

# ESTETIKA DAN KRITIK SOSIAL DALAM KARYA LIPUTAN “HEGEMONI INDUSTRI KOPI” DI CHANNEL YOUTUBE SUAR NUSANTARA

Cory Amelia Lorenza

amelialorenzacory@gmail.com

Program Studi Televisi dan Film, Fakultas Budaya dan Media  
Institut Seni Budaya Indonesia Bandung

## ARTIKEL

Diterima: 5 September 2021



Direvisi: 11 Oktober 2021



Disetujui: 10 November 2021

## ABSTRACT

*The rise of coffee shops in the city of Bandung has made the coffee industry sector grow rapidly. This industry generates a lot of profits from upstream “farmers” to downstream “entrepreneurs” of coffee shops. However, at the same time, this industry creates quite a big problem, especially in the presentation media and the waste generated from the industry. Suar Nusantara managed to package it in a work of coverage that combines elements of art in it. This study uses a qualitative method with semiotic analysis of Roland Barthes. From the results of the research, it is known that the work covering the “Hegemony of the Coffee Industry” denotatively describes the culture of drinking coffee which has become a lifestyle. In addition to the denotative meaning of coffee culture, connotative meanings were also found in the use of performance art elements as a form of criticism of the consumption of waste from the coffee industry which is described as accumulating and adding new traces of waste accumulation from the emergence of various coffee shops and lifestyles in the era of modernization. There are also tactics in delivering the message, namely by packaging it in a pop way to attract the attention of the millennial audience.*

**Keywords:** *Coffee Industry, Garbage, Coverage Works, Semiotics.*

## ABSTRAK

Maraknya kedai kopi di kota Bandung menjadikan sektor industri kopi berkembang pesat. Industri ini menghasilkan banyak keuntungan dari hulu “petani” hingga hilir “pengusaha” kedai kopi. Namun dengan waktu yang bersamaan industri ini menimbulkan permasalahan yang cukup besar terutama dalam media penyajian dan sampah yang

dihasilkan dari industri tersebut. Suar Nusantara berhasil mengemasnya dalam sebuah karya liputan yang menggabungkan unsur kesenian di dalamnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Dari hasil penelitian diketahui bahwa karya liputan “Hegemoni Industri Kopi” ini secara denotatif menggambarkan budaya minum kopi yang sudah menjadi gaya hidup. Selain makna denotasi mengenai budaya ngopi, ditemukan pula makna konotasi dalam penggunaan unsur *performance art* sebagai bentuk kritik terhadap konsumsi sampah dari industri kopi yang di gambarkan terakumulasi dan menambah jejak baru terkait penumpukan sampah dari munculnya berbagai kedai kopi dan gaya hidup di era modernisasi. Ditemukan pula taktik dalam penyampaian pesannya yaitu dengan mengemasnya secara pop untuk menarik perhatian penonton kalangan milenial.

**Kata Kunci: Industri Kopi, Sampah, Karya Liputan, Semiotika.**

## PENDAHULUAN

Istilah “Ngopi” identik dengan budaya nongkrong dan anak muda untuk sekadar bersantai dan saling bertukar pikiran. Disisi lain hal tersebut sebanding dengan konsumsi sampah plastik yang dihasilkan. Jika sebelumnya kopi hanya disajikan dan diminum langsung menggunakan gelas, untuk alasan kepraktisan mulai beralih menggunakan kemasan plastik. Hal tersebut menjadi bom waktu dan masalah baru yang turut menyumbang sampah di kota-kota besar.

Perkembangan sektor industri kopi tidak lepas dari tren kedai-kedai kopi kekinian seperti Kulo, Janji Jiwa, Kopi Kenangan, Kopi Soe, dll. Kehadirannya pun turut berafiliasi dengan pusat-pusat bisnis dan perbelanjaan serta aplikasi pemesanan *online* seperti Grab Food dan Go Food. Kedai-kedai tersebut mendorong anak muda untuk berkunjung dan menikmati sajiannya. Berkaitan dengan masa pandemi Covid-19, konsumsi kopi justru me-

ningkat namun dengan menggunakan media penyajian plastik.

Karena alasan kepraktisan dan untuk menjaga ke higienisan maka plastik adalah solusinya.

