

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini berfokus pada representasi budaya kopi yang digambarkan dalam film dokumenter karya Budi Kurniawan berjudul *Aroma of Heaven*. Film *Aroma of Heaven* adalah film dokumenter Indonesia yang bertemakan tentang perjalanan kopi Indonesia yang memiliki sejarah lebih dari 300 tahun sejak pertama kali ditumbuhkembangkan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode penelitian semiotika dari Roland Barthes. Signifikansi penelitian ini didasarkan pada minimnya penelitian yang membahas representasi budaya kopi di Indonesia.

Budaya Kopi menurut Tucker (2011) memberikan sejarah industri kopi yang mendetail dan menggugah pemikiran, mulai dari budidaya dan pemrosesan biji, hingga pengangkutan produk antar benua, hingga evolusi kedai kopi di seluruh dunia. Secara keseluruhan, Budaya Kopi memberikan kombinasi yang sangat baik dari narasi sejarah, informasi tentang praktik berkelanjutan untuk menanam dan memproses biji kopi. Budaya dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang dipikirkan, dimiliki, dan membuat manusia bertindak sebagai anggota masyarakat. Perumpamaannya adalah sebagaimana air untuk ikan, budaya untuk manusia. Melalui budaya, mengkonsumsi kopi dapat memperkuat identitas, nilai, atau ikatan sosial. Kopi sebagaimana makanan dan minuman lainnya, mampu beradaptasi dengan konteks budaya yang berbeda-beda (Tucker, 2011: 10). Seperti misalnya makna kopi bagi masyarakat Gayo yang memaknai kopi sebagai anak mereka sendiri. Pemaknaan ini bukannya tanpa alasan. Jika kembali ke paruh kedua tahun 1950-an pada era pergolakan DI/TII yang menyebabkan ekonomi masyarakat Gayo ambruk, orang Gayo mulai bangkit dengan berkebun kopi. Begitu pula pada akhir tahun 2005 dimana aktivitas perkebunan kopi di Aceh Tengah mulai bangkit kembali akibat konflik bersenjata antara Pemerintah

RI dan GAM (Sutrisna, 2007: 18). Masyarakat Gayo kemudian memaknai nilai kopi tidak hanya sebagai komoditas, akan tetapi sebagai anak sendiri karena kopi mampu menopang kembali perekonomian dan kehidupan masyarakat disana.

Sejalan dengan ritual kopi yang dilakukan oleh masyarakat Gayo, begitu juga ritual kopi yang dilakukan masyarakat Ethiopia. Metasebia E. Yoseph (2013: 39) dalam tesisnya berjudul *'A Culture of Coffee: Trasmediating the Ethiopian Coffee Ceremony'* menyatakan:

'As the most lucrative agricultural commodity, coffee started from its birthplace in the highlands of Ethiopia and slowly made its way around the world. At one time, the Ethiopian coffee ceremony was faith and religion embodied in practice. Its cultural diffusion can be observed from its development the changes in brewing practices, utensil design, ritual method and consumption. Similarly, its cultural symbolism has been constructed and reconstructed, layer-by-layer. The social aspect of drinking coffee was a driving force behind its adoption in Middle Eastern, and later European, cafe cultures. The cultivation of this seemingly inherent practice was first nurtured in Ethiopia, and propelled by ceremonial rites that have been passed down through generations and across cultures. Coffee's history and present-day ubiquity only add to the allure of a libation that has affected the world over one cup at a time.'

'Sebagai komoditas pertanian yang paling menguntungkan, kopi dimulai dari tempat kelahirannya di dataran tinggi Ethiopia dan perlahan menyebar ke seluruh dunia. Pada suatu waktu, upacara minum kopi Ethiopia adalah keyakinan dan agama yang diwujudkan dalam praktik. Difusi budayanya dapat dilihat dari perkembangannya, perubahan praktik pembuatan bir, desain alat, metode ritual dan konsumsi. Demikian pula, simbolisme budayanya telah dibangun dan direkonstruksi, lapis demi lapis. Aspek sosial dari minum kopi adalah pendorong di belakang adopsi di Timur Tengah, dan kemudian di Eropa, budaya kafe. Budidaya praktik yang tampaknya melekat ini pertama kali dipelihara di Ethiopia, dan didorong oleh upacara seremonial yang telah diturunkan dari generasi ke generasi dan lintas budaya. Sejarah kopi dan keberadaannya di mana-mana saat ini hanya menambah daya pikat libation yang telah mempengaruhi dunia lebih dari satu cangkir pada satu waktu. "

Meskipun kopi menjadi komoditas dengan kekuatan ekonomi yang secara kultural dekat dengan tradisi masyarakat sekitar. Anam (2015: 14) menjelaskan alasan mengapa budaya kopi dapat dibaca sebagai sebuah konsep kebudayaan adalah dengan melihat adanya ruang budaya dimana didalamnya terbentuk secara struktural dan bekerja secara historis. Apabila merujuk pada budaya kopi, budaya ini tidak hanya

berada pada kebahasaan yang terbentuk secara diskursif melainkan dapat dilihat secara konkrit dalam materialitasnya, kopi tampil sebagai sebuah komoditas. Kopi hadir sebagai komoditas yang ditampilkan dengan seperangkat cara untuk menyerapnya sebagai bagian dari formasi sosial masyarakat. Dan disaat yang bersamaan, cara menyerap dan penempatan komoditas kopi berkaitan dengan kelas dan kesadaran dan posisi sosialnya.

Sejarah mencatat bahwa Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Akan tetapi, selama ini yang ditampilkan oleh banyak kalangan tentang kopi hanya dari sudut pandang industri. Realita terkait keberlangsungan lingkungan tempat kopi di tanam, kesejahteraan para petani kopi, serta kehidupan masyarakat sekitar tempat kopi di tanam sangat jarang ditampilkan oleh media. Di kedai kopi sendiri, berkumpul orang-orang dari latar belakang pebisnis, politikus hingga kaum sosial menengah dan golongan bawah. Hal ini mendukung argumentasi Anam (2015: 7) yang menyatakan bahwa kopi ditampilkan sebagai sarana pembedaan antara kelas dan preferensi kultural. Kemudian berujung pada pembentukan formasi identitas sekaligus sarana pelepasan waktu luang dalam ruang privat maupun komunalitas di ruang publik.

Ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian terkait budaya kopi juga dipengaruhi oleh tingginya produksi kopi di Indonesia sejak era pemerintah kolonial Belanda. Seavoy (2003) menyatakan bahwa faktanya pada tahun 1725 hampir sembilan puluh persen kopi yang dijual ke Eropa berasal dari Jawa (Brink, 2017). Wiraseto (2016) menjelaskan bahwa produksi kopi di Jawa sangat terkenal di Eropa. Kepopuleran tersebut yang kemudian memunculkan istilah "*A Cup of Java*" yang berarti "secangkir kopi" (Rahayu et al., 2019: 414). Selain itu, ketertarikan peneliti sedikit banyak juga berasal dari buku Max Havelaar karya Eduard Douwes Dekker yang bercerita tentang kisah kolonialisasi Belanda atas Indonesia tersebut. Salah satu tokoh pada buku itu bernama tuan Droogstoppel yang merupakan pebisnis kopi sukses asal Amsterdam, memiliki kekayaan berlimpah, dan keluarga yang baik. Cerita dalam buku ini bermula ketika tuan Droogstoppel menemukan manuskrip milik Mr. Sjaalman di depan rumahnya dan dalam pesan di manuskrip tersebut Mr. Sjaalman

memintanya untuk menerbitkan buku. Awalnya tuan Droogstoppel tertarik dengan manuskrip tersebut karena bercerita tentang informasi perdagangan kopi di Hindia Belanda, seperti kopi di Cirebon. Akan tetapi, setelah tuan Droogstoppel dan kerabatnya bernama Stern menyusun manuskrip tersebut, mereka menemukan suatu kisah kelam tentang kolonialisme yang persoalan kolonial terjadi di negeri nan jauh di timur.

Novel Max Havelaar karya Eduard Douwes Dekker atau Multatuli mengisahkan isu serupa yaitu tentang eksploitasi masyarakat pribumi di Jawa. Isu yang coba diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini juga erat kaitannya dengan eksploitasi saat era kolonialisme yang terjadi di berbagai daerah di Indonesia. Isu terkait dengan eksploitasi sebagian besar terjadi di daerah-daerah penghasil kopi terbesar di Indonesia mulai era kolonial hingga saat ini. Beberapa di antaranya adalah di Jawa (tepatnya di Pekalongan), Aceh (tepatnya di Gayo), dan di Nusa Tenggara (tepatnya di Ruteng). Peneliti berasumsi bahwa di setiap daerah di Indonesia yang dahulunya dihampiri sistem tanam paksa perkebunan kopi, terdapat budaya serta pemaknaan yang berbeda masyarakat dalam memandang nilai dari kopi. Catherine M. Tucker (2011: 11) dalam penelitiannya tentang budaya kopi berjudul *"Coffee Culture: Local Experience, Global Connections"* menjelaskan:

"Coffee culture can unite actions, beliefs, and special knowledge to distinguish members from nonmembers, and the more knowledgeable from the less knowledgeable. Coffee has become popular as a local and global beverage in part because people see coffee as "our own." Coffee becomes meaningful for many reasons, which include the attachments or fondness that people develop for the ways that coffee is prepared and served, the places or contexts in which they consume coffee, and the ideas and feelings associated with drinking coffee. More of the world's coffee is consumed in homes than in any other place, thus coffee has become part of the comforts of family life for many adults. But coffee is also omnipresent in public life, where coffeehouses have played a key role in popularizing coffee and building coffee culture."

"Budaya kopi dapat menyatukan tindakan, keyakinan, dan pengetahuan khusus untuk membedakan anggota dari non anggota, dan yang lebih berpengetahuan dari yang kurang berpengetahuan. Kopi telah menjadi populer sebagai minuman lokal dan global sebagian karena orang melihat kopi sebagai "milik kita". Kopi menjadi bermakna karena berbagai alasan, yang meliputi keterikatan atau kesukaan yang dikembangkan orang terhadap cara kopi

disiapkan dan disajikan, tempat atau konteks di mana mereka mengonsumsi kopi, serta gagasan dan perasaan yang terkait dengan minum kopi. Lebih banyak kopi dunia dikonsumsi di rumah daripada di tempat lain, sehingga kopi telah menjadi bagian dari kenyamanan kehidupan keluarga bagi banyak orang dewasa. Tetapi kopi juga ada di mana-mana dalam kehidupan publik, di mana kedai kopi telah memainkan peran kunci dalam mempopulerkan kopi dan membangun budaya kopi.”

Perbedaan dari budaya kopi di setiap daerah bukannya tanpa alasan. Perbedaan budaya dan kegunaan kopi bisa juga dipengaruhi oleh relasi sosial dan divisi kelas. Terlebih pada masa kolonialisme terdapat divisi kelas antara kolonial Belanda, kelas pribumi, kelas bangsawan, hingga kelas budak sistem tanam paksa yaitu para petani. Hal ini yang menciptakan konstruksi sosial budaya kopi di setiap kelas sosial menjadi berbeda-beda. Penelitian dari ilmuwan sosial Perancis, Pierre Bourdieu (1984) dalam Tucker (2011: 23-24) menyatakan bahwa dari survei terperinci yang ia lakukan terhadap populasi Perancis untuk mengetahui hubungan antara pekerjaan, pengetahuan budaya, sumber daya ekonomi, prefensi, dan perilaku sosial menghasilkan:

“The analysis found that different occupational classes in French society express distinctive patterns in cultural knowledge, economic resources and preferences, and taste. Members of privileged classes, composed of those with well-paying jobs and/or inherited wealth, have tastes in food, art, music, clothing, and so on that relate to greater economic resources and higher education in prestigious schools. They have autonomy to make choices, and can define luxury. Among the intermediate and less-privileged classes, the levels of education and economic resources restrict options, and necessity influences their choices. They develop meaningful preferences for food among the options available to them.”

“Analisis tersebut menemukan bahwa kelas pekerjaan yang berbeda dalam masyarakat Prancis mengungkapkan pola yang berbeda dalam pengetahuan budaya, sumber daya dan preferensi ekonomi, dan selera. Anggota kelas istimewa, terdiri dari mereka yang memiliki pekerjaan bergaji tinggi dan / atau kekayaan warisan, memiliki selera dalam makanan, seni, musik, pakaian, dan sebagainya yang berhubungan dengan sumber daya ekonomi yang lebih besar dan pendidikan tinggi di sekolah bergengsi. Mereka memiliki otonomi untuk membuat pilihan, dan dapat mendefinisikan kemewahan. Di antara kelas menengah dan kurang beruntung, tingkat pendidikan dan sumber daya ekonomi membatasi pilihan, dan kebutuhan mempengaruhi pilihan mereka. Mereka mengembangkan preferensi yang berarti untuk makanan di antara pilihan yang tersedia bagi mereka.”

