Wacadesain
https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/wacadesain

Visualisasi Dokumenter Pengaruh Kopi Kafe Terhadap Produktivitas Pekerja Kreatif Generasi Z

Bayu Bambang Perdana[1], Oki Adityawan[2], Sandi Destian Pratama[3], Dion Eko Valentino[4]
[1]Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, bayu@ars.ac.id
[2]Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, oki@ars.ac.id
[3]Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, sandi@ars.ac.id
[4]Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, dion.valentino@ars.ac.id

ABSTRAK

Pekerja kreatif Generasi Z semakin memilih kafe sebagai ruang kerja alternatif sekaligus mengintegrasikan kopi ke dalam rutinitas harian. Penelitian ini bertujuan menjelaskan pengaruh minuman kopi di kafe terhadap produktivitas dan kreativitas pekerja kreatif Generasi Z, yang kemudian disajikan dalam bentuk video dokumenter. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan etnografi, observasi partisipatif terbatas, serta wawancara semi-terstruktur bersama pekerja kreatif, barista, dan pengelola kafe di Mutu Loka, Seinkiri, dan Tomoro *Coffee*. Proses perancangan karya menerapkan pendekatan Design Thinking melalui tahapan empati, definisi masalah, eksplorasi ide, pembuatan prototipe, dan pengujian. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kopi berfungsi sebagai pemacu konsentrasi dan energi, sekaligus ritual kerja yang mempersiapkan mental, memperbaiki mood, dan mengatasi kebuntuan ide. Atmosfer kafe, fasilitas pendukung, serta interaksi sosial turut memperkuat motivasi, kolaborasi, dan proses kreatif. Karya akhir berupa video dokumenter berdurasi sekitar 25 menit berpola naratif-ekspositoris dan observatoris berlandaskan konsep "Ritual dan Ruang". Penemuan ini mengindikasikan bahwa konsumsi kopi dan lingkungan kafe secara terpadu membentuk ekosistem kerja yang efektif mendukung produktivitas maupun kreativitas Generasi Z

Kata Kunci: *Work From Café*, Generasi Z, Kopi Kafe, Produktivitas, Dokumenter

ABSTRACT

Generation Z creative workers increasingly choose cafes as alternative workspaces while integrating coffee into their daily routines. This study aims to explain how coffee in cafes influences the productivity and creativity of Generation Z creative workers, presented in the form of a documentary video. The research methodology employs a descriptive qualitative approach utilizing ethnography, limited participant observation, and semi-structured interviews with creative workers, baristas, and cafe managers at Mutu Loka, Seinkiri, and Tomoro Coffee. The creative design process follows a Design Thinking framework, encompassing empathy, problem definition, ideation, prototyping, and testing phases. Findings indicate that coffee serves as a booster for concentration and energy, as well as a work ritual that mentally prepares individuals, improves mood, and helps overcome creative blocks. The cafe atmosphere, supporting facilities, and social interactions further enhance motivation, collaboration, and the creative process. The final outcome is a 25-minute documentary video adopting a narrative-expository and observational approach based on the "Ritual and Space" concept. These findings suggest that coffee consumption and cafe environments combined form an effective work ecosystem that actively fosters the productivity and creativity of Generation Z.

Keywords: *Work From Café*, *Generation Z, Coffee Cafe, Productivity, Documenter*

PENDAHULUAN

Perubahan dalam sektor industri kreatif menjadikan kreativitas, inovasi, dan produktivitas sebagai elemen krusial dalam menciptakan sebuah karya. Para pekerja kreatif dari Generasi Z mengalami cara kerja yang cukup fleksibel dan familiar dengan teknologi digital. Dalam situasi ini, kafe bertransformasi menjadi ruang alternatif untuk menyelesaikan tugas,

Gen Z, yang merupakan kelompok usia muda dengan rentang kelahiran sekitar tahun 1997–2012, kini menjadi bagian besar dari tenaga kerja di industri kreatif. Mereka dikenal memiliki karakteristik yang unik, seperti kemampuan adaptasi teknologi yang tinggi, pola pikir kreatif, serta kebutuhan akan lingkungan kerja yang mendukung produktivitas dan inovasi, menggali ide, dan bersosialisasi di luar lingkungan kerja tradisional (Hendrata & Sukendro, 2018). Kebiasaan bekerja di kafe atau yang dikenal sebagai *work from café* bukan hanya tentang memilih lokasi, tetapi juga terkait dengan pengembangan rutinitas dan pola hidup.

Kopi memiliki beragam zat yang terkandung di dalamnya, salah satunya adalah kafein yang merangsang sistem saraf pusat dan dikenal mampu mengurangi rasa lelah serta meningkatkan stamina bagi pengonsumnya. Hal ini terjadi karena kafein menghalangi protein reseptor pada senyawa neurotransmitter, yang menyebabkan peningkatan tenaga di dalam otak termasuk hormon dopamin. Salah satu penelitian menunjukkan bahwa asupan kafein dapat mengurangi waktu kelelahan saat berolahraga sebesar 12 persen dan menurunkan tingkat kelelahan pengguna dengan signifikan. Penelitian lain menunjukkan hasil sejenis, di mana terungkap bahwa mengonsumsi kafein sebelum maupun saat bermain golf dapat meningkatkan performa, menambah energi, dan mengurangi rasa Lelah (Hendrawan, 2023).

Kopi memainkan peran penting dalam rutinitas tersebut. Bagi beberapa pekerja, proses memilih dan menikmati kopi sebelum atau selama jam kerja dapat menjadi sinyal adanya pergeseran menuju aktivitas profesional. Selain itu, kopi dianggap berkontribusi dalam mempertahankan energi, konsentrasi, suasana hati, serta semangat. Namun, pengalaman ini tidak bisa serta-merta dijadikan bukti bahwa konsumsi kopi secara langsung meningkatkan kinerja atau imajinasi setiap orang. Pengalaman dalam bekerja juga dipengaruhi oleh atmosfer ruangan, sarana yang ada, interaksi dengan rekan, sifat pekerjaan, serta kebiasaan individu.

Penelitian sebelumnya yang diuraikan dalam karya akhir ini mencakup analisis tentang sikap kerja Generasi Z di kedai kopi, hubungan antara kafein dan ruang terhadap kreativitas, serta fenomena *work from café* sebagai bagian dari budaya populer. Berdasarkan studi ini, penelitian ini mengadopsi perspektif Desain Komunikasi Visual (DKV), yaitu mengubah temuan sosial dan budaya menjadi karya dokumenter yang informatif. Tujuannya adalah untuk mengeksplorasi bagaimana pekerja kreatif dari Gen Z memaknai pengalaman kafe kopi dalam rutinitas kerja mereka, bagaimana suasana kafe berfungsi sebagai ruang yang mendukung, dan bagaimana pengalaman tersebut dapat disampaikan melalui metode naratif dan observasi.

