

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara penghasil kopi terbesar ketiga di dunia setelah Brasil dan Vietnam, dengan hasil produksi sedikitnya 748 ribu ton atau 6,6% dari produksi kopi dunia pada tahun 2012. Dari jumlah tersebut, jumlah produksi kopi robusta mencapai lebih dari 601 ribu ton (80,4%) dan produksi kopi arabika mencapai lebih dari 147 ribu ton (19,6%) (Hartono, 2013). Hidayat (2013) luas lahan perkebunan kopi di Indonesia mencapai 1,3 juta hektar (ha) dengan luas lahan perkebunan kopi robusta mencapai 1 juta ha dan luas lahan perkebunan kopi arabika mencapai 0,30 ha. (Wikipedia.com akses 11/04/2017)

Industri pengolahan kopi merupakan salah satu industri prioritas yang terus dikembangkan. Produk kopi olahan saat ini tidak hanya berupa kopi bubuk (*roast and ground*) tetapi telah terdapat berbagai diversifikasi produk kopi olahan seperti kopi instant, kopi *three in one*, minuman kopi dengan berbagai rasa seperti vanilla, cocoa dan lainnya. Peningkatan konsumsi kopi domestik Indonesia semakin meningkat, selain didukung dengan pola sosial masyarakat dalam mengkonsumsi kopi, juga ditunjang dengan harga yang terjangkau, kepraktisan dalam penyajian serta keragaman rasa yang sesuai dengan selera konsumen. Industri kopi di Indonesia dalam 10 tahun terakhir terus meningkat dengan semakin bertambahnya produksi kopi olahan yang dihasilkan oleh industri pengolahan kopi, semakin suburnya *Cafe* dan *Coffee Shop* di kota-kota besar di Indonesia.

Meskipun kota Gresik bukan merupakan kota penghasil biji kopi, namun masyarakat kota Gresik terkenal pandai dalam mengolah dan meracik biji kopi hingga menjadi sebuah produk kopi yang khas dari kota Gresik. Kopi khas Gresik (kopi kasar khas Gresik) berbeda dengan kopi pada umumnya. Hal yang membedakan ialah ampas kopi tersebut. Kopi kasar khas Gresik ampas kopinya terapung di atas dan kasar. Sedangkan ampas kopi pada umumnya mengendap di bawah dan lembut. Untuk bisa meminumnya harus menyaring ampas kopi tersebut terlebih dahulu menggunakan sendok dan ampas kopi tersebut juga tidak sedikit. Bentuk dan desain warung kopi yang berada di kota Gresik masih tergolong tradisional yang hanya berupa bangunan rumah sepetak dan terdapat meja persegi panjang sebagai pembatas antara pembeli dan penjual serta terdapat kursi panjang sebagai tempat duduk bagi para pembeli. Seiring dengan perkembangan

zaman, warung kopi di kota Gresik mengalami perkembangan yang pesat mulai dari disediakannya koran, televisi dan juga wifi yang merupakan fasilitas tambahan yang dapat digunakan secara gratis oleh para pembeli di warung kopi tersebut. Kebanyakan pengunjung dari warung kopi yang selama ini adalah kalangan dewasa dan orang tua, karena tujuannya adalah untuk bertemu dengan mitra kerja dan berbincang-bincang seputar pekerjaan dan perdagangan. (Wawancara tokoh masyarakat Gresik, Kris Adji AW Pada tanggal 05/06/2017)

Kota pudak, kota santri, kota industri dan kota warung kopi merupakan sebutan lain dari kota Gresik. Dijuluki sebagai kota pudak karena pudak merupakan salah satu makanan khas kota Gresik yang berbahan dasar dari tepung beras, gula pasir, dan santan kelapa yang dimasukkan dalam kemasan yang terbuat dari pelepah daun pisang atau disebut juga dengan ope. Gresik kota santri merupakan julukan bagi kota Gresik karena terdapat banyak pondok pesantren dan sekolah yang bernuansa islami yang tersebar di kota Gresik. Industri pabrik maupun perniagaan di kota Gresik sangat berkembang pesat dilihat dari banyak berdirinya pabrik yang ada di kota Gresik dan banyaknya *home industry* berupa kopyah, tas, dan konveksi (pakaian) yang tersebar di kecamatan Gresik. ‘‘Kota 1001 warung kopi’’, julukan tersebut juga melekat pada kota Gresik dimana tersebar hingga ribuan warung kopi.

