

**PERANCANGAN BUKU PANDUAN SEDUH KOPI MANUAL
UNTUK HOME BREWERS
GUIDELINE BOOK DESIGN FOR MANUAL COFFEE HOME BREWING**

Ahmad Nur Kholis¹, Drs. Nugroho Sulistianto, M.Sn²

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
¹ankholishhh@students.telkomuniversity.ac.id, ²nugrohosulistianto@yahoo.com

Abstrak

Kopi merupakan minuman seduh dari biji kopi yang telah disangrai kemudian dihaluskan menjadi bubuk. Indonesia berprestasi sebagai produsen kopi terbesar ke-empat di dunia pada tahun 2016, setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Tren kopi yang semakin populer membuat banyak orang yang tertarik mempelajari kopi. Orang yang menikmati kopi tidak lagi hanya ingin menikmati, tapi juga ingin mengetahui tentang perjalanan kopi lebih banyak, dari sejak kopi dipanen sampai kemudian tersaji.

Munculnya kompetisi kopi tingkat Nasional dan Internasional membuat kopi semakin diminati sehingga banyak yang tertarik mempelajari kopi, mulai dari tertarik membuka bisnis kopi sampai tertarik dengan menyeduh kopi manual secara mandiri di rumah, dengan tarif yang cukup murah. Namun, ketertarikan penyeduh pemula dalam menyeduh dan menikmati secangkir kopi tidak berjalan begitu lancar. Kurangnya pengetahuan umum tentang kopi adalah salah satu faktor utama ritual menyeduh kopi akhirnya kehilangan esensinya. Selain itu masih banyak *brewers* pemula yang masih bingung bagaimana teknik dan metode menyeduh kopi manual yang baik, efisien dan praktis.

Maka dari itu, dibutuhkan sebuah buku edukasi dan panduan seduh tentang proses perjalanan kopi, mulai penanaman, panen, pasca panen, *roasting*, menyeduh hingga siap untuk dinikmati. Adanya perancangan buku tersebut diharapkan mampu menambah pengetahuan pada dunia perkopian Indonesia.

Kata kunci: Kopi, Buku Panduan, Menyeduh Kopi.

Abstract

Coffee is a brewed beverage from roasted coffee beans and then mashed into powder. Indonesia performed as the fourth largest coffee producer in the world in 2016, after Brazil, Vietnam and Colombia. Coffee trends are increasingly popular, making many people interested in learning coffee. People who enjoy coffee no longer just want to enjoy, but also want to know more about the journey of coffee, from the time coffee is harvested until then it is presented.

The emergence of national and international level coffee competitions has made coffee more desirable so many are interested in studying coffee, ranging from being interested in opening a coffee business to being interested in brewing manual coffee independently at home by visitors at fairly cheap rates. However, the interest of novice brewers in brewing and enjoying a cup of coffee did not go so smoothly. Lack of general knowledge about coffee is one of the main factors in the ritual of brewing coffee eventually losing its essence. In addition there are still many beginner brewers who are still confused about the techniques and methods of brewing good, efficient and practical manual coffee.

Therefore, it takes an educational book and a steeping guide about the process of coffee travel, from planting, harvesting, post-harvesting, roasting, brewing until ready to be enjoyed. Then the book design process is expected to be able to increase knowledge in the Indonesian coffee world.

Keywords: Coffee, Guidebook, Brewing Coffee.

1. Pendahuluan

Kopi masuk di Indonesia hingga tersebar di penjuru Nusantara tahun 1696 oleh VOC membawa kopi dari Malabar -India ke Indonesia melalui Pulau Jawa. Di tahun 1707, bibit kopi didistribusikan ke Batavia, Cirebon, kawasan Priangan dan Pulau Jawa sampai berhasil dibudidayakan pada tahun 1714-1715. Melalui Jatinegara, lalu tersebar ke Tanah Jawa Barat, hingga penanaman kopi dapat ditemukan di hampir seluruh wilayah Indonesia mulai dari Jawa, Bali, Sumatera, Sulawesi, Flores hingga Papua.

Sehingga, pada tahun 2016 Indonesia menjadi salah satu produsen kopi terbesar di dunia, menempati urutan ke-empat setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia dengan hasil produksi mencapai 639 ribu ton. Beberapa jenis kopi Nusantara bahkan dikenal oleh penikmat kopi di seluruh dunia seperti kopi Toraja, kopi Lampung, kopi Mandailing dan juga kopi Aceh.