KAJIAN LITERATUR

1. **Desain Komunikasi Visual (DKV)** merupakan cabang ilmu desain yang memanfaatkan elemen-elemen visual seperti tipografi, warna, ilustrasi, fotografi, dan tata letak sebagai sarana penyampaian pesan atau informasi kepada audiens secara efektif dan komunikatif.

Menurut Tinarbuko dalam (Tinarbuko, 2015), mengemukakan bahwa Desain Komunikasi Visual (DKV) adalah ilmu

yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen-elemen desain seperti garis, bentuk, tekstur, ruang, ukuran, dan warna. DKV merupakan upaya pemecahan masalah komunikasi visual melalui perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi visual yang bertujuan menghasilkan komunikasi yang fungsional, persuasif, artistik, estetis, dan komunikatif.

2. Generasi Z Sebagai Pekerja Kreatif

Generasi Z, yang lahir di antara tahun 1997 sampai 2012, muncul sebagai aktor utama dalam komposisi tenaga kerja industri kreatif. Mereka tidak hanya terlibat dalam kemajuan teknologi dan inovasi, tetapi juga membawa ciri-ciri kerja yang unik: menekankan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan, meminta fleksibilitas dalam pekerjaan, serta memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan kerja yang mendukung dan sehat (Dewantara & Barry, 2025).

Generasi Z mengacu pada konteks sosial, sejarah, dan teknologi yang membentuk identitas serta ciri-ciri mereka. Anggota Generasi Z adalah individu yang dilahirkan antara pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2010-an, dan konteks mereka mencerminkan berbagai peristiwa serta kemajuan yang terjadi dalam periode tersebut. Salah satu elemen kunci dalam latar belakang Generasi Z adalah perubahan besar dalam teknologi. Mereka dibesarkan di tengah kemajuan pesat teknologi digital yang memungkinkan mereka memiliki akses tanpa batas ke internet, gadget cerdas, platform media sosial, dan alat teknologi lainnya. Dampak dari teknologi ini sangat signifikan dalam cara mereka berkontribusi, mencari informasi, dan berkomunikasi dengan dunia di sekitarnya. Unsur kedua adalah pengalaman sosial. Generasi Z hadir pada masa globalisasi, di mana perkembangan hak-hak sipil dan perubahan nilai sosial memengaruhi pola pikir serta pandangan mereka terhadap dunia. Mereka hidup di zaman yang menghargai keberagaman, serta di mana isu-isu sosial seperti keadilan, kesetaraan gender, dan masalah lingkungan menjadi perhatian utama (Sunyoto, 2024).

Kecenderungan karakter generasi Z sangat melekat dengan kebebasan serta keterlibatan mereka dalam aktivitas sosial. Kebebasan ini meliputi hasrat mereka untuk tidak dikekang terlalu ketat oleh perusahaan, supaya mereka sanggup mengatur waktu buat keperluan sosial. Selain itu, generasi Z berharap bahwa perusahaan tempat mereka berkarir punya komitmen pada aspek sosial yang ingin diraih (Utami, 2025).

3. Video Dokumenter sebagai Representasi Visual

Video adalah sarana komunikasi yang menggunakan elemen gambar bergerak dan suara, yang memungkinkan pengalaman komunikasi melibatkan dua indra utama secara bersamaan, yaitu mata dan telinga. Perpaduan ini menjadikan video sebagai salah satu alat yang sangat efisien untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih jelas, kreatif, dan emosional dibandingkan dengan media yang hanya satu arah seperti teks atau suara. Dalam aspek komunikasi visual, video dapat menunjukkan kenyataan, suasana hati, dan perasaan secara langsung melalui gerakan, ekspresi wajah, warna, komposisi, dan audio.

Video dokumenter sebagai representasi visual adalah media nonfiksi yang mengemas fakta, realitas sosial, dan peristiwa nyata ke dalam bentuk audio-visual. Ia berfungsi bukan sekadar sebagai rekaman peristiwa, melainkan sebagai sarana edukasi, kritik sosial, dan pembentuk perspektif melalui pendekatan estetika gambar, narasi, serta wawancara (Cresentia & Oktora, 2022).

4. Video Dokumenter

Video dokumenter merupakan bentuk karya audiovisual yang bertujuan untuk merekam, merepresentasikan, dan mengomunikasikan realitas atau fakta-fakta tertentu dengan Pendekatan naratif yang terstruktur. Dokumenter tidak sekadar menyajikan fakta secara mentah, namun mengemasnya secara kreatif agar informasi yang disampaikan dapat menginspirasi, menggugah, atau mengedukasi penonton.

Video dokumenter merupakan jenis film yang merekam atau menampilkan kejadian, objek, dan isu yang ada dalam dunia nyata. Dengan cara ini, video dokumenter dapat memberikan sudut pandang dan pemahaman yang lebih dalam tentang realitas, menjadi jendela atau alat guna mengamati dan memahami kehidupan dengan lebih baik. Video dokumenter berfungsi untuk menyampaikan informasi, pesan, serta pengetahuan yang rumit dengan cara yang lebih jelas dan singkat agar lebih mudah dicerna. Film dokumenter diproduksi berdasarkan kejadian yang autentik atau nyata (Muthi, Fadhilah, Safitri, & Sujarwo, 2023).

5. Kopi sebagai Ritual Sosial dalam Aktivitas Kerja Kreatif.

Untuk pertama kalinya, tradisi mengonsumsi kopi di Indonesia muncul dan berkembang sejak penerapan sistem tanam paksa oleh pemerintah Belanda pada tahun 1830, walaupun pada mulanya hanya dilakukan oleh orang dewasa dan didominasi oleh kaum pria. Oleh karena itu, kegiatan ngopi telah menjadi salah satu bagian dari budaya masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu. Terlebih lagi, dengan kemajuan teknologi dalam hal pengemasan makanan dan minuman, aktivitas ngopi kini dapat dilakukan hampir di mana saja dan kapan saja dengan sangat mudah (Fauzi, 2019).

Kopi bukan hanya minuman berkafein yang dikonsumsi untuk meningkatkan energi atau fokus. Dalam konteks budaya dan perilaku masyarakat, kopi telah berkembang menjadi sebuah ritual sosial dan simbol produktivitas, terutama di kalangan pekerja kreatif perkotaan. Rutinitas "ngopi sebelum kerja", “ngopi sambil diskusi”, atau “kerja dari kafe” menjadi bagian dari pola hidup yang tidak hanya fungsional, tapi juga mengandung makna simbolik dan psikologis.

Menurut (Hendrata & Sukendro, 2018) mengemukakan bahwa kopi itu tidak hanya dekat di hati orang-orang kreatif sebagai minuman yang menemani di saat kerja tetapi juga dekat dengan orang yang baku dalam pekerjaannya. Dan juga kopi sendiri ternyata bisa mengajarkan tentang arti kreativitas itu sendiri karena dari tahap penanaman kopinya sampai dengan penyajiannya memerlukan kreativitas dan seni yang cukup tinggi.

