

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi sekarang ini budaya, mobilitas, dan gaya hidup masyarakat Indonesia berubah karena dipengaruhi oleh dunia luar. Seiring dengan meningkatnya mobilitas dan gaya hidup di kota besar maupun kota kecil di Indonesia, pertumbuhan Kedai kopi pun menjadi cukup pesat. Tempat kopi dapat menjadi pertemuan dengan rekan bisnis, bersantai, bahkan tempat diskusi anak muda. Oleh karena itu meminum kopi bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk, tapi sebagai bagian gaya hidup, dimana Kedai kopi menjadi tempat berkumpul yang amat diminati pada zaman saat ini. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul. Di Indonesia sendiri dapat dikatakan telah lama menjadi kebiasaan. Bagi sebagian orang, meminum kopi sudah menjadi rutinitas. Ada beberapa alasan, mulai dari pengusir rasa kantuk, hingga menjadi penyemangat sebelum memulai aktifitas. Dari kedai kopi tingkat tradisional yang menyediakan jenis kopi biasa sampai kedai kopi kelas premium. Beberapa contoh kedai kopi yang ada di Indonesia seperti Starbucks Coffee, The Coffee Bean and Tea Leaf, dan masih banyak yang lainnya, kedai kopi menyediakan berbagai jenis kopi nusantara serta berbagai cara penyeduhan yang unik. Tempat kopi saat ini tidak hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang tinggal di perkotaan. Meminum kopi di kedai kopi membuat mereka mendapat kepuasan untuk diri mereka. Suasana kedai kopi yang nyaman membuatnya sering dijadikan tempat untuk berdiskusi, pertemuan bisnis, bersantai atau berkumpul dengan teman (Mahaly Mem, Sh, 2016).

Seperti kota Bondowoso yang terletak di Jawa Timur dengan sebutan kota Tape, yang saat ini dikenal dengan sebutan BRK (Bondowoso Republik Kopi), Sejak pemerintahan Bondowoso mulai mengembangkan tanaman kopi di kawasan Ijen Raung. Saat ini kota Bondowoso mengangkat kopi untuk dijadikan salah satu *iconic* Bondowoso. Sejak dideklarasikan oleh Bupati Bondowoso, Amin Said Husni, sebutan BRK (Bondowoso Republik Kopi) yang berkolaborasi dengan

komunitas “ Kampung Kopi Bondowoso “ sudah banyak melahirkan rasa penasaran bagi penikmat kopi serta dampak positif bagi Kabupaten Bondowoso. BRK sendiri merupakan brand kopi Bondowoso yang di jalankan oleh komunitas kampung kopi. Salah satu dampak positifnya adalah meningkatnya permintaan akan komoditas kopi. Karena Bondowoso sendiri kaya akan kebun kopi yang pusatnya di daerah ijen raung. Selain konsumen dari local dan mancanegara, konsumen Kopi Arabika Java Ijen Raung sekarang ini juga mencakup para pecinta kopi yang menganggap kopi jenis ini sebagai “*origin coffee*” atau kopi asli.

Kampung Kopi yaitu suatu kolektif dari beberapa kedai yang ada di Bondowoso yang menjadi satu komunitas, yang dibangun atas inisiatif para pelaku kopi yang ada di Bondowoso. Dimana mereka menjalin kerjasama atau hubungan interpersonal antara komunitas Kampung Kopi, disparpora dan juga Bank Jatim. Dari kerjasama Kampung Kopi dengan instansi terkait dengan tujuan mempertahankan suatu *Icon* Bondowoso yaitu Bondowoso Republik Kopi. Karena dengan kerjasama mereka sangatlah menguntungkan bagi BRK sendiri untuk tetap eksis dalam mempertahankan Kopi Bondowoso. Kampung Kopi yang saat ini menjadi sorotan bagi masyarakat Bondowoso ataupun dari luar kota untuk mengunjungi kekampung kopi untuk mencapai rasa penasaran dari kopi asli produksi Bondowoso. Dengan tujuan meningkatkan kuantitas dari produksi kopi dan meningkatkan daya tarik wisata di Bondowoso. Acara Kampung Kopi ini dipusatkan di alun-alun ibukota kabupaten, Kampung Kopi hadir rutin tiap bulan 1 kali di minggu ke 2 selama 3 hari di akhir pekan. Dari belasan stand, ada banyak gaya barista menyeduh kopi. Beragam citarasa dan mendorong kompetisi antar pemilik kedai. Misalnya dari tata letak alat-alat dan sarana warung, juga cara penyampaian informasi maupun komunikasi antar anggota.