Secara historis, komoditas kopi diidentikkan dengan persoalan kolonialitas. Apabila merujuk kembali pada konteks kesejarahan, kopi merupakan komoditas yang menjadi penting bagi akumulasi modal kaum kolonialis. Lebih jauh lagi, persoalan tentang kopi tidak hanya menempatkannya sebagai relasi kultural yang tampak disubordinasi oleh kolonial. Persoalan menarik tentang kopi dari kaca mata peneliti adalah bagaimana menempatkan kopi dalam ruang kebudayaan. Kopi tidak hanya dilihat sebagai sesuatu yang natural dan netral, akan tetapi kopi secara kultural lekat dengan tradisi dan keseharian masyarakat. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Samsul Anam (2015: 6-7) yang berjudul *Budaya Kopi: Pengembangan Perkampungan Etnik Using dan Potensi Kuliner Berbasis Lokalitas*, kopi ditampilkan sebagai sarana pembedaan antara kelas dan preferensi kultural yang membentuk formasi identitas.

Akan tetapi, terlepas dari tren kedai kopi yang sedang naik daun dan dihinggap oleh masyarakat populer saat ini. Sejarah tentang kopi di Indonesia menjelaskan bagaimana awal dari perjalanan kopi di Indonesia hingga menjadi suatu kebudayaan yang diminati oleh hampir seluruh lapisan masyarakat saat ini. Kopi menyimpan sejarah dan memori kolektif. Dilansir dari *website* Indonesia Investments, kisah tentang perjalanan kopi di Indonesia menjadi menarik karena sejalan dengan sejarah penjajahan kolonial di Indonesia. Sejak zaman kolonialisme di Indonesia, sejarah kopi di Indonesia adalah sejarah tentang penindasan. Munculnya kolonialisme di Indonesia perlahan menjadi sumber perbudakan. Pada abad ke-16, kolonialisme kopi mulai terjadi di Indonesia sejak kopi pertama kali didatangkan oleh Belanda ke Indonesia tepatnya pada tahun 1696. Jika menilik kembali ke belakang, perbudakan yang dilakukan oleh Belanda biasa disebut dengan sistem tanam paksa. Sistem tanam paksa atau *Cultivation System* tidak hanya didominasi oleh pemerintah Belanda saja. Pemegang kekuasaan di Jawa, pengusaha Eropa dan China turut mengambil andil di dalam pelaksanaan sistem tersebut (<https://www.indonesia-investments.com/culture/politics/colonial-history/item178>).

Pelaksanaan sistem tanam paksa atau *cultuurstelsel* sejak tahun 1830 nyatanya membebani bukan hanya mereka yang berprofesi sebagai petani, tetapi juga mereka

yang dipaksa untuk bekerja di kebun. Sistem ini digunakan oleh kolonial (Belanda) untuk mengontrol dan mengeksploitasi tenaga kerja dan sumber daya sepenuhnya di Hindia Belanda (Indonesia). Dalam rentang waktu 1832 dan 1852 sekitar 19 persen dari total pendapatan bangsa Belanda didapatkan dari kolonialisasi di Jawa. Pada 1860 dan 1866 mencapai 33 persen. Boomgard (2003: 83) menyebutkan juga tentang kayanya kisah perbudakan di Indonesia di masa lampau, terlebih perbudakan kopi. Menurutnya, sejarah perbudakan di Indonesia dapat dijumpai lewat objek-objek di banyak daerah:

“However, slavery in Indonesia has also featured in historical monographs on cities where slavery was prominent and for which there exist rich historical source. Strangely, labour history, a subject those interested in slavery would intuitively turn to, turns out to be an almost empty category as far as Indonesia prior to 1870 is concerned, apart from the many studies on Java under the so-called Cultivation System”.

“Namun, perbudakan di Indonesia juga ditampilkan dalam monografi sejarah di kota-kota di mana perbudakan menonjol dan yang kaya akan sumber sejarah. Anehnya, sejarah perburuan, subjek yang secara naluriah tertarik pada perbudakan, ternyata menjadi kategori yang hampir kosong bagi Indonesia sebelum 1870, terlepas dari banyak studi tentang Jawa di bawah apa yang disebut Sistem Budidaya”.

Di Gayo Sendiri, kehadiran kekuasaan Belanda atas kopi di Tanah Gayo terjadi pada tahun 1904 seiring dengan mulai hadirnya para pendatang yang menetap. Wilayah Aceh Tengah pada masa itu menjadi *Onder Afdeeling Nordkus Atjeh* dengan Sigli sebagai ibukotanya. Kebun kopi di Tanah Gayo ditanam pada ketinggian 1.000-1.700 m di atas permukaan laut dimana ketinggian ini adalah angka ideal bagi tumbuh dan berkembangnya tanaman kopi. Sejak dibukanya perkebunan kopi di Tanah Gayo, mulai bermunculan perkampungan baru. Munculnya perkampungan tersebut sebagai upaya Belanda untuk menjadikan Gayo sebagai lumbung penghasil kopi kualitas ekspor jenis Arabika. Penanam kopi jenis arabika secara besar-besaran tentu saja dikarenakan nilai jual di pasar Internasional pada saat itu cukup tinggi dibandingkan jenis kopi robusta (Sutrisna, 2007: 15).

Apabila kita mundur lagi ke belakang, sistem tanam paksa komoditi kopi di Jawa sudah terjadi sejak tahun 1830-an. Semenjak diperkenalkannya kopi jenis

Arabika oleh para pengusaha Belanda di Batavia, tanaman kopi mengalami perkembangan yang cukup pesat hingga ke daerah lain di Jawa Barat, seperti Bogor, Sukabumi, Banten, Priangan, hingga Pekalongan. Pada saat itu, pemerintah Belanda juga mulai memperkenalkan sistem tanam paksa (*Cultuurstelsel/Cultivation System*). Melalui sistem tersebut, petani diwajibkan menanam seperlima kebun garapan mereka dengan tanaman komoditi ekspor yang dimiliki oleh pemerintah termasuk kopi atau bekerja selama 66 di kebun milik pemerintah. Antara tahun 1830-1834, sistem tanam paksa ini menghasilkan angka yang cukup besar bagi pemerintah kolonial Belanda termasuk produksi kopi Arabika yang mencapai 26.600 ton. Berselang setahun setelahnya, produksi kopi meningkat pesat menjadi 79.600 ton (Creutzberg dalam Sutrisna, 2007: 13).

Daniel ten Brink (2017) dalam tulisannya berjudul *From Colonialism to Fairtrade Power Struggles Between Indonesia and the Netherlands Through the Perspective of Coffee* menyatakan bahwa *Het Cultuurstelsel* atau *Cultivation System* dibuat oleh Belanda pada 1830 untuk mengontrol secara penuh dan mengeksploitasi tenaga kerja dan sumber daya di Hindia Belanda. *Cultuurstelsel* di Indonesia pada saat itu menurut Brink adalah untuk meningkatkan budidaya tanaman kopi dan orang Indonesia (lokal) dipaksa untuk menanam secara terus-menerus kopi yang lebih banyak. Menurut De Jong (1984) dalam Brink (2017) menjelaskan tentang filosofi atau nilai yang menciptakan *cultuur stelsel*, “*The colonies exist for the Motherland, and not the Motherland for the colonies.*” Pernyataan De Jong lalu didukung oleh Breman (2010) dalam Brink (2017), “*The company considered themselves as owner of the land and the people, and acted as such.*” Rasa memiliki ini yang kemudian membentuk perilaku pemerintah kolonial dan pedagang Belanda untuk lebih berkuasa dan menekan secara terus menerus sumber daya dan pekerja untuk memproduksi lebih banyak lagi. Terutama produksi kopi di Jawa pada saat itu.