Kebiasaan *ngopi* masyarakat Gresik tidak muncul secara tiba-tiba, menurut buku berjudul Destinasi Pariwisata Gresik yang dikeluarkan Dinas Kebudayaan Kabupaten Gresik, budaya *ngopi* melalui proses yang bersamaan dengan budaya masyarakat pesisir. Dahulu *ngopi* di Gresik dijadikan aspirasi berkumpul para nelayan ditengah waktu istirahat melaut. budaya itupun berangsur-angsur bergeser ke wilayah tengah hingga perkotaan sehingga *ngopi* sudah menjadi budaya seluruh masyarakat Gresik. Bukti sejarah lain pun membuktikan, budaya *ngopi* yang ada di masyarakat Gresik pada awalnya bermula ketika pada zaman dahulu jamaah shalat subuh masjid Agung Jami’ kota Gresik se usai melaksanakan shalat subuh berjamaah mereka tidak langsung pulang melainkan *cangkruk* dan *ngopi* membicarakan segala hal terkait pekerjaan, politik, budaya dan lain sebagainya. Tradisi ini terjaga hingga sekarang dan warung kopi itu muncul pula di berbagai lokasi kota Gresik. (Disubpar, 2000:48)

Selain itu, banyaknya warung kopi di kota Gresik juga dimanfaatkan masyarakat untuk sekedar membicarakan segala hal maupun memunculkan aspirasi hingga perjodohan bahkan bisnis. Di Gresik ada berbagai macam warung kopi yang membedakan satu dengan yang lainnya.

Ada yang disebut warung kopi gunung, julukan ini lahir karena air yang dipakai untuk menyeduh kopi merupakan air tremos dan bukan air mendidih yang langsung dipanaskan dengan kompor. Selain kopi gunung, ada berbagai macam sebutan kopi misalnya, kopi parker, kopi kopyok hingga kopi endhas, kopi saring, kopi arab dan lain sebagainya. (Wawancara Budayawan Gresik, Kris Adji AW Pada tanggal 05/06/2017)

Warung kopi memang bukan sekedar tempat *nyangkruk*, Dalam buku Sang Gresik Bercerita juga menuliskan bahwa tak hanya keunikan dari tempat cangkuk, warung kopi Gresik merupakan sebuah wadah aspirasi dan menjadi sumber inspirasi bagi seluruh masyarakat untuk membicarakan segala hal, baik mengenai politik ekonomi, olahraga dan masih banyak lagi. Tidak jarang banyak kesepakatan besar terjadi di warung kopi, seperti menjual rumah, tidak heran banyak para makelar Gresik yang asyik cangkruk di warung kopi. Selain itu, seorang anggota DPRD Gresik ketika dalam suatu rapat terjadi kebuntuan dan tidak ketemu jalan keluarnya. Ketua rapat ini pun mengajak semua peserta rapat pindah ke warung kopi sekitar DPRD Kabupaten Gresik. (Dukut, 2014:70)

Wawancara Budayawan Gresik, Kris Adji AW mengatakan, Banyaknya warung kopi yang ada di kabupaten Gresik menunjukkan bukti bahwa kota pudak tersebut juga memiliki julukan lain sebagai kota yang menyimpan 1001 warung kopi. Bukti sejarah yang sarat akan budaya *ngopi* di Gresik menjadi awal mula banyaknya warung kopi yang ada di kota santri tersebut. Kopi kasar khas Gresik ampas kopinya terapung di atas dan kasar. Sedangkan ampas kopi pada umumnya mengendap di bawah dan lembut. Untuk bisa meminumnya harus menyaring ampas kopi tersebut terlebih dahulu menggunakan sendok dan ampas kopi tersebut juga tidak sedikit. Bentuk dan desain warung kopi yang berada di kota Gresik masih tergolong tradisional yang hanya berupa bangunan rumah sepetak dan terdapat meja persegi panjang sebagai pembatas antara pembeli dan penjual serta terdapat kursi panjang sebagai tempat duduk bagi para pembeli. (Wawancara tokoh Budayawan Gresik, Kris Adji AW Pada tanggal 05/06/2017).

Berbagai bentuk cara untuk merepresentasikan kota Gresik sebagai kota berjuluk 1001 warung kopi, antara sejarah yang sarat akan perjuangan Sunan Giri yang membudayakan *ngopi* setelah shalat subuh dan dari banyaknya warung kopi yang ada di kota pudak. bukti itu juga turut memberikan representasi bahwa kota Gresik berjuluk 1001 warung kopi. Tak hanya itu,

pemberitaan di media massa juga turut merepresentasikan Gresik sebagai kota 1001 warung kopi juga turut memberikan representasi bahwa kota pudak tersebut merupakan kota yang mempunyai berbagai macam warung kopi.