Kopi lebih dari sekadar minuman. Di tanah air ini, kopi dan aktivitas *ngopi* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari yang mencerminkan berbagai lapisan sosial, budaya, dan sejarah yang kaya. Dengan sejarah yang panjang, kopi telah mengalami transformasi yang signifikan, mulai dari simbol identitas budaya hingga elemen penting dalam perubahan sosial dan ekonomi (Azhar, 2024).

Dalam sebuah artikel yang dikemukakan oleh Syakur dalam (Syakur Sf., 2026) bahwa kopi bahkan hampir menjadi budaya tersendiri. Banyak mahasiswa, dosen, penulis, dan pekerja kreatif mengandalkan kopi untuk menjaga ritme berpikir. Ada semacam asosiasi psikologis bahwa kopi identik dengan fokus, diskusi, dan aktivitas intelektual. Meski demikian, manfaat kopi tidak boleh direduksi hanya pada efek stimulannya. Beberapa kajian menunjukkan bahwa kopi juga mengandung asam klorogenat dan berbagai antioksidan yang berpotensi membantu tubuh melawan stres oksidatif. Dengan kata lain, kopi bukan sekadar minuman pemicu semangat, tetapi juga

memiliki dimensi fungsional dalam menjaga kesehatan.

Kebiasaan minum kopi yang dilakukan oleh Gen Z sebenarnya memiliki cerita sosial yang unik. Untuk Gen Z, menikmati kopi merupakan sebuah pengalaman. Memilih kafe spesifik, memesan menu pilihan, mencari tempat duduk yang tepat, kemudian membagikannya di Instagram atau TikTok, merupakan bagian dari sebuah rangkaian aktivitas sosial. Pada saat ini, kopi tidak hanya sekadar diminum, melainkan juga "dipamerkan" sebagai tanda selera, gaya hidup, dan bahkan status sosial (Al Amin, 2026).

6. Makna Personal dan Simbolik Konsumsi Kopi

Mengkonsumsi kopi telah menjadi tradisi dan kultur dalam masyarakat Indonesia yang dapat dianggap sebagai warisan turun-temurun. Kebiasaan minum kopi ini sangat dipengaruhi oleh lingkungan seperti keluarga, teman, kolega, dan juga komunitas sosial. Akhir-akhir ini, tidak hanya orang dewasa yang menikmati kopi, tetapi juga generasi muda seperti Milenial hingga Generasi Z (Purnomo, Yuliati, Shinta, & Riana, 2022)

Terdapat alasan yang membuat fenomena dan makna minum kopi muncul, bahkan terdapat klaim bahwa Generasi Z lebih suka minum kopi daripada alkohol. Ini menunjukkan bahwa generasi sebelumnya lebih tertarik pada alkohol dan mengunjungi klub malam untuk sekadar melepas stres, sementara Generasi Z lebih memilih untuk menghabiskan waktu di kedai kopi guna menghilangkan stres dan melanjutkan pekerjaan (Tania & Hurdawaty, 2022).

Perilaku mengonsumsi kopi berkaitan erat dengan budaya dari masyarakat yang mengonsumsi. Di mana budaya minum kopi ini biasanya terjadi di tempat-tempat ngopi. Namun, seiring berjalannya waktu, istilah untuk tempat ngopi mulai berubah menjadi kedai kopi. Mengonsumsi kopi tidak hanya sekedar memenuhi selera, tetapi bagi beberapa orang di perkotaan telah menjadi aspek dari gaya hidup mereka (Solikatun, Kartono, & Demartoto, 2015).

Masih dikemukakan oleh Solikatun dkk dalam (Solikatun, Kartono, & Demartoto, 2015) dalam praktik budaya kopi, terdapat perubahan yang nyata. Minuman kopi mengandung berbagai senyawa yang bersifat psikoaktif, salah satunya kafein, yang dapat merangsang produksi dua hormon aktif yaitu kortison dan adrenalin. Hal ini mengakibatkan kopi memiliki dampak dalam mengurangi rasa mengantuk, serta meningkatkan kewaspadaan mental, pemikiran, konsentrasi, dan reaksi. Mengonsumsi kopi juga membantu menjaga tubuh tetap terjaga dan menambah vitalitas. Di sisi lain, fakta mengenai kedai kopi sebagai bagian dari gaya hidup semakin dikuatkan oleh tuntutan modern, di mana kedai kopi kini berfungsi sebagai tempat untuk bersosialisasi, area berkumpul bagi anak-anak muda, ruang pertemuan yang nyaman, serta lokasi sarapan dengan makanan cepat saji. Masyarakat dapat menikmati kopi sambil bersantai dan mengobrol dengan teman-teman. Kebiasaan sebagian orang yang menghabiskan waktu luang dan uang untuk menikmati kopi di kedai kopi ini telah menjadikan aktivitas tersebut sebagai salah satu aspek gaya hidup.

METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan metode kualitatif deskriptif guna menggali dan mengkaji bagaimana pengalaman pribadi serta makna sosial dan budaya yang terkandung dalam konsumsi kopi di kafe. Strategi ini tidak berfokus pada pengujian hipotesis atau statistik, melainkan berupaya untuk menguraikan kebiasaan, persepsi, serta latar aktivitas berdasarkan data dari lapangan.

Menurut Roosinda dkk dalam (Roosinda, et al., 2021) mengemukakan bahwa pada riset dengan metode kualitatif, langkah penelitian berupaya guna

mendeteksi inti persoalan yang tersaji dalam rumusan masalah penelitian. Dengan memahami pertanyaan-pertanyaan dari rumusan masalah itu, peneliti tentu bisa menetapkan model penelitian yang bakal dipakai. Lewat temuan dari penelitian tersebut, peneliti akan memperoleh karakteristik, tipe penelitian, teknik pengumpulan data, serta metode menganalisis data yang dibutuhkan selaras dengan fokus kajian yang dihadapi oleh peneliti .

Data dihimpun melalui tiga teknik. Pertama, kajian pustaka yang berguna untuk membedah ide mengenai kopi, produktivitas, kreativitas, budaya kerja Generasi Z, dokumentasi, dan Desain Komunikasi Visual. Kedua, observasi partisipatif yang terbatas pada tiga lokasi, yaitu Mutu Loka, Seinkiri, dan Tomoro Coffee. Ketiga, wawancara semi-struktural dengan enam narasumber dari bidang kreatif, seperti desainer grafis, editor video, dan pembuat konten, serta barista dan pihak manajemen kafe. Informan dipilih berdasarkan relevansi pekerjaan, keluwesan rutinitas, serta pengalaman kerja atau interaksi mereka di kafe.

