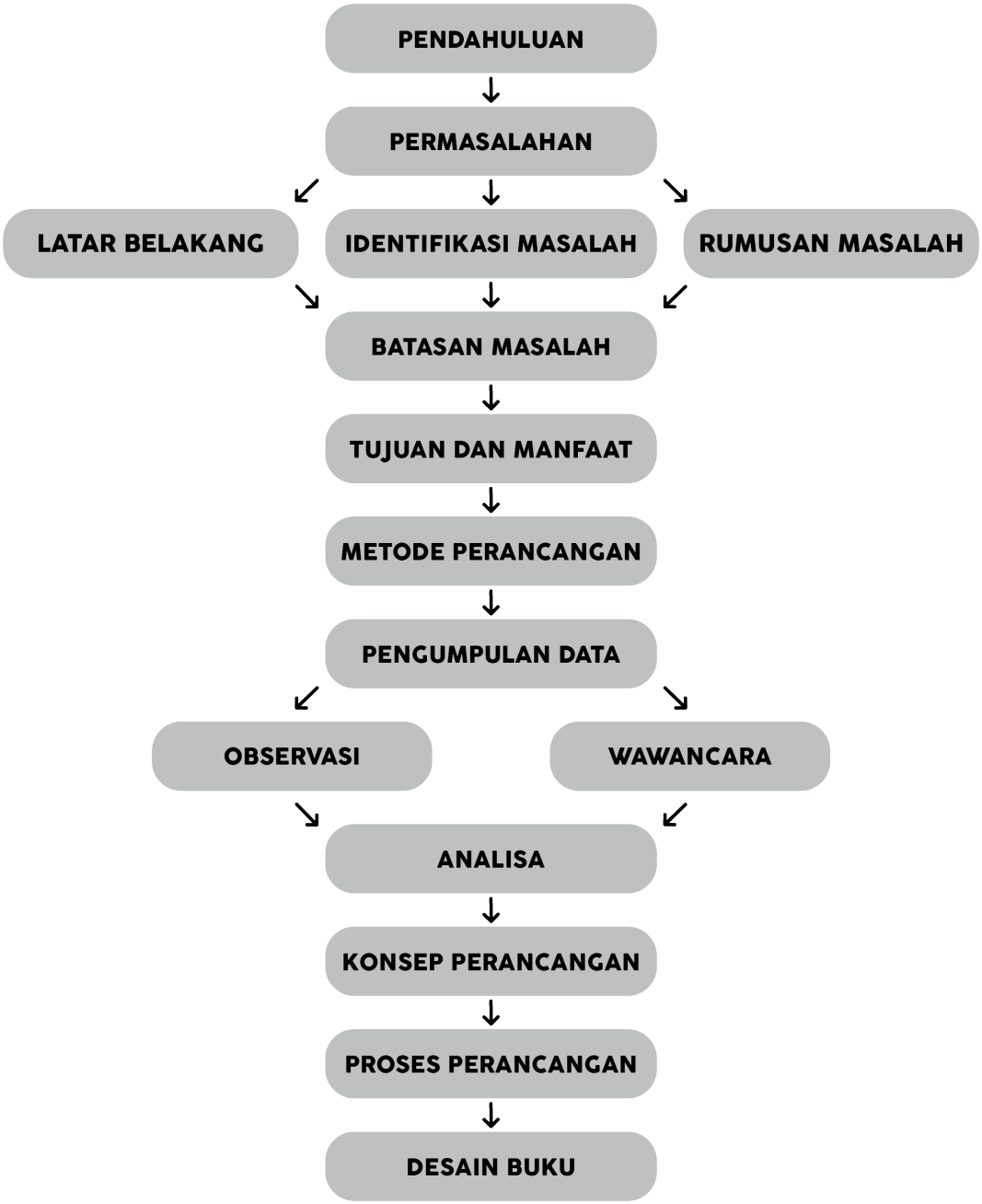
1. **Bagi Perancang**

   Hasil perancangan ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi penulis dalam praktek Desain Komunikasi Visual.

2. **Bagi Pembaca**

   - Hasil perancangan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai kedai kopi bergaya *vintage* Jawa untuk melestarikan budaya Jawa dalam konsep kedai kopi yang ada di Surabaya.
   - Buku ini dapat menjadi referensi bagi para pebisnis kedai kopi yang ingin mengangkat tema *vintage* Jawa dalam desain interiornya.
   - Buku ini juga bermanfaat bagi pemerhati dan akademisi desain interior yang tertarik dengan gaya *vintage* Jawa pada kedai kopi.

1. 7 Skema Perancangan



Gambar 1. 2 Skema perancangan
Sumber : Dokumen pribadi