Tingginya produksi kopi di Jawa sesudah maupun sebelum diberlakukannya *cultuurstelsel* kemudian mendorong pemerintah kolonial Belanda untuk melakukan perluasan wilayah perkebunan kopi di Indonesia. Komoditas kopi datang ke Manggarai sekitar tahun 1908 dan dibawa oleh pemerintah kolonial atas dukungan

Raja Manggarai Alexander Baroek. Inilah alasan mengapa kopi disana disebut dengan kopi *tuang* (kopi tuan) karena dibawa oleh tuan-tuan Belanda bersama para misionaris. Hingga pada tahun 1920-an, pemerintah kolonial mencanangkan pengembangan sentra tanaman kopi di wilayah Colol. Masyarakat Colol didorong untuk mengembangkan rencana program tersebut dan sejak saat itu kopi menjadi komoditas utama masyarakat Colol untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Pemerintah kolonial Belanda memilih Ruteng sebagai pusat administrasi dari perkebunan kopi di Manggarai. Bagi orang Manggarai, Nusa Tenggara Timur, menanam kopi bukan semata-mata pencaharian. Menanam kopi adalah warisan leluhur yang perlu diteruskan. Menurut Agustinus Songsi, salah seorang petani kopi di Colol (dalam Wijayanto, 2018), menyatakan bahwa, “Tradisi minum kopi pahit berkembang bukan karena warga sulit mendapatkan gula. Itu sudah tradisi sejak nenek moyang kami. Ini bentuk penghargaan kami terhadap kopi.”

‘Kopi telah melebur dalam nilai-nilai dan tradisi hidup masyarakat Pulau Flores, Nusa Tenggara Timur, lebih dari seabad terakhir. Bermula di Dataran Tinggi Colol, kopi menyebar ke penjuru Flores, pulau bunga itu. Kini, geliat wisata menjaga denyutnya’ (Wijayanto, 2018).

Sejarah perjalanan kopi di Indonesia sejak dulu hingga kini bukan hanya tentang komoditas atau sajian dalam ritual semata, akan tetapi kopi merupakan sejarah kelam penjajahan dan saksi bisu tentang kolonialisme yang terjadi pada bangsa ini. Ironisnya, meskipun Indonesia merupakan penghasil kopi-kopi berkualitas, sejak zaman kolonialisme Belanda dengan VOC (*Vereenigde Oost-Indische Compagnie*). Pada era tersebut, dimana hampir 2/3 pasokan kopi Eropa berasal dari Indonesia, tidak sedikit dari para petani kopi yang teralienasi dan tidak mampu mencicipi hasil jerih payahnya sendiri. Diskriminasi dan kolonialisme kopi terus berlanjut. Belanda secara teratur dan terstruktur berfokus pada penanaman kopi yang tidak dapat dikonsumsi oleh petani atau keluarga mereka sendiri dengan mengharuskan petani membayar pajak yang seringkali dalam bentuk tanaman pertanian seperti kopi (Koss, 2020).

Menurut Saravanan (2004) baik di Indonesia maupun di negara lain yang diduduki oleh kolonialisme, narasi sejarah tentang perkebunan kopi menunjukkan dengan jelas bahwa kependudukan pemerintah kolonial tidak hanya mengabaikan

kesejahteraan dari para petani kopi, akan tetapi juga kelangsungan lingkungan dan ekosistem di daerah perkebunan kopi. Nasib petani kopi di era kolonial juga hanya sebagai budak penambah devisa bagi bangsa kolonial. Menurut Daniel ten Brink (2017) dalam tesisnya berjudul *“From Colonialism to Fairtrade: Power Struggles Between Indonesia and the Netherlands Through the Perspective of Coffee”* menjelaskan:

‘The labour system had significant impacts on the Indonesian people and its landscapes, and was entirely formative of the coffee production in the Dutch-Indies. I will discuss this in more detail in the following passages. At the end of the eighteenth century, around five and a half tonnes of coffee was produced on Java. Coffee production (on Java) gradually increased during the start of the nineteenth century, surpassing 25,000 tonnes in 1820.. But, this growth in coffee production would reach its peak only after the cultuurstelsel was implemented. Coffee production also put a strain on the available labour in Indonesia: by 1840, nearly an eighth of the total Indonesian population was forced to work on the lands, cultivating cash crops for benefit of the Dutch state. The focus on coffee of the Dutch colonial authorities had a good reason. Coffee provided a continuous, stable source of profits from Java for the Netherlands, which could not be matched by any other commodity.’

‘Sistem tenaga kerja memiliki dampak yang signifikan pada masyarakat Indonesia dan bentang alamnya, dan sepenuhnya membentuk produksi kopi di Hindia Belanda. Saya akan membahas ini secara lebih rinci dalam bagian-bagian berikut. Pada akhir abad kedelapan belas, sekitar lima setengah ton kopi diproduksi di Jawa. Produksi kopi (di Jawa) secara bertahap meningkat selama awal abad kesembilan belas, melampaui 25.000 ton pada tahun 1820. Namun, pertumbuhan produksi kopi ini akan mencapai puncaknya hanya setelah Cultuurstelsel dilaksanakan (idem). Produksi kopi juga membebani tenaga kerja yang ada di Indonesia: pada tahun 1840, hampir seperdelapan dari total penduduk Indonesia dipaksa bekerja di tanah, menanam tanaman komersial untuk kepentingan negara Belanda. Fokus pada kopi pemerintah kolonial Belanda punya alasan bagus. Kopi menyediakan sumber keuntungan yang terus menerus dan stabil dari Jawa bagi Belanda, yang tidak dapat ditandingi oleh komoditas lain.’

Pengaruh kolonialisme di Indonesia secara luas berdampak pada kemajuan agrikultur perindustrian kopi, tetapi tetap saja kesejahteraan petani kopi masih terlupakan. *Specialty Coffee Association* (2019) menyatakan bahwa meskipun telah terdapat sertifikasi Fairtrade perdagangan kopi yang membantu petani. Namun harga minimum yang terlalu rendah dan belum memperhitungkan biaya-biaya produksi atau

kontribusi menciptakan permasalahan baru. Belum lagi dengan adanya *Fairtrade* belum mampu menjanjikan kepada petani harga yang apresiatif (Brink, 2017). Meski diakui terdapat kekuatan lain yang menyebabkan kopi dengan kualitas tinggi hanya dapat dinikmati oleh golongan atau kelas ekonomi sosial tertentu sebagaimana yang terjadi di era kolonialisme. Dan ironisnya, tuntutan akan konsumsi kopi dengan harga murah membuat Indonesia masih mengimpor kopi kualitas rendah dari negara lain seperti Vietnam. Sedangkan, notabene Indonesia merupakan salah satu negara dengan penghasil kopi berkualitas terbesar di dunia.