Pada Badan Pusat Statistik terdapat bahwa ekspor kopi Indonesia ke AS pada tahun 2016 sebesar 67.309,2 ton, naik 2,79% dari tahun sebelumnya 65.482,3 ton. Berikut merupakan jumlah terbesar dibandingkan dengan ekspor ke negara lainnya yang nilainya mencapai US\$ 269,9 juta atau sama dengan Rp 3,5. Sementara itu total ekspor kopi Indonesia mencapai 412 ribu ton (US\$ 1 miliar). Adapun *International Coffee Organization (ICO)* mencatat konsumsi kopi Indonesia pada tahun 2016/2017 mencapai 4,6 juta kemasan 60 kg/lb (60 kg) berada di urutan ke-6 negara dengan “konsumsi kopi” terbesar di dunia.

Tren kopi yang semakin populer dan banyaknya kompetisi kopi tingkat Nasional dan Internasional, seperti BBrC (*Bandung Brewers Cup*), IBC (*Indonesia Barista Champion*) dan WBC (*World Barista Championship*), profesi barista pun dianggap sebagai salah satu pekerjaan bergengsi dan diminati oleh banyak orang, tidak hanya anak-anak muda, tapi juga orang dewasa. Berkembangnya komunitas kopi, seperti *Manual Brew Community Bandung* juga adalah salah satu bentuk antusias *brewers*. Komunitas ini memiliki acara tahunan mengadakan kompetisi tingkat nasional, yaitu *Bandung Brewers Cup (BBrC)*.

Menurut Fadil (2017), saat ini ada dua jenis barista, yang pertama adalah *Home Brewer* atau

Home Barista. Seseorang yang gemar membuat kopi secara mandiri di rumah sering kali disebut sebagai barista rumahan yang tidak bekerja secara komersil dan biasanya seorang pecinta kopi. Dan yang kedua adalah *Barista Coffee Shop*, adalah seseorang yang bekerja di *coffee shop* yang memiliki tanggung jawab akan profesinya dalam membuat berbagai jenis kopi untuk disajikan ke pelanggan. Munculnya *Home brewers* adalah sebuah perubahan gaya hidup dalam menikmati kopi, bermula dari kegemaran menikmati kopi untuk memenuhi asupan kafein, melayani tamu dengan menyeduhkan kopi, hingga ketertarikan pada nilai estetika kopi itu sendiri.

Munculnya *Home Brewers* diawali dari fenomena *Third Wave of Coffee*. Sejak awal tahun 1990, para peminum kopi tidak lagi hanya ingin menikmati, tapi juga ingin tahu lebih banyak tentang perjalanan kopi sejak dipanen hingga tersaji. Mereka mulai paham bahwa secangkir kopi mengandung '*cultural experience*', terdapat proses panjang dari para petani kopi sejak menanam hingga memanen. Mulai dari menanam, memanen, menyangrai, hingga cara barista mengeksplor keunikan karakter kopi. (UbruKopi, 2016)

Kopi seduh manual atau *manual brewing* adalah kegiatan menyeduh kopi yang dilakukan secara manual atau tanpa mesin. Karena prosesnya manual maka membutuhkan waktu yang lebih lama. Kopi yang diseduh secara manual dianggap lebih personal dan manusiawi, jika dibandingkan dengan mesin kopi otomatis seperti *espresso machine* yang cenderung memiliki rasa yang monoton sebab dioperasikan secara otomatis.

Menyeduh kopi dengan teknik manual terdapat pilihan alat dan metode. Umumnya teknik kopi seduh manual terbagi menjadi 2, yaitu teknik rendam (*immersion*) dan teknik saring (*pour over*). Pilihan alatnya pun sangat bervariasi, seperti *French Press*, *Aeropress*, *Hario V60*, *Kalita Wave*, *Suji Dripper* dan sebagainya, setiap alat dan metode seduh akan menghasilkan citarasa kopi yang berbeda-beda, meliputi faktor suhu air, waktu seduh, tingkat kehalusan gilingan kopi dan karakter biji kopi itu sendiri pada level dan profile sangrainya. Kasar atau halusness penggilingan biji kopi harus disesuaikan dengan teknik seduh yang digunakan untuk menentukan hasil dari citarasa kopi.