Analisis dikerjakan secara deskriptif dengan menelaah hubungan antara catatan observasi, pengalaman yang diutarakan oleh narasumber, dan teori dalam kajian pustaka. Temuan tersebut dijadikan sebagai basis untuk membangun narasi dan visual dalam dokumenter. Dalam menyusun karya, pendekatan Design Thinking digunakan melalui lima tahap: memahami, mendefinisikan, mengidekan, membuat prototipe, dan menguji. Perspektif etnografi mempertajam proses dengan menaruh perilaku dalam konteks sosial sehari-hari saat bekerja dan menikmati kopi.

Selama tahap pra-produksi, dilakukan pembuatan sinopsis, riset terhadap narasumber dan tempat, penulisan treatment serta naskah, penyusunan storyboard, dan persiapan teknis. Pada tahap produksi, dicatat rekaman kegiatan kerja, suasana kafe, kopi, dan wawancara. Di tahap pascaproduksi, materi yang ada diseleksi dan disusun melalui penyuntingan gambar, pengolahan audio, perekaman suara, serta penambahan elemen grafis yang mendukung. Karya ini disusun sebagai dokumenter naratif-ekspositoris dengan durasi maksimal 30 menit.

PEMBAHASAN

1. Kopi Sebagai Ritual Kerja

Temuan riset menyatakan bahwa kopi mempunyai fungsi yang lebih kompleks daripada cuma sebagai minuman yang dikonsumsi kala bertugas. Dalam agenda rutin bagi pekerja kreatif, kopi jadi komponen dari kebiasaan pribadi yang terhubung dengan penciptaan ritual, kesiapan mental, dan pengendalian dinamika pekerjaan. Menikmati kopi sebelum memulai tugas atau saat rehat bisa dimaknai sebagai ritual harian yang menunjukkan perpindahan dari masa santai ke keterlibatan dalam kegiatan yang produktif. Pengulangan dari aktivitas tersebut membentuk pola yang tidak hanya bersifat lazim, tetapi juga menyimpan arti pribadi bagi setiap individu yang menjalankannya. Dengan demikian, kopi punya makna simbolis sebagai penanda dimulainya pekerjaan serta bagian dari proses persiapan diri sebelum menuntaskan tantangan dalam dunia profesional.

Dari sudut pandang perilaku dan psikologi aktivitas, kebiasaan meminum kopi mampu menciptakan keterkaitan antara momen konsumsi dan kesiapan untuk bekerja. Saat tindakan tersebut dilakukan secara rutin dalam lingkungan yang cukup stabil, kopi bisa jadi sinyal situasional yang menolong orang memfokuskan perhatian, membentuk antisipasi terhadap pekerjaan, serta menyusun kesiapan mental dalam menuntaskan tugas. Arti ini tidak hanya berasal dari sifat fisik atau komposisi kopi, melainkan tumbuh melalui pengalaman pribadi, situasi penggunaan, dan pola

kebiasaan yang terbentuk selama durasi tertentu. Karenanya, ritual meminum kopi dapat dilihat sebagai unsur mekanisme adaptasi harian yang membantu orang menciptakan peralihan psikologis menuju dunia kerja, walaupun manfaat ini tidak bisa dianggap dirasakan secara sama oleh semua individu.

Bagi pekerja kreatif yang menjadi subjek penelitian, asupan kopi pun terkait dengan pandangan mengenai kesiapan fokus, penjagaan energi, serta pengaturan suasana hati. Hal-hal tersebut penting bagi karakter pekerjaan kreatif yang memerlukan kemampuan memproses data, menggali variasi ide, memecahkan masalah, serta membuat pilihan yang mempertimbangkan sisi teknis dan estetis. Dalam alur itu, kesiapan pikiran serta kemampuan menjaga keterikatan terhadap pekerjaan merupakan bagian dari pengalaman batin yang mendampingi proses kreasi. Kopi lantas dipandang sebagai suatu elemen yang mendukung pekerja kreatif menciptakan suasana kerja yang mereka anggap cocok dengan preferensi pribadi. Pemaknaan ini membuktikan bahwa rasa produktivitas tidak selamanya disusun oleh faktor teknis saja, melainkan juga terkait dengan rutinitas dan strategi personal dalam mengatur kondisi diri selama bekerja.

Hubungan antara kopi dan pengalaman kreatif juga tampak saat pekerja menemui *creative block*, yakni situasi ketika alur pengembangan gagasan menemui kendala atau tidak menunjukkan kemajuan sebagaimana yang diharapkan. Dalam pengalaman partisipan, asupan kopi jadi salah satu upaya yang dilakukan untuk menata kembali suasana kerja, mengembalikan kesiapan mental, atau menciptakan jeda sebelum melanjutkan proses kreatif. Pada konteks ini, kopi dapat dipandang sebagai bagian dari strategi regulasi diri yang dipakai individu untuk menanggapi perubahan kondisi psikologis selama bekerja. Namun, fungsi tersebut perlu dicermati secara kritis karena hambatan kreatif merupakan fenomena yang kompleks dan dapat berkaitan dengan berbagai faktor, antara lain kelelahan, tekanan pekerjaan, keterbatasan referensi, tuntutan penyelesaian tugas, serta kesulitan dalam menentukan perspektif atau alternatif gagasan. Dengan demikian, konsumsi kopi tidak dapat diposisikan sebagai solusi universal terhadap *creative block*, melainkan sebagai salah satu bentuk praktik personal yang oleh partisipan dirasakan membantu mereka mengatasi hambatan dalam proses penciptaan.

Secara konseptual, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya memaknai kaitan antara kopi dan produktivitas pekerja kreatif melalui pendekatan yang menggabungkan dimensi material, psikologis, dan pengalaman subjektif. Kopi tidak hanya berperan sebagai objek konsumsi, tetapi juga menjadi bagian dari praktik keseharian yang mendapat makna melalui pengulangan, konteks penggunaan, serta pengalaman individual. Dalam kerangka tersebut, produktivitas tidak sekadar dipahami sebagai hasil yang dapat diukur melalui jumlah atau kecepatan penyelesaian pekerjaan, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana individu mempersiapkan diri, menjaga keterlibatan, dan mengolah pengalaman selama proses kerja berlangsung. Kopi menjadi salah satu unsur dalam rangkaian praktik tersebut, utamanya ketika individu mengaitkannya dengan kesiapan untuk bekerja dan keberlangsungan proses kreatif. Meski begitu, makna yang diberikan pada kopi tetap bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasi tanpa mempertimbangkan perbedaan karakteristik, kebiasaan, serta kebutuhan masing-masing pekerja.