Menurut data dari ICO (*International Coffee Organisation*) jumlah konsumsi kopi di Indonesia terus naik tiap tahunnya, yaitu mencapai 3,4 persen pertahunnya. Berdasarkan pada data tahun 2018 sampai 2019, Indonesia menjadi produsen kopi terbesar ke-4 di dunia. Dengan capaian produksi sekitar 565 ton dan 70% di dominasi oleh kopi robusta.

Sampah dari industri kopi menjadi salah satu penyumbang yang cukup parah karena penikmatnya di seluruh dunia menggunakan kemasan plastik yang sulit di daur ulang. Seperti dari kemasan gelas plastik, tutup kemasan, dan sedotan plastik yang sering digunakan untuk *take away*. Selain itu kemasan seperti *paper cup* pun tetap akan menjadi sampah, di dalamnya tetap dilapisi plastik agar tahan panas.

Semua sampah tersebut termasuk kedalam jenis sampah yang turut menyumbang pencemaran lingkungan.

Karya liputan “Hegemoni Industri Kopi” adalah salah satu konten di Youtube Suar Nusantara, merupakan media alternatif yang banyak menyuarakan isu-isu sosial di masyarakat. Di dalam konten tersebut membahas mengenai dampak langsung dari perkembangan sektor industri kopi yang media penyajiannya turut menyumbangkan sampah yang sukar di daur ulang. Di beberapa kedai kopi kekinian penggunaan kemasan gelas plastik, tutup kemasan plastik, dan sedotan plastik cukup masif digunakan seiring dengan kebutuhan akan kepraktisan dan higienisan. Budaya ngopi tersebut sangat jelas dekat dengan gaya hidup kaum milenial yang senang dengan aktivitas berkumpul dan bertukar ide. Hal tersebut biasanya dapat menghadirkan ide-ide besar. Kritik secara tidak langsung dikemas dengan penggabungan unsur *performance art*, menambah nilai estetika tanpa mendominasi. Secara kreatif *creator* menjadikannya sebagai sisipan tanpa menyampingkan isu maupun informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak umum. Informasi semakin dikuatkan dengan data statistik, pada akhirnya konsumsi sampah dari banyak kedai kopi kekinian tersebut terakumulasi dan ikut bermuara di suatu tempat pembuangan akhir sampah yang berasal dari kota-kota besar, meninggalkan jejak baru bagi pencemaran lingkungan.

Karya liputan tersebut dikategorikan dalam karya jurnalistik. Secara etimo-

logis, jurnalistik dapat diartikan sebagai suatu karya seni dalam hal membuat catatan tentang peristiwa sehari-hari. Karya seni dimaksud memiliki nilai keindahan yang dapat menarik perhatian khalayaknya (pembaca, pendengar, pemirsa), sehingga dapat dinikmati dan dimanfaatkan untuk keperluan hidupnya. Di dalam istilah jurnalistik juga terkandung makna sebagai suatu seni dan atau keterampilan mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menyajikan informasi dalam bentuk berita secara indah agar dapat diminati dan dinikmati, sehingga bermanfaat bagi segala kebutuhan pergaulan khalayak. (Wahyudin, 2016)

“Hegemoni Industri Kopi” sendiri merupakan karya liputan yang memadukan unsur kesenian sebagai sisipan dalam liputannya, sehingga memiliki nilai estetika. Kedua unsur estetika dan kritik sosial menjadi perpaduan yang sangat menarik, kedua unsur tersebut dapat ditarik pemaknaannya melalui analisis semiotika Roland Barthes. Terutama dalam unsur *performance art* yang disajikan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pesan yang terkandung dalam karya liputan tersebut dalam unsur estetika maupun kritik sosialnya serta untuk mengetahui strategi *creator* menyampaikan pesan dalam karya liputannya.

## KAJIAN PUSTAKA

Berdasarkan apa yang sudah ditulis oleh Pradopo, Rachmat Djoko (1998 : 48) dalam “Jurnal Humaniora” No.7, semiotika adalah ilmu tentang tanda-tanda. Dalam hal ini, fenomena kemasyarakatan

dan kebudayaan merupakan sistem tanda-tanda. Tanda-tanda tersebut berupa ikon, indeks, dan simbol. Dengan mengetahui sistem, aturan-aturan dan konvensi-konvensi, tanda-tanda itu dapat dipahami dan dimengerti.

