

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya jaman, keberadaan café semakin banyak dijumpai di berbagai titik di tanah air, salah satunya di Kota Semarang. Menurut Ernest Christoga, owner di salah satu café di Semarang mengatakan bahwa bisnis kopi di Semarang saat ini bisa disetarakan dengan Bandung dan Jakarta. Saat ini banyak sekali didirikannya café-café di Kota Semarang, mulai dari café yang tempatnya kecil hingga yang menyediakan banyak tempat duduk untuk para pengunjungnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), café merupakan tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik dan pengunjung dapat memesan minuman seperti kopi, teh, bir, dan makanan-makanan ringan. Berbagai konsep yang unik dan fasilitas-fasilitas menarik, serta memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya membuat kedai kopi atau yang kerap kali disebut sebagai café ini menjadi sasaran tempat yang banyak diincar oleh berbagai kalangan terutama para remaja.

Semakin maraknya perkembangan bisnis kedai kopi atau *coffee shop* saat ini beriringan dengan kebiasaan yang dimiliki oleh para remaja jaman sekarang. Café dijadikan sebagai pilihan tempat bagi mereka para remaja ini untuk bersosialisasi dengan teman-teman dan kerabat, bersantai, hingga melepas kejenuhan. Dengan menggunakan tema desain interior yang unik dan dapat dijadikan untuk spot foto yang menarik, menyediakan fasilitas wi-fi hingga *live music* dan fasilitas lainnya membuat para remaja sebagai pengunjung café semakin tertarik dan betah untuk berlama-lama menghabiskan waktu dengan mengobrol, meminum kopi, mengerjakan tugas, hingga yang sekedar ingin mencari suasana baru. Gaya hidup yang mengalir melalui secangkir kopi menjadikan café sebagai pilihan gaya hidup yang bisa didapatkan, diisi ulang, atau bahkan ditingkatkan (Tucker, 2011: 6-7). Dengan kisaran harga yang cukup relatif, menjadikan sebuah kebiasaan di diri para remaja untuk rela mengeluarkan uang mereka agar bisa membeli segelas kopi atau makanan-makanan ringan dan bisa menikmati suasana yang nyaman serta fasilitas-fasilitas yang disajikan oleh *coffee shop* atau kedai kopian masa kini.

Dari gaya hidup atau kebiasaan para remaja tersebut, banyak ditemukan kasus-kasus kurangnya kesadaran para remaja untuk membiasakan diri sebagai pelanggan café

untuk dapat membuang atau membereskan wadah bekas minuman atau makanan mereka sendiri. Perilaku para remaja yang kurang peka untuk membereskan sampah yang telah mereka gunakan sendiri ini dapat menjadi sebuah kebiasaan negatif yang akan berdampak di kehidupan mereka selanjutnya jika tidak dimulai dan dibiasakan sejak saat ini. Hal ini berdampak pula untuk kebaikan di masa depan terkait dengan membuang sampah pada tempatnya. Sebuah kebiasaan baik ini yang kerap kali sering diajarkan di masa kecil kian memudar, hingga membuat perilaku beres-beres mandiri saat ini khususnya di diri para remaja yang memiliki kebiasaan suka nongkrong di café menjadi hal yang belum digerakkan di masa yang semakin maju saat ini.

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa anak-anak menuju ke masa dewasa. Di masa tersebut, remaja mengalami banyak perubahan dalam diri mereka, baik dari fisik maupun psikis. Menurut Riry Fatmawaty pada jurnalnya tentang Memahami Perkembangan Remaja, status remaja bukan lagi seorang anak-anak dan juga bukan pula orang dewasa. Hal ini berkaitan dengan perilaku dan kebiasaan mereka yang memiliki status sebagai remaja ini untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai, dan sifat yang sesuai bagi diri mereka. Masa remaja akhir ini biasa disebut sebagai batas dewasa awal, yang dalam kasus tersebut mereka sudah mengerti norma-norma masyarakat dan sudah memikirkan rencana kehidupan selanjutnya (Riry Fatmawaty, 2017: 56).

Permasalahan para remaja sering dianggap menjadi masalah yang sulit diatasi, baik dari perempuan maupun laki-laki. Hal tersebut dikarenakan sebagian masalah atau pelajaran-pelajaran yang diajarkan kepada mereka di waktu masa kanak-kanak kerap kali diselesaikan oleh orangtua dan guru-guru mereka, sehingga banyak para remaja kurang mandiri dalam menyelesaikan permasalahan mereka.