Nama besar Indonesia sebagai salah satu produsen kopi terbesar di dunia perlahan mulai menarik minat banyak pihak untuk terjun di dalamnya. Seiring besarnya industri kopi di Indonesia saat ini, mulai banyak media yang menampilkan realitas masyarakat dan daerah penghasil kopi di Indonesia seperti di Jawa, Gayo, hingga Ruteng Nusa Tenggara Timur. Awal mula kopi didatangkan oleh pemerintah Belanda, bagaimana proses perkembangan industri kopi hingga saat ini, serta kondisi ekonomi sosial petani kopi di berbagai daerah penghasil kopi terbesar di Indonesia. Budaya serta nilai-nilai yang dimiliki oleh kopi di setiap daerah di Indonesia mulai menjadi isu-isu yang diangkat di banyak media mulai dari buku, film, hingga *web series*. Beberapa di antaranya berbentuk dokumentasi perjalanan polemik kopi di Indonesia yang sudah berjalan hampir 300 tahun sejak pertama kali didatangkan. Konteks tentang sejarah kelam opresi dan kolonialisme pada era Jendral Van Hoorn serta Admiral Daendels juga ditampilkan dalam beberapa film dokumenter salah satunya pada film *Aroma of Heaven* (Biji Kopi Indonesia) yang akan diteliti dalam tulisan ini. Bahwa, perjalanan alur sejarah kopi di Indonesia juga berasal dari tradisi, budaya, seni, iman serta keyakinan adat. Film ini tidak hanya bicara asal-usul cita rasa kopi, tidak sekedar bicara tren atau gaya hidup minum kopi masa kini, *Aroma of Heaven* adalah sebuah film dokumenter tentang budaya kopi Indonesia yang mampu menciptakan pertanyaan di benak peneliti: seberapa dekat kita mengenal budaya yang kita jalani setiap hari?

Film dokumenter tahun 2014 yang disutradarai oleh Budi Kurniawan ini diproduksi oleh Perum Produksi Film Negara (PFN), Budifilm, Traffic Production,

dan GoodNews Film. Pembuatan film ini berawal dari keingintahuan sutradara untuk mendokumentasikan perjalanan kopi Indonesia yang telah memiliki sejarah lebih dari 300 tahun. Di sisi lain, film ini mampu menyadarkan peneliti bahwa ada banyak hal tentang kopi yang belum tergali. Peneliti berangkat dari ketertarikan untuk menggali lebih dalam terkait konsep-konsep budaya kopi yang disajikan dalam film *Aroma of Heaven* ini. Dilansir dari detik.com saat menghadiri *Specialty Coffee Association of America* (SCAA) Expo 2016 di Georgia, Amerika Serikat, Budi Kurniawan selaku sutradara film memaparkan bahwa yang membuat film ini menarik adalah pembahasan tentang sejarah kopi dan aspek budayanya (<https://news.detik.com/berita/d-3195204/aroma-of-heaven-tentang-kopi-dan-kepingan-budaya-yang-belum-tergali>). Film dengan durasi 66 menit ini telah diputar di berbagai negara: Amerika Serikat, Tiongkok, Iran, Korea. Penghargaan Internasional juga telah diraih yaitu sebagai film dengan Best Editing pada Ahvaz Science Film Festival di Iran 2014 dan sebagai Best Documentary pada Festival Film Hainan 2015 di Tiongkok (Masykur, 2016).

Alasan peneliti memilih film dokumenter sebagai objek kajian dalam penelitian ini karena film dokumenter menyajikan informasi faktual tentang keadaan dunia secara nyata dan dapat disampaikan dengan berbagai cara. Potret serta potongan realitas yang ditampilkan dalam film dokumenter *Aroma of Heaven* ini menyajikan gambaran perjalanan panjang kopi Indonesia dari banyak tempat serta budaya Indonesia yang menyertainya. Dalam film ini, kopi menjadi suatu komoditas yang erat dengan kehadiran komunitas petani kopi di banyak daerah. Sisi budaya, sisi historis, dan konten dari kopi ditampilkan dengan rapi dalam film ini. Selain itu film ini mencoba menyajikan fenomena familiar dalam kehidupan sehari-hari dengan cara yang berbeda. Sebagai film dokumenter, seluruh yang ditampilkan adalah realitas sehari-hari dari para tokoh yang ada di dalamnya. Penonton diajak ke tempat-tempat yang belum pernah direkam sebelumnya, film ini menyajikan kepada penonton fenomena yang sulit untuk ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Berbagai sumber sejarah terkait kopi di Indonesia disajikan dalam satu film. Tradisi, budaya, seni, iman, serta keyakinan adat istiadat di daerah penghasil kopi terbesar di Indonesia.

Menurut Bill Nichols dalam (Halim, 2016) mendefinisikan dokumenter sebagai upaya menceritakan kembali sebuah kejadian atau realitas, menggunakan fakta dan data. Menurut Ellis dan McLane (2006), terdapat tiga mode kreatif dasar dalam film. Film dokumenter adalah salah satu dari ketiganya, dua yang lainnya adalah fiksi naratif dan eksperimental. Masih merujuk pada Jack C. Ellis dan Betsy A. McLane (2006) dalam buku berjudul *A New History of Documentary Film* menjelaskan karakteristik tentang film dokumenter:

“Characteristics documentaries have in common that are distinct from other film types (especially from the fiction film) can be thought of in terms of: (1) subjects; (2) purposes, viewpoints, or approaches; (3) forms; (4) production techniques; and (5) the sorts of experience they offer audiences.”

“Ciri-ciri film dokumenter yang memiliki kesamaan yang berbeda dengan jenis film lain (terutama dari film fiksi) dapat dilihat dari segi: (1) subyek; (2) tujuan, sudut pandang, atau pendekatan; (3) formulir; (4) teknik produksi; dan (5) jenis pengalaman yang mereka tawarkan kepada audiens. ”

Menurut Sobur (2004), film merupakan salah satu media yang digunakan untuk merepresentasikan realita yang ada di sekitarnya. Stuart Hall (1997) dalam *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, yang diterbitkan oleh Sage Publication Ltd., menjelaskan pengertian representasi sebagai:

‘Representations means using language to say something meaningful about or to represent the world meaningfully to other people’ (Hall, 1997).

‘Representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang berarti tentang atau untuk mewakili dunia secara bermakna kepada orang lain’ (Hall, 1997).