Penjelasan singkat mengenai Semiotika Roland Barthes. Analisis semiotika Roland Barthes ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna denotasi, konotasi serta mitos. Denotasi yaitu makna dalam sebuah tanda bersifat objektif dan langsung. Penggambaran tanda terhadap objek. Konotasi merupakan kelanjutan dari denotasi yaitu proses bagaimana cara menggambarannya. Terjadi interaksi saat tanda bertemu dengan perasaan pengguna, bersifat sosial dan subjektif. Sedangkan mitos merupakan bentuk lain dari konotasi, berkaitan erat dengan sejarah dan kebudayaan masyarakat dan merupakan sebuah nilai yang belum dijamin kebenarannya.

## PEMBAHASAN



SUAR NUSANTARA

Gambar 1. Poster "Hegemoni Industri Kopi".  
(Sumber: Suar Nusantara)

"Hegemoni Industri Kopi" merupakan karya jurnalistik yang digarap oleh seorang aktivis sosial bernama Yogi A. Gumilar atau sering akrab di panggil Parayogi. Di dalamnya membahas keresahan mengenai perkembangan industri kopi yang membawa dampak negatif bagi lingkungan hidup. Peralihan media penyajiannya yang pada awalnya menggunakan gelas kaca, beralih menggunakan plastik yang sukar untuk di daur ulang, atas nama keefisienan dan keefektifan kerja produsen. Keadaannya semakin mengkhawatirkan di tengah pesatnya kedai kekinian yang dibarengi gaya hidup kaum milenial yang semakin konsumtif dan menjadikannya sebagai kebiasaan, sementara ide-ide dahsyat terkadang hadir ketika budaya "Ngopi" ada. Semuanya semakin terakumulasi dan menimbulkan dampak yang serius bagi lingkungan hidup. Meskipun bukan sebagai penyumbang utama.

Setelah melakukan rangkaian analisis terhadap makna karya liputan "Hegemoni Industri Kopi", penulis dapat memahami bahwa Semiotika sangat penting bagi beberapa keilmuan khususnya yang berkaitan dengan ilmu komunikasi. Untuk membaca tanda dan gejala dalam suatu karya khususnya dalam media visual seperti film atau karya liputan jurnalistik. Seorang *creator* memadukan berbagai tanda-tanda sebagai upaya terstruktur dalam menyampaikan sebuah makna pada khalayak umum.



**Gambar 2.** Cuplikan *performance art* di beberapa kedai kopi di Kota Bandung.  
(Sumber: Suar Nusantara)



**Gambar 3.** Cuplikan *performance art* di TPA Sarimukti.  
(Sumber: Suar Nusantara)



**Gambar 4.** Cuplikan data statistik sampah industri Kopi Kota Bandung.  
(Sumber: Suar Nusantara)

Menganalisis makna denotasi dan konotasi dalam karya liputan “Hegemoni Industri Kopi”. Peneliti menemukan bahwa terdapat tanda atau simbol yang digunakan *creator* dalam menggambarkan kere-sahannya mengenai perkembangan industri kopi yaitu melalui kritik sosial yang dibalut dengan nilai estetika. Dalam