Namun pada praktiknya, ketertarikan *home brewers* dalam menyeduh dan menikmati kopi tidak berjalan begitu lancar. Masalah dalam kegiatan menyeduh kopi manual masih sering terjadi pada *home brewer*. Mulai dari kebingungan memilih alat seduh yang sesuai dengan kebutuhan di rumah, sampai dengan cara menyeduh kopi itu sendiri, seperti bagaimana menyeduh kopi yang praktis dan tidak ribet, bagaimana teknik menyeduh kopi agar tidak kelebihan atau kekurangan ekstraksi, faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam menyeduh kopi di rumah sehingga memperoleh kualitas seduhan yang baik.

Maka dari itu, untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari masalah tersebut dibutuhkan suatu media informasi tentang panduan menyeduh kopi manual yang dikhususkan untuk *home brewers*. Media informasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, memberikan pedoman serta menjadi solusi untuk mendukung kegiatan *home brewer* dalam rangka menikmati kopi di rumah, sehingga industri kopi Indonesia semakin maju dan berkembang.

2. Dasar Pemikiran

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual pada intinya yaitu hal yang berkaitan dengan eksplorasi visual, menurut Didit Widiatmoko Soewardikoen (2013: 1) Visual dalam arti luas adalah apapun yang dilihat, mulai dari pemandangan alam asli hingga lukisan pemandangan alam. Visual dalam pengertian yang lebih khusus adalah setiap hal yang terlihat dan dibuat oleh manusia mulai dari lukisan, poster, iklan, hingga patung dan bangunan, karena benda – benda ini dianggap diciptakan oleh manusia dan membawa pesan yang dapat diinterpretasikan.

Menurut Soewardikoen (2013: 13), dalam setiap karya visual selalu terdiri dari tiga aspek, yaitu aspek gambar atau imaji, aspek pembuat atau produksi imaji, dan aspek pemirsa. Setiap karya desain komunikasi visual dibuat dengan tujuan untuk mengkomunikasikan pesan. Setiap aspek mempunyai akses kepada peneliti sehingga aspek dapat mengaksesnya dengan metode tertentu, Hasil kajian dari setiap aspek dapat memberikan gambaran sebagaimana yang diinginkan oleh peneliti, setiap karya visual dalam konteks desain komunikasi visual selalu memiliki tiga aspek.

2.2 Buku

Menurut Surianto Rustan (2009:122) buku adalah lembaran halaman-halaman yang cukup banyak sehingga lebih tebal daripada *booklet*. *Booklet* yang bisa dijilid hanya dengan staples atau bahkan beberapa ada yang tidak dijilid karena cuma terdiri dari beberapa halaman. Ada pun pada buku penjilidan yang baik menjadi keharusan agar lembar-lembar kertasnya tidak tercerai-berai.

Adapun buku panduan merupakan sebuah buku informasi yang menuntun pembacanya terhadap sesuatu atau sebuah informasi yang bersifat memandu atau instruksional. Buku panduan juga biasa dipakai untuk mengajari dan menginformasikan tentang proses suatu hal (Hilmo22, 2008).

2.3 Layout

Dalam proses penyajian informasi pada media, yang paling menentukan adalah layout dan visualisasi. *Visual/ilustrasi* sebuah iklan cetak adalah elemen terpenting yang digunakan dalam komunikasi periklanan (promosi) sebagai bahasa yang umum sehingga dapat menembus rintangan yang ditimbulkan oleh perbedaan bahasa kata-kata. Adapun *layout* adalah terjemahan dari suatu konsep, ide dari iklan atau promosi yang dibuat (Triadi, 2010:10).

2.4 Fotografi

Fotografi (*photo* dan *graphos*) berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri dari dua kata, yaitu *photo* berarti cahaya dan *graphos* yang berarti melukis, menggambar. Secara harfiah *Photography* adalah melukis atau menggambar dengan menggunakan cahaya. Seni atau proses dari menghasilkan sebuah gambar dengan menggunakan cahaya pada film dan atau permukaan yang akan dipekakan. (Andang iskandar 2017:106).