Pengertian representasi di atas menjelaskan bahwa representasi menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu atau menghadirkan kembali, dunia yang penuh makna kepada orang lain. Representasi berfokus pada bagaimana dunia ini dikonstruksi secara sosial dan kemudian dihadirkan kembali dengan cara-cara yang lebih bermakna. Pembentukan makna juga dipengaruhi oleh konteks budaya dimana komunikasi dilakukan. Makna yang terbentuk didasarkan atas adanya kesepakatan

anggota dalam budaya. Menurut Hall (1997) budaya atau *culture* adalah tentang *shared meaning* atau makna yang dibagi.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam film sebagai representasi budaya, film tidak hanya mengkonstruksikan nilai-nilai budaya tertentu di dalam dirinya sendiri, tapi juga tentang bagaimana nilai-nilai tadi diproduksi dan bagaimana nilai itu dikonsumsi oleh masyarakat yang menyaksikan film tersebut. Jadi ada semacam proses pertukaran kode-kode kebudayaan dalam tindakan menonton film sebagai representasi budaya. Dimana adegan yang diambil berasal dari kejadian yang terjadi diluar dugaan (spontanitas). Dalam proses pembuatannya, bisa juga memasukan unsur diagram, peta, atau sarana bantu visual lainnya, bahkan menggunakan animasi. Pada hakikatnya, dokumenter akan menjelaskan kepada penonton bahwa orang-orang, tempat dan acara yang ditunjukkan kepada kita itu nyata dan berwujud. Menurut (Bordwell & Thompson, 2013) pengemasan yang ringkas dan padat, merupakan bagian utama dari struktur pembuatan film dokumenter (dalam Gani & Nuraeni, 2019).

Penelitian tentang kopi dalam film, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh peneliti asal *University of Florida*, USA yaitu Xiaochen Zhang. Penelitian Zhang (2011) berjudul *Communicating Coffee Culture through the Big Screen: Starbucks in American Movies* yang membahas tentang penempatan produk *Starbucks* yang bertujuan sebagai sarana untuk mengkomunikasikan *coffee culture* melalui film-film di Amerika. Dengan menggunakan analisis isi dan pendekatan semiotik, Zhang menunjukkan bahwa melalui film *Starbucks* mencoba membangun citra kopi kelas atas dan *coffee culture* kelas menengah Amerika yang penuh dengan semangat. Penelitian lain dilakukan oleh Muhammad Ibnu Aliyaser (2018) yang berjudul *Analisis Makna Pesan Moral Yang Terkandung Dalam Film Filosofi Kopi*. Dari penelitian tersebut, hasil yang ditemukan adalah terdapat beberapa dialog antar tokoh yang memuat makna pesan moral salah satunya dialog antar Pak Seno dengan Ben dan Jody tentang bagaimana cara merawat tanaman kopinya yang memerlukan perawatan dan kasih sayang selayaknya manusia.

Peneliti dalam penelitian ini akan melakukan pengamatan adegan ataupun hal-hal yang terjadi dalam *scene*, mengklasifikasi data dengan melakukan *capture scene-scene* tertentu yang dianggap mewakili representasi budaya kopi, penentuan *scene* tersebut akan menentukan penanda (*signifier*), petanda (*signified*), dan mitos yang terdapat dalam film. Penelitian ini akan menggunakan model semiotik dari Roland Barthes, karena model ini memiliki kelebihan yaitu dapat menjangkau hingga tahap mitos atau ideologi yang terus diproduksi secara berulang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, peneliti menarik rumusan masalah yang ingin dijawab melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana budaya kopi direpresentasikan dalam film *Aroma of Heaven*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan budaya kopi yang direpresentasikan dalam film *Aroma of Heaven*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini menjadi sumbangsih bagi studi ilmu komunikasi terlebih bagi Departemen Komunikasi Universitas Airlangga, Surabaya tentang representasi kebudayaan yang ada dalam film.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan rujukan peneliti lain yang berhubungan dengan representasi yang ada dalam film. Selain itu penelitian ini juga mampu

memberikan data bagi penelitian selanjutnya serta mampu memberikan masukan bagi perkembangan studi semiotik terhadap media film dalam kajian ilmu komunikasi.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Film sebagai Teks Budaya

Para pembuat film dalam proses pembuatan alur cerita filmnya memiliki dorongan subyektif dan nilai-nilai yang mengendap dalam dirinya. Semua ide-ide, nilai-nilai, serta gagasan kemudian diakumulasikan dalam sebuah produk berupa cerita. Cerita dapat dikatakan sebagai kemasan yang memungkinkan pembuat film melahirkan sebuah realitas rekaan yang merupakan alternatif dari realitas nyata bagi khalayaknya. Cerita yang dibentuk tersebut biasanya bersifat membujuk (persuasif), oleh karena itu cerita film dipandang sebagai medium penyebaran nilai-nilai yang subyektif sekaligus obyektif.

Narasi besar dalam sebuah film kemudian selalu dibentuk berdasarkan nilai-nilai budaya dan kepercayaan umum yang berlaku dalam suatu masyarakat. Sebagai contoh adalah film koboi yang ada pada saat ini. Semua film koboi akan menampilkan versi khas mitos Barat yang sama, atau dengan pendekatan lain, struktur yang sama dari konsep oposisi biner kemudian membangkitkan film koboi individual dalam jumlah tak terhingga (Fiske, 2004:172). Dan bagian terbesar dalam narasi seperti dalam film koboi Barat terbentuk dalam Bahasa yang ditampilkan. Simbol-simbol verbal dengan regularitas tertentu diorganisasikan dalam kode-kode sosiolinguistik. Sehingga semua kode ini menjadi bagian sekaligus dipengaruhi oleh kebudayaan yang menjelma dalam Bahasa verbal.

Bentuk kebudayaan seperti itu dikategorikan sebagai kebudayaan implisit yang nyata dalam sebuah film. Dan upaya untuk meneliti bahasa dalam film dapat digunakan untuk melihat dan menjelaskan kebudayaan implisit yang ada dalam film tersebut. Kebudayaan implisit merupakan budaya yang bentuknya tidak tampak sebagai benda namun “tersirat” dalam bahasa di media yang digunakan. Dengan begitu, peneliti mampu mempelajari bagaimana suatu pesan dikonstruksi hingga bagaimana konstruksi pola komunikasi pada setting budaya tertentu. Oleh sebab itu

film juga dapat disebut sebagai “*the symbolic production of reality*” yang mengkonstruksi realitas sosial melalui Bahasa dan bentuk simbolik yang lain (Hall, 2002: 15).