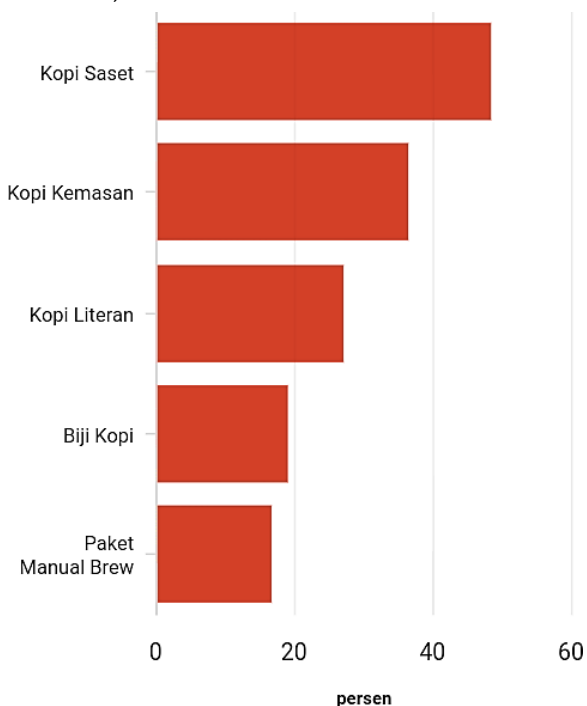
makna denotatifnya karya liputan tersebut memberikan gambaran tentang budaya “Ngopi” yang sudah menjadi gaya hidup khususnya di kalangan milenial. Kemudian, penggunaan tanda atau simbol tersebut terlihat pada saat munculnya dua tokoh yang bertopeng putih yang mengham-piri setiap kedai kopi untuk membeli kopi secara *take away*, semua kemasan kopi yang mereka beli tersebut menggunakan gelas plastik beserta sedotan plastik. Setiap kali mereka mengunjung kedai kopi, sampah bekas kemasan kopi yang sudah mereka minum tertempel di badan mereka, sampai akhirnya terakumulasi banyak hingga dalam suatu adegan membawa mereka pada proses akhir tempat pembuangan sampah. Keduanya melakukan *performance art* yang memperlihatkan betapa kumuhnya kondisi TPA Sarimukti yang menampung sampah dari wilayah Bandung Raya. Secara konotatif dapat disimpulkan bahwa hal tersebut menandakan bahwa konsumsi sampah dari industri kopi sudah mulai mengkhawatirkan, semakin terakumulasi dan menjadi masalah baru dalam pengelolaan sampah di kota Bandung. Di tayangan akhir kita diingatkan kembali pada peristiwa meledaknya TPA Leuwi Gajah akibat *overload* sampah. Pengemasannya bersama data-data statistik semakin memperkuat informasi yang di sampaikan.

Dalam penyampaianya *creator* menggunakan strategi “Pop” untuk menyasar kalangan milenial, karena dekat dengan keseharian dan gaya hidup mereka. Terlihat dari proses pengambilan gambar yang *point of interest* nya selalu anak muda, proses wawancara mengenai



media penyajian kopi tergetnya anak muda. Serta yang paling memikat adalah penggunaan *background* yang sangat populer dikalangan anak muda. Kurang lebihnya sangat menyentil kondisi mereka dengan gaya hidupnya yang kekinian untuk lebih *aware* dan bijak dalam konsumsi sampah.

Pemaparan isu lingkungan yang berkaitan dengan pola konsumsi sampah, khususnya di kota Bandung dalam karya liputan tersebut tepat dan benar adanya. Meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia menjadikannya sebagai *trend* gaya hidup baru. Menurut *International Coffee Organization* (ICO) dalam laporan pengembangan kopi tahun 2019, Indonesia berada di peringkat ke-4 produsen terbesar kopi dunia. Berkisar tahun 2013 sampai 2018 produksi kopinya bisa mencapai 12 juta karung dengan berat 60 kg. Menyaingi Vietnam, Brazil dan Kolombia.



**Gambar 5.** Pilihan Jenis Kopi selama Pandemi Corona.

(Sumber: Inventure Indonesia, Alvora Research Center, 26 Oktober 2020)

Konsumsi sampah dari industri kopi menjadi salah satu penyumbang yang cukup parah karena penikmatnya di seluruh dunia menggunakan kemasan plastik yang sulit di daur ulang. Meskipun bukan penyumbang utama, kemasan gelas plastik, tutup kemasan, dan sedotan plastik pada akhirnya akan turut mencemari lingkungan apabila tidak dikelola dengan baik. Memasuki masa pandemi Covid-19, konsumsi sampah dari penjualan kopi semakin meningkat. Untuk alasan efisiensi dan higienitas sejumlah produsen menggantinya dengan kemasan plastik agar kopi bisa di *take away* dan dinikmati dimana saja dan kapan saja. Ditambah semakin praktisnya pemesanan kopi lewat aplikasi pemesanan *online*.