Tinjauan atas hasil tersebut juga harus memperhitungkan keterbatasan metodologis penelitian. Data yang didapat menjelaskan persepsi, pengalaman, serta pemaknaan partisipan mengenai hubungan konsumsi kopi dengan aktivitas kerja dan proses kreatif. Studi ini tidak memakai desain eksperimental untuk menguji

perubahan fungsi kognitif, tingkat konsentrasi, suasana hati, maupun produktivitas secara objektif sebelum dan sesudah konsumsi kopi. Karena itu, korelasi yang teridentifikasi tidak bisa dijadikan dasar untuk menetapkan hubungan kausal atau menyimpulkan bahwa kopi secara langsung meningkatkan kreativitas dan produktivitas. Hasil ini lebih pas dipahami sebagai gambaran mengenai cara pekerja kreatif mengintegrasikan kopi ke dalam rutinitas profesional serta memaknai perannya dalam mendukung pengalaman bekerja. Penegasan terhadap batas interpretasi ini penting untuk menjaga konsistensi antara bukti empiris dan kesimpulan akademik yang dihasilkan.

Selanjutnya, hasil tersebut membuka ruang bagi pengembangan penelitian lanjutan yang mengkaji hubungan antara konsumsi kopi, pembentukan kebiasaan, regulasi diri, dan produktivitas dalam konteks pekerjaan kreatif. Penelitian dengan pendekatan eksperimental bisa digunakan untuk menguji perubahan pada indikator kognitif tertentu, sedangkan pendekatan kualitatif atau metode campuran dapat memperdalam pemahaman mengenai makna personal, konteks sosial, dan pengalaman subjektif yang menyertai praktik konsumsi kopi. Melalui pengembangan pendekatan tersebut, kajian mengenai kopi tidak hanya berhenti pada deskripsi kebiasaan konsumsi, melainkan juga bisa berkontribusi terhadap pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara praktik keseharian, kondisi psikologis, dan dinamika proses kreatif. Pada akhirnya, posisi kopi dalam pengalaman kerja pekerja kreatif harus dipahami secara proporsional: bukan sebagai penentu tunggal produktivitas, melainkan sebagai bagian dari ekosistem kebiasaan dan pengalaman personal yang turut membentuk cara individu menjalani aktivitas profesionalnya.

2. Produksi Karya

Proses penciptaan karya dibagi ke dalam tiga tahap utama, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pendekatan ini digunakan untuk memastikan bahwa karya dikembangkan secara terstruktur dan sesuai dengan tujuan penciptaan karya.

Tahap ini merupakan proses awal dalam perancangan dokumenter, di mana segala bentuk perencanaan dan persiapan dilakukan sebelum pengambilan gambar. Kegiatan dalam tahap pra-produksi meliputi:

A. Penyusunan Sinopsis

Sinopsis ditulis berdasarkan hasil eksplorasi awal terhadap isu utama, yaitu pengaruh kopi terhadap produktivitas dan kreativitas pekerja kreatif Gen Z. Sinopsis menjadi dasar dalam membentuk narasi besar dokumenter.

B. Riset Narasumber dan Lokasi

Peneliti melakukan pemetaan narasumber dari berbagai latar belakang industri kreatif (desainer, editor video, content creator, barista, dan tim manajemen kafe), serta pemilihan lokasi yang relevan (Mutu Loka, Seinkiri, dan Tomoro Coffee).

SINOPSIS

Dalam beberapa tahun terakhir, budaya kerja pekerja kreatif Gen Z mengalami pergeseran. Kantor bukan lagi satu-satunya ruang kerja. Coffee shop menjelma menjadi tempat produktif—dengan koneksi internet, suara mesin espresso, dan aroma kopi yang memenuhi udara. Tapi bukan hanya ruang yang berubah. Di balik gelas-gelas kopi yang dipesan setiap harinya, tersembunyi satu pertanyaan yang jarang dibahas:

Apakah minuman kopi itu sendiri benar-benar berdampak pada produktivitas dan kreativitas para pekerja kreatif Gen Z?

Dokumenter berdurasi 30 menit ini menelusuri hubungan antara konsumsi kopi sebagai produk harian dan ritme kerja para pekerja kreatif muda. Lewat sudut pandang video editor, sosial media specialist, kita melihat bagaimana kopi tidak hanya menjadi ritual, tapi juga penopang fokus, pemantik ide, dan bahkan bentuk pelarian dari kebuntuan mental.

Dari sisi pelaku industri kopi, dokumenter ini menggali cerita dari barista yang memahami pola konsumsi pelanggannya, serta dari manajemen dan pemilik kedai kopi seperti Seinkiri yang secara sadar merancang tempat dan produk kopi untuk mendukung produktivitas pengunjungnya.

Sebagai pelengkap, hadir pula pandangan dari seorang psikolog yang membedah secara ilmiah pengaruh kafein terhadap konsentrasi, suasana hati, hingga dorongan kreatif dalam konteks kerja.

Dengan pendekatan visual sinematik dan observasional ala Malaka Project, film ini merangkai potongan realita dari coffeeshop di kota. Dokumenter ini menjadi refleksi tentang bagaimana kopi sebagai produk konsumsi sekaligus budaya berperan dalam membentuk cara kerja dan berpikir generasi kreatif masa kini.

Gambar 1. Sinopsis

Tabel 1. Data Narasumber

No	Inisial Nama	Usia	Profesi	Lokasi Wawancara	Minuman Favorit	Insight Utama
1	Kinanti S	24	Graphic Designer	Mutuloka	Es Kopi Susu	Fokus meningkat setelah ngopi di suasana tenang
2	Prisil	24	Content Creator + Videographer	Seinkiri	Es Kopi Susu	Suasana ramai justru membantu menjaga ritme
3	Naufal	23	Sosmed Specialist dan Performance Marketing Freelancer	Tomoro	Es Kopi Susu	Kopi membantu ketika ide mulai stuck
4	Barista	23	Barista	Seinkiri	Latte, Americano	Semangat Bekerja
5.	Aji	26	Manajer Coffeeshop	Seinkiri	Americano	Kopi membantu buat fokus

C. Penulisan Treatment dan Script

Treatment berisi struktur cerita dokumenter, pembagian segmen, pendekatan visual, serta gaya naratif yang akan digunakan. Naskah awal juga ditulis untuk membantu alur wawancara dan transisi antar segmen.

Tabel 2. Data Lokasi Penelitian

No	Nama Kafe	Alamat	Karakter Suasana	Tipe Pengunjung Dominan	Alasan Dipilih
1	Mutuloka	Jl. Cilaki No.33, Cihapit, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat 40114	Tenang, minimalis, warm	Freelancer, desainer, Video editor, graphic designer	Fasilitas lengkap, cocok untuk kerja fokus, tersedia ruang buat bekerja
2	Seinkiri	Jl. Lodaya No.63, Malabar, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40262	Artistik, tenang	Content creator, Karyawan kreatif agency	Visual kuat, cocok untuk eksplorasi kreatif
3	Tomoro Coffee	Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117	Ramai, dinamis	Pelajar, mobile worker	Banyak cabang, akses mudah, promo harga

D. Pembuatan Storyboard

Storyboard dirancang untuk memvisualisasikan bagaimana adegan dan alur dokumenter akan dibangun. Ini memudahkan pengambilan gambar di lapangan agar sesuai dengan rencana naratif.