Media online, seiring dengan perkembangan dan kemajuan zaman, memiliki peranan yang kuat dalam membentuk pemikiran masyarakat melalui pemikiran. Kini sejak aktivitas sehari-hari manusia yang padat, penggunaan media online dalam hal mengakses berita ikut meningkat. Setiap media cetak lantas berbondong-bondong membuat versi online saat ini sudah menjadi bagian yang tak dapat terpisahkan dari kehidupan masyarakat, karena media online mempunyai peranan menjadi peranan informasi mengenai kejadian atau peristiwa baik yang telah terjadi dalam maupun diluar negeri untuk cepat dan mudah diakses. (Eriyanto 2009:34).

Perkembangan media online di kabupaten Gresik sangat besar dan semakin di minati. Salah satu media online lokal yang ada di kabupaten Gresik yakni kabargresik.com media online ini berdiri pada tanggal 27 oktober 2009 di bawah naungan PT. Mitra mas media , media ini sangat di minati oleh warga Gresik karena berita yang di sajikan independent dan mempunyai daya saing yang tinggi serta profesionalisme dalam melakukan peliputan.

Media online Kabargresik.com sudah berkecimpung dalam media informasi terbaru kota Gresik. Kabargresik.com hadir mewarnai masyarakat Gresik dengan memunculkan ide atau rubrik yang unik dan memanjakan para pembacanya, dalam hal ini di antaranya berita olahraga lokal Gresik, peristiwa, lingkungan, pendidikan kesehatan, kriminal, kuliner khas Gresik, serta keberadaan warung kopi yang di rasa unik di kabupaten Gresik pun di beritakan oleh kabargresik.com bahkan pemberitaan warung kopi dirasa akan memunculkan representasi kota gresik sebagai kota 1001 warung kopi. hal ini sangat memanjakan pembaca dengan desain website yang unik dan memikat pembaca untuk mencari informasi.

Seperti yang ada di salah satu rubrik media online lokal Gresik yakni Kabargresik.com, secara khusus mempunyai rubrik warung kopi. Hal yang mendasar adanya rubrik tersebut karena memang kota gresik sudah dikenal sejak masa dahulu yang masyarakat membudayakan *ngopi* karena banyaknya warung kopi, pimpinan umum Kabargresik.com membuat rubrik warung kopi yang tidak dimiliki media cetak maupun online lainnya. Rubrik warung kopi sendiri menjadi sarana untuk mempromosikan Kabargresik.com. dengan tulisan yang khas tentang

mengulik tentang warung kopi khas (wawancara dengan Akhmad Sutikhon, Pimpinan umum Kabargresik.com. 15/07/2017).

Menyadari akan kebutuhan media massa berupa online semakin di minati oleh masyarakat Gresik serta sebagai sarana komunikasi, media ini pun berperan sebagai persuasi, beberapa masyarakat pun setelah pembaca memberikan feedback kepada media untuk mengkritik dan memberi masukan dengan memberikan layanan kolom comment dalam website tersebut. Kabargresik.com juga berperan aktif memberikan informasi warung kopi tradisional. Dengan menuliskan ke-khas an dari warung kopi tersebut, pembaca diharapkan tertarik untuk kembali membudayakan *ngopi* di warung kopi. (wawancara dengan Akhmad Sutikhon, Pimpinan umum Kabargresik.com. 12/04/20017).

Penyajian berita berupa gaya penulisan dan pemilihan kata-kata yang lugas dan mudah di mengerti pembaca, selain itu juga kabargresik.com menyajikan foto jurnalistik yang berupa kejadian dalam peliputan hal ini akan menarik pembaca untuk melakukan transaksi informasi dalam media ini. Serta kabargresik.com sebagai media pemberitaan online yang memfokuskan diri untuk peristiwa dan informasi di Gresik khususnya dengan berbgai macam rubrik dengan porsi 80% pemberitaan di kabupaten Gresik. Sisanya adalah peristiwa regional dan nasional yang menjadi perhatian masyarakat Gresik.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latarbelakang diatas, penulis merumuskan masalah Bagaimana representasi ‘’Kota Gresik 1001 warung kopi’’ dalam rubrik warung kopi di media online Kabargresik.com

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana representasi ‘’kota Gresik 1001 warung kopi’’ dalam rubrik warung kopi di media online kabargresik.com

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- A. Sebagai tambahan literature ilmu pengetahuan deskriptif khususnya di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura
- B. Sebagai literatur ilmiah untuk penelitian selanjutnya dan membantu mengembangkan ilmu pengetahuan pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan edukasi kepada banyak pihak diantaranya :

- A. Penelitian ini diharapkan lebih memberikan perhatian khusus tentang budaya ngopi yang ada di Gresik yang sudah semakin hilang
- B. Sebagai literature bagi penulis untuk lebih memahami kegiatan media.