2.5 Manual Brewing

Kopi seduh manual (*manual brewing*) adalah metode menyeduh kopi yang dilakukan secara manual. Teknik menyeduh kopi manual dilakukan tanpa menggunakan teknologi mesin berbasis otomatis seperti *espresso machine*. Karena tidak menggunakan mesin otomatis, kopi yang diseduh secara manual dan atau dikerjakan dengan tangan manusia tersebut sering kali dianggap lebih personal dan manusiawi. Dibandingkan dengan mesin espresso yang dianggap terlalu monoton. Inilah

sebab metode seduh kopi manual atau *manual brew* dianggap seperti seni tersendiri, karena kesannya yang personal. (Indonesia Patisserie School, 2018)

3. Data

3.1 Data Produk

Kopi Dewa merupakan *Minilab*, *Website* dan *Roastery* yang berada di Bandung, Jawa Barat. Kopi Dewa memberikan edukasi tentang teknik atau panduan seduh, biji kopi, alat dan bahan kopi, serta kedai kopi. Kopi Dewa mengedukasi siapa saja yang tertarik dengan industri perkopian agar Indonesia tidak lagi ketinggalan informasi di tengah derasnya fenomena *third wave coffee* yang sedang berkembang di dunia. Kopi Dewa mengambil peran sebagai media edukasi kopi yang diharapkan bisa mengubah berbagai paradigma negatif yang masih menyelimuti kopi.

Kopi Dewa berdiri pada Tahun 2016 bertujuan untuk memajukan dunia kopi, khususnya kopi Indonesia sehingga dapat menciptakan produk yang berdaya saing tinggi, serta dapat dihargai dalam memenuhi harapan konsumen atau pasar global.

Restu Dewa adalah founder dari Kopi Dewa, dia juga merupakan seorang Q Arabika Grader. Q Arabika Grader adalah orang yang tersertifikasi dan bertanggung jawab terhadap standar nilai dari uji citarasa suatu kopi.

Visi

Menjadi media pembelajaran kopi terlengkap dan terbesar di Indonesia.

Misi

- a. Berperan sebagai tempat eksperimen dalam pengembangan teknik seduh kopi manual.
- b. Membuat kelompok belajar kolektif dalam rangka meningkatkan mutu para penggiat kopi dari berbagai kebutuhan dasar ilmu perkopian, seperti panduan seduh, produk, *hospitality* sampai dengan *branding* dan promosi.

a. Data Khalayak Sasaran

a. Demografis

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin yang menjadi sasaran adalah laki-laki dan perempuan, karena berdasarkan observasi menyeduh kopi manual tidak dibatasi oleh jenis kelamin.

2. Usia

Usia 24-35 tahun, karena kegiatan menyeduh kopi manual sangat diminati oleh anak remaja hingga orang dewasa.

b. Psikografis

1. Status Sosial

Masyarakat kota Bandung yang digolongkan dalam tingkatan ekonomi kelas menengah.

2. Gaya Hidup

Orang yang memiliki ketertarikan pada aktifitas menyeduh kopi manual.

3. Kepribadian

Berminat mempelajari metode menyeduh kopi manual secara mandiri ataupun kolektif.

c. Perilaku Konsumen

1. Status Sosial

Masyarakat kota Bandung yang digolongkan dalam tingkatan ekonomi kelas menengah.

2. Gaya Hidup

Tertarik dan menyukai kopi, dikategorikan dalam pecinta kopi atau penikmat kopi.

b. Analisis Data

1. Strength

- a. Buku merupakan media yang memiliki daya serap yang tinggi terhadap ilmu pengetahuan.
- b. Membaca buku dalam bentuk cetakan sangat berbeda dari bentuk e-book yang dibaca melalui online atau layar elektronik, sehingga buku masih menjadi media yang tidak dapat punah atau ketinggalan.

2. Weakness

- a. Masih kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya informasi dan pengetahuan melalui buku, termasuk buku yang membahas tentang kopi.
- b. Harga buku yang relatif sedikit lebih mahal dibandingkan dengan *browsing* informasi di internet.

3. Opportunity

- a. Buku yang membahas spesifik tentang kopi dan seduh kopi manual untuk *home brewers* masih terbilang sedikit, apalagi buku yang berbahasa Indonesia.

- b. Banyaknya *home brewers* pemula yang bermunculan, dan ingin mempelajari kopi seduh manual, untuk dipraktikkan di rumah.
4. Threat
 - a. Buku berbahasa Inggris yang membahas tentang kopi lebih banyak di bandingkan buku berbahasa Indonesia.
 - b. Membuat buku panduan seduh kopi untuk *home brewers* sehingga para *brewers* Indonesia berpartisipasi dalam rangka memajukan industri kopi Indonesia.
 - c. Mengangkat tema seduh kopi manual di rumah dengan media buku, dengan *target audience* 24-35 tahun, sehingga informasi tentang pentingnya informasi kopi bias disajikan dengan baik kepada *home brewers* Indonesia.