Selain itu Kampung Kopi juga mempunyai program untuk mengajak teman-teman kreatif maupun komunitas dari Bondowoso untuk bisa *perform* yang telah disediakan wadah untuk hiburan pada acara kampung kopi, supaya ada daya tarik dari masyarakat Bondowoso maupun dari luar kota untuk berkunjung ke acara Kampung Kopi yang didukung oleh instansi terkait maupun pemerintah Bondowoso sendiri. Karena BRK sendiri kalau tidak ada kampung kopi, bisa saja

tidak akan eksis akan kopi Bondowoso, meskipun BRK sendiri milik pemerintah Bondowoso, karena yang menjalankan BRK sendiri yaitu komunitas Kampung Kopi. Dengan kampung kopi eksistensi BRK tetap terjaga, supaya Bondowoso akan dikenal akan kopi maupun kedai kopinya oleh masyarakat luas. Kampung Kopi juga menjalin kerjasama dengan Disparpora dan Bank Jatim dalam mengadakan acara Festival kopi Bondowoso, dimana anggota dari Kampung Kopi tersebut mengadakan rapat bersama dengan instansi terkait demi terealisasinya sebuah acara besar di Bondowoso yaitu festival kopi, dan juga mengundang artis dari luar kota Karina Nadyla “ Putri Pariwisata Indonesia “ dan acara tersebut sukses digelar oleh komunitas Kampung Kopi Bondowoso.

Komunikasi merupakan unsur yang paling penting dalam mendukung tercapainya sebuah tujuan didalam organisasi maupun komunitas. Maka dari itu pentingnya sebuah komunikasi dapat dilakukan secara tertata dan dipimpin secara bijak oleh ketua dari komunitas tersebut. Berbagai metode dapat diterapkan untuk mendekatkan hubungan antar personal semakin dekat sehingga setiap individu memiliki jiwa loyalitas yang kuat, dengan tingginya sebuah jiwa loyalitas maka peluang dedikasi terhadap komunitas dari setiap individu akan semakin besar.

Komunitas Kampung Kopi ” saat ini sangat baik dalam menjaga dan memperluas eksistensi Bondowoso Republik Kopi yang dibangun dengan berbagai metode komunikasi Interpersonal. Dengan adanya permasalahan yang timbul dalam menjalankan visi misi komunitas Kampung Kopi menjadi latar belakang untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi Dalam Mempertahankan Eksistensi Bondowoso Republik Kopi (BRK)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi ?
2. Faktor apa yang menyebabkan Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi.
2. Untuk mengetahui faktor yang menyebabkan Komunitas Kampung Kopi dalam mempertahankan eksistensi Bondowoso Republik Kopi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis peneliti ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sumbangan konseptual sehingga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian sejenis dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan untuk perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan berkaitan dengan Komunikasi Interpersonal Komunitas Kampung Kopi Dalam Mempertahankan Eksistensi Bondowoso Republik Kopi ?

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemimpin

Diharapkan dapat memberikan masukan dan menjadikan penengah guna mengambil keputusan yang bijak untuk mencapai suatu tujuan.

b. Bagi Anggota

1. Anggota dapat mengetahui akan pentingnya sebuah komunikasi interpersonal.
2. Sebagai pengetahuan untuk meningkatkan jiwa loyalitas dan dedikasi terhadap komunitas, golongan atau organisasi.
3. Dapat mengetahui cara kerjasama dengan pihak luar dalam menjalankan suatu program kerja.

c. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti, memiliki kreativitas dan kemampuan dalam menjaga dan mengembangkan sebuah eksistensi.