Tabel 3. Treatment

TREATMENT FINAL

Judul Sementara: *Kreatif di Antara Seduhan*

Durasi: ±30 menit
Genre: Dokumenter naratif-obeservasi
Gaya Visual: Sinematik natural, humanis
Tone: Hangat, kontemplatif, otentik

TALENT

1. Narator/Host : Sintia
2. Narsum 1 : Cici (Video Editor+Content Creator)
3. Narsum 2 : Kinan (Graphic Designer)
4. Narsum 3 : Naufal (Sosmed Specialist)
5. Narsum 4 : Barista
6. Narsum 5 : Aji (Owner/Tim Manajer Coffeeshop)

TEMPAT

1. SEINKIRI
2. Mutuloka
3. Tomoro

VISUAL & NARATIF STYLE

Unsur	Gaya
Visual	Dominan handheld & natural lighting, banyak close-up dan B-roll mendalam, paduan dengan elemen motion graphic
Tone Warna	Earthy, soft contrast, dominasi warna kopi: coklat tua, beige, hitam, krem
Sound	Ambience coffee shop (grinder, steamer, obrolan), plus instrumental gitar/ambient
Narasi	Ada voice over puitis, diselingi kutipan artikel/media sosial, dan testimoni langsung dari narasumber

SCRIPT VIDEO DOKUMENTER

OPENING – "Kopi Sebagai Budaya Produktivitas"

Visual:

- Potongan artikel & TikTok dengan animasi motion graphic (mockup digital)
- Establishing shot suasana pagi coffee shop: mesin kopi menyala, kursi kosong, cahaya pagi masuk, orang mulai berdatangan

Voice Over (VO):
"Setiap pagi, jutaan orang memulai harinya dengan kopi. Tapi bagi generasi ini, kopi bukan sekadar minuman. Ia adalah jeda, bahan bakar, dan kadang alasan untuk memulai."

"Mereka adalah para pekerja kreatif yang tidak lagi terikat oleh ruang kantor. Mereka bekerja dari mana saja, dan salah satu tempat favorit mereka adalah kafe. Di tempat inilah, di antara aroma biji kopi yang disangrai dan percakapan yang mengalun pelan, kreativitas seolah menemukan wadahnya. Bukan hanya karena suasana yang mendukung, tetapi juga karena satu hal yang selalu hadir di meja mereka: secangkir kopi."

Transisi:
Judul muncul perlahan:
Kreatif di Antara Seduhan

SEGMENT 1 – "Pekerja Kreatif & Kopi sebagai Rutinitas"

Durasi: ±5 menit

Visual:

- Wawancara Gen Z pekerja kreatif: Graphic Designer,
- B-roll: bekerja sambil ngopi, buka laptop, edit video

Gambar 2. Script

3. Persiapan Teknis

Meliputi pengecekan peralatan kamera, *audio recorder*, tripod, serta izin

pengambilan gambar di lokasi. Jadwal shooting disusun berdasarkan ketersediaan narasumber dan kondisi lokasi.



Gambar 3. Peralatan Shooting

4. Produksi Karya

Tahap produksi adalah fase eksekusi utama, yaitu pengambilan gambar dan dokumentasi data lapangan. Kegiatan yang dilakukan antara lain:

A. Pengambilan Gambar Utama (*Footage*)

Pengambilan *footage* dilakukan di tiga lokasi utama dengan pendekatan observasional dan naratif. Visual yang direkam mencakup aktivitas pekerja kreatif saat bekerja, suasana kafe, proses penyeduhan kopi, dan interaksi sosial yang terjadi di ruang tersebut.



Gambar 4. Suasana Café Mutu Loka

B. Wawancara Narasumber

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan format sinematik, untuk menggali pengalaman personal dan opini narasumber mengenai hubungan antara kopi, kafe, dan kerja kreatif.



Gambar 5. Narasumber 1 dan 2



Gambar 6. Narasumber 3



Gambar 7. Narasumber 4



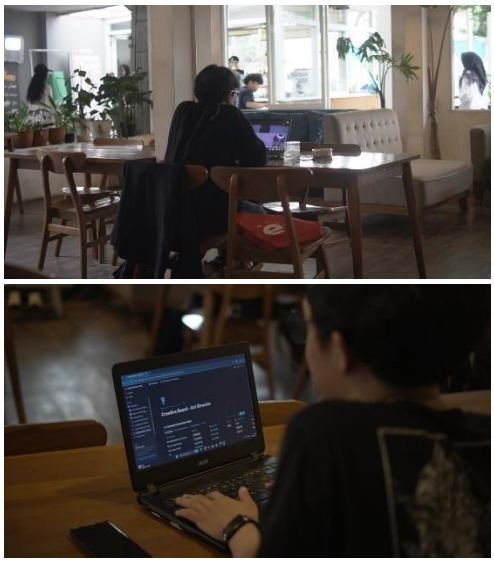
Gambar 8. Narasumber 5



Gambar 9. Narasumber 6

C. Pengumpulan *Footage* Pendukung

Meliputi b-roll lingkungan sekitar, dokumentasi alat kerja, dan kebiasaan konsumsi kopi narasumber, yang nantinya mendukung *storytelling* secara visual.



Gambar 10. Pengumpulan *Footage*

5. Pasca Produksi Karya

Tahap pasca produksi merupakan fase akhir dalam proses perancangan karya dokumenter. Pada tahap ini, seluruh materi visual dan audio yang telah dikumpulkan selama proses produksi diolah, disusun, dan disempurnakan menjadi sebuah karya audiovisual yang utuh, komunikatif, dan siap ditayangkan.



Gambar 11. Editing

Tahap ini memegang peran penting dalam membentuk alur narasi, ritme emosional, dan daya tarik visual dari dokumenter, serta memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan benar-benar dapat ditangkap oleh audiens sesuai dengan tujuan awal. Beberapa kegiatan yang dilakukan dalam tahap pasca produksi meliputi:

A. Editing Video (Penyuntingan Visual)

Proses penyuntingan dimulai dengan seleksi *footage* terbaik dari seluruh hasil pengambilan gambar. Selanjutnya, penyusunan alur cerita dilakukan berdasarkan struktur treatment dan storyboard yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Penyuntingan mencakup pengaturan ritme naratif, pemotongan adegan, serta penempatan transisi yang halus antar segmen untuk menjaga kontinuitas cerita.

B. Penyusunan Narasi dan Teks

Narasi dokumenter dibangun dengan menggabungkan hasil wawancara narasumber dan data observasi, serta disisipkan *voice-over* atau teks sebagai penguat konteks. Tujuannya adalah untuk menuntun audiens memahami alur pemikiran dokumenter secara runut, termasuk menyampaikan insight yang tidak diungkap secara eksplisit oleh narasumber.