4. Hasil Perancangan

a. Konsep Pesan

Hasil analisis data yang telah penulis kumpulkan pada bab sebelumnya akan dijabarkan pada konsep buku panduan Menyeduh Kopi Manual Untuk *Home Brewers*. Konsep perancangan ini adalah hasil analisis dari teori media komunikasi visual dan elemen desain meliputi teori, data, perbandingan dengan proyek sejenis, analisis SWOT dan kesimpulan yang ada.

Kesimpulan dari konsep pesan yang menjadi poin utama penulis, yaitu berangkat dari persoalan keterbatasan informasi mengenai kopi dan memilih alat seduh manual bagi penyeduh rumahan, dengan cara menginformasikannya secara lengkap namun sederhana, tentang rangkuman pengetahuan-pengetahuan dasar tentang kopi dan langkah-langkah strategis yang diperlukan dalam memulai menyeduh di rumah. Sehingga diharapkan tujuan buku tersebut bisa mengatasi kebutuhan *home brewers* dalam mencari informasi yang lengkap dan sederhana, juga menjawab kebingungan *home brewers* dalam memilih peralatan seduh kopi manual yang prioritas sesuai kebutuhan dalam kegiatan menyeduh kopi di rumah.

Konsep pesan yang dijelaskan secara lengkap dalam buku ini berisi tentang panduan untuk memulai kegiatan menyeduh kopi seduh manual di rumah secara mandiri. Diawali tentang pembahasan dasar apa itu kopi, jenis kopi, manfaat kopi. Juga

ditambahkan pembahasan tentang sejarah singkat awal mula kopi di Indonesia, proses singkat penanaman hingga panen, mengenali proses pasca panen, mengenal jenis roasting kopi dan jenis gilingan kopi. Kemudian masuk pada pembahasan utama, yaitu mengenali dan memilih alat seduh kopi yang tepat untuk *home brewers* pemula, meliputi teknik seduh kopi yang sederhana sampai teknik yang paling kompleks.

Diharapkan masyarakat Indonesia dapat lebih menikmati kopi *fresh* di rumah dengan menyeduh secara mandiri. Informasi buku tersebut diharapkan pula bisa membantu *brewers* meningkatkan kreativitas dan keterampilan menyeduh kopi yang memiliki banyak parameter, sehingga industri kopi Indonesia terus maju dan berkembang.

Kata kunci: Kopi, Menyeduh, Praktis



b. Konsep Kreatif

Pendekatan konsep kreatif dalam perancangan Buku Seduh Kopi Di Rumah menggunakan elemen visualisasi yang menarik, informatif dan efektif, sebagai unsur-unsur grafis dalam konten buku tersebut.

Elemen utama yang penulis terapkan adalah konsep fotografi dengan nuansa cerah dan hangat, nuansa hangat membantu meningkatkan *good mood* pembaca untuk melanjutkan bacaannya dengan baik. Ditambah dengan pendekatan ilustrasi *pictogram* dan *icon*, yang dipilih sebagai elemen pendukung agar perjalanan dalam membaca tidak menghadirkan suasana jenuh dan bosan, sehingga pembaca merasa nyaman dengan tidak terlalu banyaknya tulisan atau teks. Ada pun elemen-elemen grafis pendukung lainnya juga diterapkan, seperti komposisi *layout* seimbang dan penerapan warna yang senada, untuk menjaga kenyamanan

mata dalam menangkap informasi. Penerapan elemen-elemen visual dalam proses perancangan ini diterapkan sesuai dengan kaidah serta prinsip desain grafis yang baik dan benar, sehingga dapat memberikan pengaruh yang cukup besar dalam penyajian informasi.