1.5.2 Film sebagai Medium Representasi

Film merupakan salah satu media komunikasi yang memiliki hubungan erat dengan konstruksi budaya dan representasi sosial di masyarakat. Bahkan, film dapat membentuk dan dibentuk oleh konstruksi sosial di masyarakat itu sendiri. Dengan berbagai nilai sosial yang tertanam di dalamnya, maka film merupakan salah satu media efektif untuk menanamkan nilai konstruksi budaya, sosial, dan nilai-nilai lain yang ada di masyarakat dengan pendekatan persuasif.

Harus diakui bahwa hubungan antara film dan masyarakat memiliki sejarah yang panjang, Oey Hong Lee (1965: 40) berpendapat di dalam buku Sobur (2004: 126) berjudul *Semiotika Komunikasi* bahwa kajian para ahli komunikasi, “film sebagai alat komunikasi massa yang kedua muncul di dunia, mempunyai masa pertumbuhannya pada akhir abad ke-19, dengan perkataan lain pada waktu unsur-unsur yang merintangi perkembangan surat kabar sudah dibikin lenyap. Ini berarti bahwa dari permulaan sejarahnya film dengan lebih mudah dapat menjadi alat komunikasi yang sejati, karena ia tidak mengalami unsur-unsur teknik, politik, ekonomi, sosial, demografi yang merintangi kemajuan surat kabar dalam masa pertumbuhannya dalam abad ke-18 dan permulaan abad ke-19”. Film menurut Oeng Hong Lee, mencapai puncaknya di antara perang dunia I dan perang dunia II, namun kemudian merosot tajam setelah tahun 1945, seiring dengan munculnya medium televisi.

Seiring dengan munculnya media televisi, perkembangan film mengalami dampak yang signifikan. Televisi perlahan mulai mengambil alih banyak penggemar dan penonton film terutama mereka yang telah memiliki keluarga. Televisi mulai menyaingi arus perkembangan film dokumenter sosial serta menempatkan film dokumenter sosial pada kedudukan yang lebih pantas (McQuail, 1987: 15).

Perkembangan film sebagai salah satu media komunikasi di Indonesia kerap kali mengalami pasang surut yang cukup berarti. Namun, media film di

Indonesia tetap mampu memberikan efek signifikan bagi proses pertukaran pesan dan makna. Irawanto dalam Sobur (2004: 127) menjelaskan bahwa film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan pesan (*message*) yang ada di dalamnya, tanpa berlaku sebaliknya. Pada umumnya, film merupakan cerminan dari kondisi sosial yang ada di masyarakat, baik mengangkat norma, interaksi hingga gaya hidup. Realitas yang ada di masyarakat kemudian kembali hadir dan dibangun melalui keberadaan film dengan menggabungkan unsur-unsur seperti cerita, teks, dialog, setting tempat, penokohan, dan lain-lain. Sehingga representasi dapat terbentuk terhadap realitas yang ada di masyarakat ke dalam media film yang kemudian kembali lagi kepada masyarakat.

1.5.3 Budaya Kopi di Indonesia

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan sumber daya alam dan memiliki lokasi strategis dalam peta perdagangan dunia. Hal ini mendorong banyak pedagang asing yang singgah di Indonesia. Proses asimilasi budaya asing dan budaya lokal pun terjadi melalui proses perdagangan tersebut. Mulanya proses ini memperkaya budaya yang ada di Indonesia, namun seiring dengan perkembangan zaman lama-kelamaan budaya lokal mulai bergeser, seperti halnya dengan budaya kopi Indonesia.

Kopi merupakan tanaman yang berasal dari negara asing. Pada akhir abad ke-16, VOC membawa tanaman kopi Arabika ke Indonesia pada saat masa penjajahan Indonesia oleh Belanda. Tujuan awal dibawanya kopi ke Indonesia yaitu untuk menghancurkan monopoli perdagangan kopi yang dikuasai oleh negara Arab. Bibit kopi pertama kali ditanam oleh Belanda di sekitar Batavia (Jakarta), sampai ke daerah Sukabumi dan Bogor. Kemudian karena tingginya permintaan pasar dunia terhadap kopi asal Indonesia, perkebunan kopi mulai didirikan di Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan beberapa daerah di Sumatera dan Sulawesi (Gumulya, 2017).

Ada tiga daerah utama di Indonesia yang menghasilkan kopi yaitu Jawa, Sumatera, dan Sulawesi. Jawa merupakan daerah terbesar dalam hal produksi kopi, sekaligus penghasil kopi Arabika dengan citarasa tinggi dan berkualitas. Sumatera juga daerah penghasil kopi yang memiliki varian kopi beraneka ragam. Daerah seperti

Padang dengan kopi Mandailing dan Aceh dengan Gayonya merupakan dua ragam kopi paling diminati dari Sumatera. Sedangkan di Sulawesi terdapat kopi Toraja yang masih menggunakan metode dan proses tradisional dalam produksi kopinya.

Budaya kopi di Indonesia juga mendapat banyak pengaruh dari Eropa, China, Melayu, dan budaya lokal (Jawa, Medan, dan lain-lain) baik dalam pengolahan maupun penyajian. Meskipun begitu, sejak masa kolonial perkebunan kopi berada dalam penguasaan kaum penjajah. Fenomena yang hingga saat ini masih terjadi di masyarakat meski dalam praktek yang lain, dimana kopi-kopi terbaik yang diproduksi di Indonesia diekspor ke luar negeri. Rakyat Indonesia kebanyakan mengkonsumsi kopi dengan kualitas kelas dua. Dan ironisnya, kopi-kopi terbaik yang diekspor tersebut kembali masuk ke Indonesia di bawah naungan nama-nama besar seperti *Starbucks Coffee* dan *Coffee Bean* (Gumulya & Helmi, 2017).

Peneliti membahas mengenai penggambaran *coffee culture* atau budaya kopi dalam film dokumenter *Aroma of Heaven* karya sutradara Budi Kurniawan. Rumusan masalah yang telah dijawabkan pada bab satu akan dijawab peneliti dengan menjabarkan hasil-hasil temuan beserta interpretasi peneliti mengenai penggambaran budaya kopi dalam film. Metode penelitian yang dipakai adalah semiotik film milik Roland Barthes. Tanda-tanda dalam film dipilih oleh peneliti berdasarkan interpretasi pembuat film untuk kemudian disusun dan dipublikasikan dalam bentuk film. Dalam Ida (2018), John Storey mencoba membedah tingkatan-tingkatan elemen tanda yang menjadi alat metodologi bagi Roland Barthes. Barthes membagi tingkatan signifikansi makna dalam dua level. Pertama, disebut sebagai '*Primary Signification*' atau '*First Order Signification*' yang didalamnya terdiri dari '*signifier*' dan '*signified*', dan '*sign*' (Denotasi). Kedua, disebut dengan '*Secondary Signification*' atau '*Second Order Signification*', terdiri dari '*signifier*', '*signified*', dan '*sign*' (Konotasi).

