

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Hamdan & Sontani (2018) dalam bukunya *Coffee: Karena Selera Tidak Dapat diperdebatkan* membagi era perkembangan kopi di Indonesia berdasarkan tren konsumsinya menjadi tiga bagian utama (Taufani, 2020). Era pertama, yaitu kopi dalam kemasan sachet dan kaleng lalu di era kedua menyuguhkan mesin kopi yang lebih otentik dalam rasa, dan era ketiga merupakan era yang paling berbeda dari yang dimana sebelumnya masyarakat mulai kritis sehingga kopi bukan hanya dinikmati sebagai minuman tetapi merambah dalam penilaian kualitas tentunya berkaitan tentang darimana kopi berasal dan bagaimana cara dalam penyeduhan sehingga menghasilkan kopi dengan kualitas dan kenikmatan yang diinginkan.

Kedai kopi saat ini mengalami perubahan seiring berkembangnya teknologi dan menjadi tren ditengah masyarakat kota Surabaya. Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur menyebut tren pertumbuhan kafe berbasis kopi meningkat 16 persen - 18 persen seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan (Akhirul Anwar, 2019). Pada era ketiga konsep yang sebelumnya mulai tidak terlihat disebabkan semakin banyak kedai kopi yang tumbuh dan bersaing sehingga konsep beralih fungsi yang beragam. Penat dan kesibukan membuat masyarakat menjadi lebih konsumtif sehingga ingin mendapatkan kepuasan dan kenikmatan dengan cara salah satunya, yaitu pergi ke kedai kopi. Sebagai tempat Pelepas penat, pengusaha kedai kopi memiliki ide kreatif yang beragam seperti aktifitas salah satunya dibidang kesenian. Beragam aktifitas tersebut berupa *workshop*, pameran seni, dan lain-lain. Aktifitas tersebut merupakan bentuk inovasi agar dapat memikat pengunjung dan memberi kenyamanan di dalamnya sehingga kebutuhan kopi tidak lagi mengedepankan kualitas saja melainkan fokus pada kesan melalui *gimmick* visual.

Salah satunya, yaitu beragam elemen visual yang mendukung tatanan ruang mulai dari hiasan dinding mural, ornamental, instalasi, gambar, hingga lukisan atau karya 2 atau 3 dimensi lainnya. Seperti yang saat ini di kedai kopi *Pause Coffee*

Surabaya tidak jarang menampilkan seni visual yang unik dengan tulisan pendukung sebagai pesan atau hanya sekedar kata jenaka yang menghibur pengunjung yang diterapkan kedalam mural, lukisan, poster, dan lain-lain. Seperti salah satunya yang juga banyak ditemukan di beberapa tempat kedai kopi, yaitu seni kanji karya Paulus Supomo seniman asal Bandung.

Karya seni Paulus Supomo banyak dikenal dimasyarakat dengan sebutan “seni kanji”. Identitas tersebut melekat karena menjadi kata kunci pencarian pada sosial medianya. Semua karya Supomo ditaruh di Instagram @senikanji. Hal ini, kata Yulius, untuk memudahkan yang tertarik memiliki karya Supomo tanpa memesan khusus (Pramudy, W, 2020). Tidak jarang karya tersebut dijadikan sebuah unggahan sosial media oleh pengunjung karena memiliki daya tarik tersendiri hingga banyak muncul di beberapa kedai kopi dan kedai makanan di Surabaya. Tidak mengerti pasti sejak kapan karya tersebut menjadi hiasan pelengkap di kedai kopidan makanan sebelum memasuki kota Surabaya. Menariknya dari seni kanji, yaitu berupa manual drawing dan tidak seperti kanji pada umumnya yang berbentuk tulisan huruf kanji saja melainkan memiliki keunikannya tersendiri yaitu dengan menggabungkan kata-kata jenaka, tulisan kanji mandarin, serta gambar khasnya yang terbilang *vintage* atau tua.

Awal mula menggeluti dunia kesenian sudah ada sejak usia anak-anak tetapi mulai fokus menekuni pada usia pensiun sebagai sarana menyalurkan hobi yang disukai, dari karya-karya yang sebelumnya bentuk binatang dan manusia hingga tulisan kanji yang menjadi karakternya saat ini. "Mulanya saya suka menggambar objek manusia dan hewan. Pada 2016 baru saya menggambar huruf (*lettering*). Saya mencari kutipan yang bagus, kemudian digambar atau ditulis ulang. Biasanya kutipan dalam bahasa Indonesia, Inggris, kemudian diterjemahkan ke dalam huruf Mandarin," tutur Supomo (Gita Pratiwi, 2020). Meski berdarah Tiongkok, Paulus Supomo tidak bisa berbahasa atau menulis huruf kanji mandarin tetapi berkat kursus selama dua tahun, kini Supomo menjadi terkenal berkat tulisan kanjinya dan ide kreatifnya menggabungkannya dengan tulisan kata-kata beserta gambar *vintage*-nya dengan media diatas kertas menggunakan spidol, *drawing pen*, dan

pensil. Sangat disayangkan beliau meninggal pada masa kesuksesannya dalam bidang kesenian di tahun 2021 lalu.