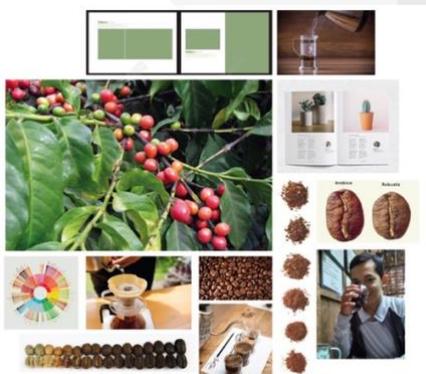
Target khalayak sasaran pada perancangan ini adalah rentang usia 24-35 tahun, dimana pada fenomena *third wave of coffee* mulai populer pada tahun 1990-an, sehingga dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang mempunyai ketertarikan pada seduh kopi manual, yaitu berusia sekitar 24 tahun keatas. Maka dari itu, metode AISAS (Sugiyama dan Andree, 2011:51) merupakan metode IMC (*Integrated Marketing Communication*). Terdapat 5 tahapannya, yaitu:

1. *Attention* (perhatian)
2. *Interest* (ketertarikan)
3. *Search* (pencarian)
4. *Action* (aksi)
5. *Share* (membagikan)

Melakukan pendekatan kepada target khalayak sasaran yang cukup efektif, dalam rangka membagikan pengaruh pada perubahan gaya hidup dalam menikmati kopi.

c. Konsep Visual

Konsep pesan visual dan konsep kreatif yang terdapat pada poin sebelumnya dikembangkan kemudian menjadi satu identitas yang konsisten pada penerapan perancangan Buku Panduan Seduh Kopi Manual Untuk *Home Brewers*. Berikut *moodboard visual* berdasarkan konsep perancangan visual yang dihasilkan sebagai berikut.



Moodboard

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

1. Warna

Warna Pada perancangan buku digunakan warna yang bernuansa hangat. Terdapat warna merah yang menginterpretasikan warna buah kopi atau *cherry* yang sudah siap petik, dan warna krem dan coklat merepresentasikan warna kopi yang memiliki tingkatan level warna sangrai yang bervariasi. Ditambah dengan warna hitam dan putih untuk membuat warna-warna sebelumnya memiliki komposisi yang menarik. Warna-warna tersebut diharapkan dapat diingat oleh para *home brewers* dalam meningkatkan keterampilan menyeduh kopi di rumah.



2. Tipografi

Tipografi Primer yang digunakan oleh penulis adalah **Source Serif Variable**, jenis typeface ini merepresentasikan kesan hasil cetak pada media offline, seperti buku dan majalah. Dengan sirip atau serif typeface juga membantu visual untuk memberikan kesan manual, sesuai dengan judul perancangan yaitu Seduh Kopi Manual.

Source Serif Variable.ttf

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Seduh Kopi
Di Rumah

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!@#\$%^&*()-+=

Kemudian Roboto.ttf penulis pilih sebagai *typeface* sekunder pada penerapan *body text* untuk merepresentasikan nuansa modern. Roboto memiliki tingkat keterbacaan yang baik sehingga mudah dibaca oleh khalayak sasaran.

Roboto.ttf

The quick brown fox jumps
over the lazy dog

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()-+=

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()-+=

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()-+=

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()-+=

d. Hasil Perancangan

1. Media Utama

Buku Panduan merupakan media utama dari perancangan konsep media. Buku dilengkapi dengan elemen fotografi pada sebagian besar halamannya agar pembaca mampu memahami informasi dengan cepat dan tepat. Ditambah dengan pendekatan ilustrasi icon dan warna yang merepresentasikan sebuah alat dan/ bahan yang dibutuhkan pada bagian informasi dan panduan kegiatan menyeduh kopi.



Gambar 4.2 Media Utama
(Sumber: Ahmad Nur Kholis, 2019)

2. Media Pendukung

Berikut adalah rincian media pendukung yang digunakan dalam penerapan identitas Perancangan Buku Panduan Seduh Kopi Manual Untuk *Home Brewers*:

- a. *Foldable Coffee Measuring Spoon*
Coffee Measuring Spoon atau Sendok Pengukur Kopi *portable* adalah sendok dengan desain flat berbahan kertas karton yang mudah disimpan, bentuknya yang hanya dilipat ke kapasitas apa pun yang dibutuhkan.



Gambar 4.3 *Coffee Measuring Spoon 1*
(Sumber: Ahmad Nur Kholis, 2019)



Gambar 4.4 *Coffee Measuring Spoon 2*
(Sumber: Ahmad Nur Kholis, 2019)

- b. *Coffee Label*

Stater kit buku Seduh Kopi Di Rumah dilengkapi juga dengan media pendukung *coffee label*/label kopi yang dapat ditulis secara manual pada medium wadah penyimpanan kopi, baik itu toples atau jenis wadah lainnya. Hal ini diharapkan mampu memudahkan *home brewers* mengingat informasi terkait kopi yang sudah dibuka pada kemasan sebelumnya dan disimpan dalam sebuah toples atau wadah tertentu. Catatan pada label kopi meliputi jenis kopi, tanggal roasting dan antinsitas rasa yang dihasilkan dari kopi tersebut.