1.5.4 Semiotika Roland Barthes

Semiotik adalah studi tentang tanda. Studi semiotik memiliki fungsi untuk membaca kode atau sistem dimana tanda-tanda itu berada atau diorganisasikan. Sehingga, semiotik berusaha menguraikan berbagai kode yang dibangun sesuai

dengan budaya masyarakat. Menurut Fiske (1990) dalam Novitasari (2013), budaya merupakan sarana mendasar bagi beroperasinya kode atau tanda tertentu. Salah satu bidang kajian yang relevan dengan semiotika adalah film. Menurut Van Zoest (1992) dalam Novitasari (2013) menjelaskan bahwa film dibangun dengan berbagai tanda di dalamnya. Efek gambar dan suara yang dihasilkan oleh film merupakan kumpulan dari tanda-tanda.

Roland Barthes merupakan salah satu tokoh semiotik yang membahas semiotika dengan kaitannya terhadap mitos. Kajian semiotik Barthes berupaya untuk mengembangkan kajian semiotik milik Ferdinand de Saussure. Saussure menyebutkan adanya *signifier*, yaitu persepsi tentang bentuk fisik tanda, dan *signified* yaitu konsep mental yang diasosiasikan dengan objek. Namun Barthes menambahkan mitos (*myth*) dan dua tatanan pertandaan (*second-order significations*). Dikutip dalam Ida (2014: 81), Barthes (1967) menjelaskan dalam essay-nya berjudul “*Myth Today*”, ia menawarkan konsep *mythologies* yang dapat digunakan untuk membaca budaya populer.

Menurut Roland Barthes, semiotik sendiri adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang digunakan untuk mencari jalan dalam memahami dunia, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Untuk menganalisis makna dari tanda-tanda dalam film dengan menggunakan pendekatan Roland Barthes, ia menciptakan sebuah model sistematis guna menganalisis makna dari tanda-tanda. Roland Barthes juga yang kemudian menyusun model sistematis untuk menganalisis negosiasi dan gagasan-gagasan pada makna. Inti dari teori Roland Barthes adalah gagasan tentang dua tatanan pertandaan (*second-order significations*).

Sobur (2004) menyebutkan bahwa *primary signification* atau denotasi dapat diasosiasikan dengan ketertutupan makna dan sensor atau represi politis. Sobur (2006) menjelaskan bahwa *primary signification* atau denotasi merupakan hubungan antara *signifier* dan *signified* dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal, makna paling nyata dari suatu tanda. Pada tingkat ini, peneliti akan menganalisis tanda-tanda pada film *Aroma of Heaven* dengan mendeskripsikan apa yang tampak pada *scene*. Selanjutnya peneliti akan menganalisis tanda secara konotasi. Roland Barthes seperti

dikutip dalam Fiske (2004:128) menjelaskan bahwa signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier dan signified di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya dengan denotasi. Denotasi menurut Barthes merupakan tatanan untuk menggambarkan relasi antara penanda dan pertanda di dalam tanda, dan antara tanda dengan referennya dalam realitas eksternal. Denotasi dapat dikatakan pula sebagai anggapan umum mengenai tanda. Kemudian konotasi menurut Barthes adalah ketika terjadi interaksi antara tanda dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya. Barthes (1977) menjelaskan perbedaan antara denotasi dan konotasi yaitu denotasi merupakan reproduksi mekanis di atas film tentang objek yang ditangkap kamera. Sedangkan konotasi adalah bagian manusiawi dari proses ini. Denotasi adalah apa yang difoto, sedangkan konotasi adalah bagaimana memfotonya (Fiske, 2004:118).

Barthes (2007) menjelaskan bahwa mitos sebagai sistem semiologi memiliki 3 (tiga) tema yang terdiri atas penanda (signifier), petanda (signified), dan tanda (sign). Hubungan dari ketiganya dapat dilihat melalui peta tanda di bawah ini:

I. Signifier (Penanda)	II. Signified (Petanda)
III. Denotative Sign (Tanda Denotatif)	
IV. Connotative Signifier (Penanda konotatif)	V. Connotative Signified (Petanda Konotatif)
VI. Connotative Sign (Tanda Konotatif)	

Gambar I.1 Peta tanda Roland Barthes
(Sumber: Alex Sobur. 2016. Semiotika Komunikasi, hlm 69)

Menurut Barthes (2007), terdapat hubungan antara signifier dan signified di dalam tanda dan antara tanda dengan realitas eksternal yang merupakan signifikansi

tahap pertama. Kemudian, signifikansi tahap kedua dari semiotik Barthes adalah yang membedakannya dengan Saussure. Pada tahap ini Barthes melihat aspek lain dari penandaan yaitu adanya mitos.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2002) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku yang diamati. Menurut Bogdan dan Taylor, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh) dan menyeluruh.

1.6.2 Obyek Penelitian

Objek Penelitian ini adalah film dokumenter Indonesia yang mengangkat tema besar peradaban kopi di Indonesia, yaitu film berjudul *Aroma of Heaven* yang diproduksi pada tahun 2014 oleh sutradara Budi Kurniawan

1.6.3 Unit Analisis

Unit analisis dari penelitian ini adalah *scene* yang berasal dari *shot* dalam film *Aroma of Heaven* yang merepresentasikan makna budaya kopi. Dimana bagian-bagian dari *shot* tersebut akan dikaitkan dengan makna budaya yang nantinya akan membentuk makna dari tanda. Elemen-elemen yang digunakan sebagai bahan penelitian adalah dialog antar tokoh, adegan, dan gambar (kostum, setting) yang merepresentasikan makna budaya kopi dalam film *Aroma of Heaven*.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Data

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Sumber data primer diperoleh dengan melihat dan memahami tanda, lambang, dan simbol yang ada dan dipergunakan dalam film. Terkait dengan penelitian kali ini, sumber data primer yang digunakan adalah dengan mengambil *shot*

atau cuplikan berupa gambar dari film *Aroma of Heaven* yang dianggap dapat merepresentasikan makna budaya kopi dalam film tersebut..

1.6.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data terkait dengan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan bagaimana representasi makna budaya kopi dalam film *Aroma of Heaven* maka peneliti akan menganalisis *second-order signification* milik Roland Barthes. Pertama, peneliti mendownload film *Aroma of Heaven* terlebih dahulu. Kedua memilih dan menentukan *shot* dari film tersebut yang menunjukkan bagaimana kopi digambarkan dan narasi yang menunjukkan representasi. Ketiga menganalisis *shot* tersebut berdasarkan makna denotasi dan konotasi pada signifikansi tahap pertama dan tahap kedua. Kemudian peneliti menjelaskan makna denotasi dan konotasi yang ada pada tanda-tanda dalam film tersebut. Peneliti kemudian memahami makna konotasi dengan membaca mitos yang terdapat dalam film *Aroma of Heaven*.