Menurut sumber artikel berita *online* ayobandung.com (04/01/2021) di jelaskan bahwa kondisi terakhir TPA Sarimukti kondisinya sangat *overload*, bahkan sempat terjadi longsor timbunan sampah akibat hujan yang mengguyur kota Bandung dengan intensitas tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan sampah di Kota Bandung memang belum maksimal, dinas terkait pun terkesan kewalahan menanganinya. Program-program sudah dicanangkan untuk menjaga kapasitas TPA Sarimukti agar tetap bisa menampung sampah sampai tahun 2023.

Peneliti memiliki penilaian bahwa karya liputan tersebut sangat informatif, tidak berupaya untuk mengintervensi pihak manapun. Secara eksklusif menyasar kalangan milenial yang memiliki kecenderungan gaya hidup konsumtif. Penggabungan unsur estetika dan kritik sosial sangat

jelas terlihat, keduanya saling mengisi, disisi lain karya liputan tersebut mempunyai nilai estetika juga nilai kritik yang tersampaikan dengan jelas melalui perpaduan tanda-tanda untuk penyampaian maknanya.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti, bisa disimpulkan bahwa *creator* "Hegemoni Kopi Industri" berusaha menyampaikan keresahannya melalui balutan estetika dan kritik sosial. Strategi penyampaian pesan dalam liputan yaitu dikemas secara "Pop" dari segi penuturan menyasar kalangan milenial. Terlihat dari *point of interest* liputan tersebut adalah anak muda yang sedang nongkrong di kedai-kedai kopi.

Secara pemaknaan, liputan tersebut menggambarkan budaya "Ngopi" yang sudah menjadi *trend* gaya hidup kalangan milenial. Membuat produsen melakukan efisiensi dan efektifitas dengan mengganti media penyajian menjadi kemasan plastik.

*Performance art* sebagai bentuk sisipan dalam liputan untuk menambah nilai estetika. Selain itu, hal tersebut dapat dimaknai sebagai kritik terhadap konsumsi sampah plastik dari kedai-kedai kopi di Kota Bandung yang semakin mengkhawatirkan, terakumulasi dan menjadi permasalahan baru bagi pencemaran lingkungan hidup.

Berdasarkan data karya liputan tersebut sangat akurat. Informasi dikuatkan dengan data-data statistik yang disajikan dari sumber yang valid. Pembuat liputan memaparkan data secara terperinci

melalui teknik infografis yang mudah dipahami. Karya liputan ini berhasil memasukkan unsur 3E, yaitu Etis, Edukatif, dan Estetis.

## DAFTAR REFERENSI

- Ariani, Desi Mellysa. (2019). Makna Film Dokumenter *What The Health*. ETTISAL: Journal of Communication Vol. 4, No. 2, Desember.
- Ayobandung.com. (2021). Longsor Sampah di TPA Sarimukti, DLH: Kapasitas Sudah Sangat Overload. Retrieved From <https://www.google.com/amp/s/amp.ayobandung.com/read/2021/06/04/237838/longsor-sampah-di-tpa-sarimukti-dlh-kapasitas-sudah-sangat-overload>, diakses pada 19 Juni 2021.
- BPTP Balitbangtan. (2021). Kopi dan Peluang Pengembangannya di Indonesia. Retrieved From <https://babel.litbang.pertanian.go.id/index.php/berita/4-info-aktual/1285-kopi-dan-peluang-pengembangannya-di-indonesia> Diakses pada 20 Juni 2021.
- Katadata.co.id. (2020). Peluang Wanginya Industri Kopi Indonesia Usai Pandemi. Retrieved From <https://katadata.co.id/muhammadridhoi/analisisdata/5fca6227da8b9/peluang-wanginya-industri-kopi-indonesia-usai-pandemi>, diakses pada 19 Juni 2021.
- Otten Magazine. (2018). Sampah Dari Konsumsi Kopi Ternyata Merusak Bumi. Retrieved From

<https://majalah.ottencoffee.co.id/sampah-dari-konsumsi-kopi-ternyata-merusak-bumi/>, diakses pada 21 Juni 2021.

Pradopo, Rachmat Djoko. ( 1998 ).  
Semiotika: Teori, Metode, dan Pene-

rapannya. Jurnal Humaniora No.7,  
Januari-Maret.

Wahyudin. (2016). Pengantar Jurnalistik  
Olahraga. Bandung: Penerbit Sim-  
biosis Media.