C. Penambahan Elemen Grafis dan Suara.



Gambar 12. Editing

Elemen visual tambahan seperti judul segmen, *lower third* (identitas narasumber), dan motion graphic disisipkan untuk memperkuat struktur informasi. Musik latar, efek suara ambient (suasana kafe), dan transisi audio digunakan untuk memperkaya suasana emosional dalam dokumenter. Seluruh elemen ini disusun agar tidak mengganggu fokus narasi utama, tetapi mendukung penciptaan atmosfer yang sesuai.

D. *Color Grading* dan *Sound Mixing*

Koreksi warna dilakukan untuk menyatukan tone dan mood visual dari berbagai lokasi pengambilan gambar. Warna yang dipilih juga menyesuaikan dengan tema dokumenter yang hangat, akrab, namun tetap dinamis. *Sound mixing* dilakukan untuk memastikan suara narasumber terdengar jernih dan seimbang dengan musik latar, serta menghindari noise yang mengganggu kenyamanan menonton.



Gambar 13. *Color Grading*

6. Kafe sebagai Ruang Kerja Alternatif

Temuan pengamatan di tiga titik lokasi penelitian menunjukkan adanya diferensiasi karakteristik spasial, atmosfer, dan fungsi ruang yang membangun pengalaman bekerja bagi pekerja kreatif. Mutu Loka menampilkan karakter interior modern-minimalis yang didukung oleh pencahayaan alami bernuansa hangat, suasana yang cukup tenang, serta ketersediaan fasilitas yang menunjang pemakaian laptop. Perpaduan unsur tersebut menciptakan lingkungan yang secara kontekstual membantu aktivitas kerja dengan tuntutan konsentrasi dan durasi keterlibatan yang cukup panjang. Dalam hal ini, karakter ruang tidak hanya berperan sebagai latar fisik bagi kegiatan bekerja, tetapi juga jadi bagian dari kondisi lingkungan yang diperhatikan individu saat memilih tempat untuk menuntaskan pekerjaan.

Berbeda dengan Mutu Loka, Seinkiri menyajikan karakter ruang yang jauh lebih

artistik melalui pemakaian elemen kayu, keberadaan karya visual, pencahayaan hangat, serta atmosfer yang memberikan kesan ekspresif. Karakteristik tersebut menciptakan konteks ruang yang pas bagi aktivitas yang melibatkan interaksi, diskusi informal, brainstorming, dan eksplorasi gagasan visual. Sementara itu, Tomoro Coffee memperlihatkan orientasi ruang yang cenderung praktis dan dinamis, dengan pola layanan yang cepat serta aksesibilitas yang membantu kebutuhan konsumsi kopi dan aktivitas kerja dalam rentang waktu yang cukup singkat. Karakter tersebut menjadikannya relevan bagi individu yang mengintegrasikan pekerjaan dengan mobilitas sehari-hari. Perbedaan ketiga lokasi ini menunjukkan bahwa setiap ruang memiliki karakteristik dan kemungkinan penggunaan yang tidak sepenuhnya identik, sehingga pemanfaatannya perlu dipahami berdasarkan konteks aktivitas dan kebutuhan penggunanya.

Secara komparatif, hasil pengamatan tersebut membuktikan bahwa kafe tidak bisa dianggap sebagai kategori ruang kerja yang homogen. Pilihan pekerja kreatif dalam mencari kafe berhubungan dengan ragam karakteristik pekerjaan, durasi aktivitas, kebutuhan konsentrasi, serta intensitas interaksi sosial yang mengikuti proses kreatif. Ketersediaan fasilitas, seperti jaringan Wi-Fi, stop kontak, pencahayaan yang memadai, kenyamanan tempat duduk, dan kondisi akustik, menjadi elemen lingkungan yang bisa memengaruhi pengalaman bekerja. Selain aspek fisik tersebut, atmosfer ruang dan peluang terjadinya interaksi informal ikut membentuk kondisi yang memungkinkan pertukaran gagasan, diskusi spontan, dan pengembangan perspektif baru. Walaupun demikian, keberadaan fasilitas dan karakter ruang tertentu tidak secara otomatis menjamin peningkatan produktivitas atau kreativitas, karena pengalaman yang dihasilkan pun dipengaruhi oleh kebutuhan, preferensi, serta cara individu menggunakan lingkungan tersebut.

Dengan begitu, lingkungan kafe bisa dimengerti sebagai faktor kontekstual yang terkait dengan praktik konsumsi kopi dan pengalaman kerja pekerja kreatif. Relasi antara individu, ruang, dan aktivitas tidak terjadi secara terpisah, melainkan terbentuk melalui interaksi antara karakteristik lingkungan, tujuan penggunaan ruang, dan dinamika pekerjaan yang dijalankan. Dalam perspektif ini, pemilihan kafe tidak hanya didasarkan pada ketersediaan kopi atau fasilitas fisik, tetapi juga pada kesesuaian atmosfer dan konfigurasi ruang dengan kebutuhan aktivitas tertentu. Oleh karena itu, pengalaman bekerja di kafe harus dianalisis sebagai hasil interaksi antara dimensi spasial, fungsional, dan sosial yang bersama-sama membentuk konteks bagi berlangsungnya aktivitas profesional dan proses kreatif.

7. Representasi Fenomena melalui Film Dokumenter

Film dokumenter ini disusun lewat gabungan data lapangan serta olahan cerita audiovisual memakai gaya naratif-ekspositoris juga metode observasional. Narasi ekspositoris dipakai untuk membentuk konteks, sedangkan rekaman gambar observasional menampilkan kegiatan sehari-hari secara natural. Wawancara mewakili sudut pandang pribadi narasumber, sementara *voice-over* menyambungkan pengalaman individual dengan isu budaya kerja pekerja kreatif Generasi Z.

Penceritaan visual disusun lewat footage suasana kafe, konsumsi kopi, aktivitas bekerja, penggunaan laptop, perangkat kerja, serta interaksi sosial. Kamera statis dipakai pada wawancara untuk menjaga kestabilan komposisi, sedangkan teknik handheld dipakai dalam perekaman gambar aktivitas demi menghadirkan kedekatan serta kesan dokumentatif. Pada tahap pascaproduksi, penyuntingan, ritme visual, tata suara,

musik latar, serta grafis pendukung dimaksimalkan untuk menjaga kesinambungan informasi serta membentuk suasana emosional. Pendekatan ini ditujukan untuk mengajak penonton merenungkan hubungan antara budaya kerja, pemanfaatan ruang publik, serta praktik kreatif Generasi Z.

Uji tayang terbatas membuahkan tanggapan awal bahwa narasi dianggap relevan serta mampu menyampaikan pesan utama. Masukan mengenai ritme penyuntingan, keseimbangan audio, serta penempatan grafis dipakai sebagai bahan revisi. Namun, tanpa data kuantitatif, jumlah peserta, serta instrumen evaluasi yang terperinci, hasil tersebut ditempatkan sebagai evaluasi formatif, bukan bukti efektivitas yang dapat digeneralisasi.