Meskipun telah tutup usia, karyanya masih banyak dipamerkan bahkan beberapa kali mengadakan pameran solo yang diinisiasi oleh anaknya, yaitu Julius Iskandar. Tidak selalu karya Supomo diatas kertas melainkan beberapa terjual dan dicetak pada media lainnya. Supomo hanya menggunakan drawing pen, spidol, dan pensil sebagai alat gambar, menghasilkan *artwork* pada kertas karton yang kemudian dijual dalam bentuk asli atau sebagai art print, dicetak di atas *tote bag*, *t-shirt*, kemeja, gelas sampai kalender (Bindra Abimanyu, 2021). Peminat karya seni kanji semakin ramai dan banyak digunakan oleh masyarakat terlebih pada elemen visual di kedai kopi sehingga menjadi minat penulis untuk diteliti lebih dalam.

## **1.2 Rumusan masalah**

- a. Mengapa seni kanji karya Paulus Supomo dijadikan elemen estetis kedai kopi?
- b. Elemen-elemen visual apa yang ada pada poster karya Supomo sehingga menunjang estetika interior kedai kopi di Surabaya?
- c. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap penempatan seni kanji sebagai elemen estetis kedai kopi di Surabaya?

## **1.3 Tujuan**

- a. Memahami karya seni kanji karya Paulus Supomo sebagai elemen estetis kedai kopi di Surabaya.
- b. Memahami elemen-elemen visual yang ada pada seni kanji karya Supomo, sehingga menunjang estetika interior kedai kopi di Surabaya
- c. Memahami persepsi masyarakat terhadap penempatan seni kanji sebagai elemen estetis kedai kopi di Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan tulisan ini, diharapkan pembaca mampu memahami kaitan seni visual dengan tempat umum seperti pada kedai kopi beserta perkembangannya melalui elemen estetis yang berkaitan didalamnya. Pada segi akademis, mampu memberikan masukan sebagai perbandingan untuk peneliti lainnya dibidang kesenian.

#### **1.5 Sistematika penulisan**

Sistematika dalam penulisan penelitian ini disusun dan terbagi menjadi beberapa bab serta tentu dengan halaman pertama yaitu sampul buku berisikan judul, lembar pengesahan, daftar isi, abstrak, selanjutnya urutan bab yang terdiri sebagai berikut:

**Bab I** Berisikan pendahuluan yang menyuguhkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, serta manfaat penelitian.

**Bab II** Berisikan tentang penjelasan deskripsi mengenai informasi penelitian dan memberikan hasil Analisa penelitian.

**Bab III** Merupakan metode penelitian yang dijelaskan dalam penggunaan penulisan seperti jenis penelitian, sasaran penelitian, sajian data, Teknik pengumpulan data yang didapatkan selama penelitian yang terjadi dalam lapangan maupun dari berbagai sumber lainnya.

**Bab IV** Berisikan tentang apa yang didapat dan dijelaskan lebih detail mengenai analisis karya dan informasi mengenai kaitan dengan kedai kopi selanjutnya, menghasilkan sebuah kesimpulan yang akan terjawab pada bab selanjutnya.

**Bab V** Berisikan rangkuman kesimpulan yang didapat dari proses penelitian menjadi lebih padat dan menghasilkan sebuah jawaban dari masalah dalam penulisan serta berisikan saran dan kumpulan sumber data serta berisikan daftar Pustaka dari berbagai sumber seperti buku, artikel, jurnal, skripsi, dan lainnya.

## 1.6 Kajian pustaka

Sebelum tulisan ini disusun, terdapat beberapa penelitian yang berkaitan serta menjadi pendukung dalam proses penulisan. Diantaranya yaitu skripsi oleh Anggi Afra Arimbi dengan judul skripsi “Seni Mural sebagai Media Komunikasi Visual pada Coffee Shop Filosofi Kopi Medan” yang memiliki persamaan dengan tulisan ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dan memberikan kesimpulan sebagai berikut:

Menjelaskan tentang pengaruh seni mural yang mampu menarik pengunjung untuk datang karena bentuknya yang unik yaitu instalasi *3D art* berbentuk semprotan kaleng cat yang besar dan satu mural lagi berbentuk kupu-kupu dengan dua buah tangan.

Penjelasan visi misi kedai kopi “Filosofi Kopi”, seni mural dimanfaatkan sebagai bentuk *campaign* sebagai media komunikasi visual (desain grafis industri) yang ditujukan untuk mempromosikan nama seniman Indonesia.

Seni Mural digunakan sebagai media photobooth dan juga bahan content bagi para pengunjung yang datang.

Pengunjung memahami makna seni mural melalui visual nya dimana makna dari kedua mural berisikan keresahan seniman tentang *global warming* dan pengolahan limbah kaleng cat.

Dari pemanfaatan seni mural sebagai media komunikasi visual ini pengunjung merasa mendapatkan pengetahuan seputar mural yang terkonsep *futuristic* dan dapat merasakan makna dari mural yang penting untuk diamati dalam kehidupan nyata.