Dari kasus tersebut, yang dimana remaja merupakan langkah awal perubahan masa dan penyesuaian mereka dari yang masih harus diarahkan dan bergantung dengan orang tua, yang selanjutnya memasuki kehidupan yang lebih mandiri. Dengan memiliki kebiasaan untuk melakukan budaya beres-beres di café bagi para remaja, yang dimana tempat tersebut menjadi tempat yang sering mereka jadikan sebagai tempat masa kini menjadikan mereka untuk dapat membiasakan diri peduli sampah dan kebersihan lingkungan. Kepekaan dan kesadaran diri tidak harus selalu melalui hal-hal yang besar, tetapi dapat dimulai dari hal-hal kecil melalui diri sendiri sejak dini, khususnya bagi para remaja agar selalu peka terhadap sampah dan kebersihan lingkungan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Café menjadi tempat yang banyak diincar dan dikunjungi oleh para remaja dan sering digunakan sebagai tempat untuk nongkrong, ngopi, mengobrol, mengerjakan tugas, berfoto, hingga yang sekedar ingin mencari suasana baru. Perilaku para remaja yang tidak membuang dan membereskan wadah bekas minuman atau makanan mereka sendiri menjadikan sebuah kebiasaan negatif yang tertanam di benak para remaja masa kini. Budaya beres-beres memang harus dimulai dari diri sendiri. Hal tersebut berkaitan dengan kebaikan di masa depan untuk memiliki kebiasaan bersih dan mandiri membuang sampah pada tempatnya.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan di atas, perancang membuat sebuah batasan masalah supaya perancangan dapat dilakukan sesuai fokus permasalahan objek yang akan dituju.

Perancangan ini dibatasi hanya untuk café (kedai kopi) yang menyajikan minuman dan makanan-makanan ringan, serta menyediakan tempat duduk bagi para pelanggannya. Café berlokasi di Kota Semarang yang digunakan sebagai observasi awal. Batasan target yang akan dituju yaitu remaja akhir hingga dewasa awal berusia 18-25 tahun, memiliki kebiasaan suka nongkrong di café, memesan minuman ataupun makanan di tempat, duduk dan menggunakan fasilitas yang ada di café tersebut.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, didapatkan rumusan masalah yaitu:

Bagaimana merancang media visual yang menarik dan efektif untuk menyampaikan informasi tentang membangun kebiasaan bersih di café bagi para remaja?

### **1.5 Tujuan Perancangan**

Tujuan dari perancangan ini dibuat yaitu untuk mengajak para remaja di café agar dapat membangun kebiasaan bersih dan lebih peka untuk mau melakukan budaya beres-beres terhadap wadah bekas minuman ataupun makanan mereka yang dapat dimulai dari diri para remaja melalui media visual yang akan dirancang.

### **1.6 Manfaat Perancangan**

#### **1.6.1 Manfaat Bagi Masyarakat**

Meningkatkan kepekaan dan membangun kebiasaan bersih yang dimulai dari para remaja untuk mau melakukan budaya beres-beres dengan membuang atau membereskan sampah bekas makanan dan minuman mereka secara mandiri.

#### **1.6.2 Manfaat Bagi Institusi Desain Komunikasi Visual**

Meningkatkan wawasan dan referensi terkait permasalahan sosial terhadap diri para remaja dalam kaitannya dengan desain sebagai solusi permasalahan.

### 1.6.3 Manfaat Bagi Individu

Menambah wawasan diri pribadi dan perilaku sosial terkait bagaimana merancang media visual yang tepat dan efektif bagi target yang akan dituju.

## 1.7 Metode Perancangan

### 1.7.1 Metode Perancangan

Metode perancangan dilakukan melalui observasi awal dengan data kualitatif mengenai permasalahan terkait perilaku dan kebiasaan para remaja di café, yang selanjutnya dilanjutkan dengan pematangan ide dan konsep dari media visual yang akan dirancang untuk memberikan solusi terhadap permasalahan.

### 1.7.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif didapatkan melalui observasi dengan melakukan pengamatan langsung dan pengumpulan data berupa bukti foto terhadap obyek yang akan diteliti. Observasi dilakukan oleh perancang dengan pengamatan dan pencatatan mengenai perilaku dan kebiasaan yang dilakukan target ketika berada di café.

Data kuantitatif didapatkan dengan menyebarkan kuisioner secara online kepada target berusia 18-25 tahun. Hasil kuisioner digunakan untuk menunjang data terkait dengan perilaku dan kebiasaan para remaja ketika nongkrong di sebuah café. Selain itu, perancang mengumpulkan data lainnya melalui studi pustaka yang didapatkan dari jurnal yang terkait tentang perilaku dan kebiasaan remaja dan pemahaman tentang psikologi perkembangan remaja.