PENUTUP

Secara mendalam, studi ini menyatakan bahwa arti kafe kopi bagi pekerja kreatif Generasi Z melampaui aspek konsumsi fisik dan sangat terkait dengan upaya pengaturan rutinitas, pandangan mengenai persiapan mental, pengungkapan identitas pribadi, serta wujud gaya hidup kerja di ruang publik. Keragaman sifat ruang pada Mutu Loka, Seinkiri, dan Tomoro Coffee membuktikan bahwa penggunaan kafe sebagai tempat kerja tidak terjadi secara sama, melainkan didorong oleh hubungan antara tuntutan kegiatan, pilihan pribadi, serta keadaan spasial yang dihadirkan. Pandangan ini menempatkan hubungan kopi, ruang, dan produktivitas sebagai gejala yang rumit dan menyeluruh, sehingga pemaknaannya harus menyertakan pengalaman perseorangan serta latar sosial-kultural yang menciptakan kebiasaan itu.

Dari sudut pandang Desain Komunikasi Visual (DKV), pentingnya kajian ini ada pada penggunaan metode perancangan dokumenter yang berdasar pada bukti lapangan serta disusun melalui bentuk alur narasi audiovisual. Paduan metode naratif-ekspositoris, cuplikan observasional, wawancara, *voice-over*, dan unsur sinematik penunjang menjadi cara penyajian untuk mengalihkan peristiwa sehari-hari ke dalam sajian visual yang edukatif dan kontemplatif. Dengan begitu, dokumenter tidak sekadar berfungsi sebagai alat penyebar pesan, melainkan juga sebagai sarana tafsir yang menyatukan pengalaman pribadi dengan dinamika sosial-kultural yang lebih besar, sekaligus memacu pemirsa untuk melihat kembali perilaku kerja dan penilaian ruang dalam kehidupan modern.

Meskipun begitu, pemakaian metode kualitatif-deskriptif menaruh hasil kajian dalam ruang tafsir atas pengalaman, pandangan, dan wujud makna para informan. Data tersebut tidak bisa dipakai untuk memastikan adanya kaitan sebab-akibat antara konsumsi kopi, kreativitas, dan kenaikan produktivitas kerja. Maka dari itu, penelitian selanjutnya bisa menambah keberagaman informan, menyelidiki beda pengalaman bekerja di kafe dan di rumah, serta memakai model metode campuran untuk meneliti hubungan antarvariabel secara lebih tertata. Rencana pengembangan ini diharapkan mampu memperluas wawasan konseptual mengenai kaitan antara kopi, ruang kerja, dan cara kreatif generasi muda, sekaligus memantapkan sumbangsih metode desain berbasis riset dalam penciptaan karya dokumenter di bidang DKV.

DAFTAR PUSTAKA

Al Amin, S. (2026, 1 8). *Giddens dan Ngopi ala Gen Z*. Retrieved from Artikel Civitas Fsip UIN Jakarta: https://fisip.uinjkt.ac.id/id/giddens-dan-ngopi-ala-gen-z

Azhar, F. (2024, 08 11). *MAHASISWA BERSUARA: Budaya Ngopi sebagai Ritual Penggerak Dinamika Sosial*. Retrieved from Bandung Bergerak ID: https://bandungbergerak.id/article/detail/1597778/mahasiswa-

bersuara-budaya-ngopi-sebagai-ritual-penggerak-dinamika-sosial

Cresentia, O., & Oktora, D. (2022). Representasi Visual dalam Penyutradaraan Dokumenter Televisi. *Jurnal Ilmiah Multimedia & Komunikasi*, 19-32.

Dewantara, B., & Barry, R. (2025). ANALISIS DAMPAK KESEIMBANGAN KEHIDUPAN KERJA, FLEKSIBILITAS KERJA ,LINGKUNGAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP NIAT KELUAR KARYAWAN GENERASI Z PADA PERUSAHAAN KREATIF INDUSTRI DI JAKARTA. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen ,Ekonomi, dan Akuntansi)*.

Fauzi, E. (2019). Kedai Kopi dan Komunitas Seni Sebagai Wujud Ruang Publik Modern. *Jurnalisa: Jurnal Jurusan Jurnalistik*, 16.

Hendrata, S., & Sukendro, G. (2018). Kafein, Ruang dan Kreativitas (Studi pada Manusia di Industri Kreatif). *Prologia*, 487–494.

Hendrawan, M. (2023, 10 26). *Artikel KPKNL Singaraja - Manfaat Kopi Dalam Kehidupan Bekerja*. Retrieved from DJKN Kemenkeu: https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-singaraja/baca-artikel/16538/Manfaat-Kopi-Dalam-Kehidupan-Bekerja.html

Muthi, A., Fadhilah, N., Safitri, D., & Sujarwo, S. (2023). Efektivitas Penerapan Media Pembelajaran Video Dokumenter dalam Pembelajaran IPS pada Siswa SMP. *Jurnal Ilmu Pendidikan, Bahasa, Sastra dan Budaya (MORFOLOGI)*, 104-116.

Purnomo, M., Yuliati, Y., Shinta, A., & Riana, F. (2022). Developing coffee culture among indonesia's middle-class: A case study in a coffee-producing country. *Cogent Social Sciences 7*.

Roosinda, F., Lestari, N., Utama, A., Anisah, H., Siahaan, A., Islamiati, S., . . . Fasa, M. (2021). *METODE PENELITIAN KUALITATIF.* Yogyakarta: Zahir Publishing.

Solikatun, Kartono, D., & Demartoto, A. (2015). PERILAKU KONSUMSI KOPI. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 60-74.

Sunyoto, D. (2024). *Mengasah Generasi Z - Keterampilan Kunci Untuk Bersaing di Era Teknologi dan Kreativitas.* Purbalingga, Jawa: Eureka Media Aksara.

Syakur Sf., M. (2026, 06 27). *Kopi: antara Ritual Pagi dan Kesehatan*. Retrieved from Kompasiana: https://www.kompasiana.com/mahlailsupport5471/6a3f6f82ed6415637e693de2/kopi-antara-ritual-pagi-dan-kesehatan?page=all

Tania, C., & Hurdawaty, R. (2022). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat di Kedai Kopi Starbucks Mall Artha Gading. *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan (JPP)*, 1-10.

Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE (Desain Komunikasi Visual)-Penanda Zaman Masyarakat Global.* Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).

Utami, N. (2025, 6 5). *Memahami Lebih Lanjut Perilaku Generasi Z dalam Dunia Kerja*. Retrieved from Mekari Talenta: https://www.talenta.co/blog/perilaku-generasi-z-dalam-dunia-kerja/