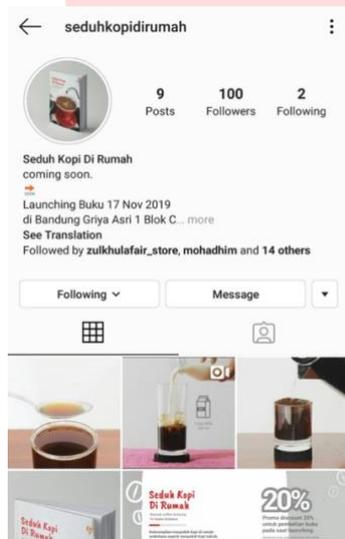
Gambar 4.5 *Coffee Label*
(Sumber: Ahmad Nur Kholis, 2019)

- c. *Media Sosial*

Media sosial Buku Panduan Seduh Kopi Manual *Home Brewers* digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* dari produk utama. Konten dari media sosial ini akan berisi tentang informasi-informasi mengenai kegiatan menyeduh

kopi di rumah, keanekaragaman kopi di Indoensia yang kaya akan citarasa sampai pada aspek *life style/movement* dalam rangka menikmati kopi yang lebih sehat.

Ada pun fungsi lainnya dari media sosial *Home Brewers* adalah untuk membuka komunikasi seluas-luasnya dengan khalayak dalam mengajukan pertanyaan dan berdiskusi terkait kegiatan menyeduh kopi di rumah.



Gambar 4.6 Sosial Media
(Sumber: Ahmad Nur Kholis, 2019)

d. Slide Presentasi

Slide presentasi dibuat untuk melakukan edukasi pada acara/event kopi yang bersifat worksop atau pelatihan. Baik pelatihan untuk kelas dasar atau pun lanjutan dalam memperkaya pengetahuan tentang kopi dan seduh manual.

e. X-Banner

Media ini berfungsi untuk menarik perhatian khalayak sasaran tentang keberadaan produk Seduh Kopi Di Rumah, khususnya untuk para Brewers yang mengalami kesulitan dalam menyeduh kopi manual di rumah.



Gambar 4.7 X-Banner
(Sumber: Ahmad Nur Kholis, 2019)

f. Poster

Poster akan ditempatkan pada event-event perkopian di Bandung, upaya ini dilakukan untuk menarik perhatian targer khalayak agar mengetahui keberadaan buku tersebut.

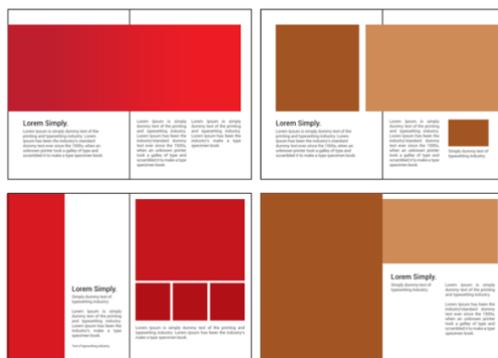


Gambar 4.8 Poster A3
(Sumber: Ahmad Nur Kholis, 2019)

Layout yang digunakan adalah menyerupai sebuah halaman majalah modern yang minimalis dan memiliki alur keterbacaan yang baik, sehingga target khalayak atau pembaca mampu memperoleh informasi dengan baik.



Gambar 4.14 Layout 1
(Sumber: Ahmad Nur Kholis, 2019)



Gambar 4.15 Layout 2
(Sumber: Ahmad Nur Kholis, 2019)



Gambar 4.16 Warna
(Sumber: Ahmad Nur Kholis, 2019)

Daftar Pustaka:

Aksi Agraris Kanisius. 2002. *Budidaya Tanaman Kopi*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.

Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia

Soewardikoen, Didit, 2013, *Metodologi Penelitian Visual*, Dinamika Komunika, Bandung.

Soewardikoen, Didit Widiatmoko. 2013. *Metodologi Penelitian Visual, Dari Seminar ke Tugas Akhir*. Bandung: Dinamika Komunika.

Sihombing, Danton. 2015. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.

Triadi, Dendy (2010) *Ayo bikin iklan!*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Katadata. *Indonesia Masuk Daftar Negara Konsumsi Kopi Terbesar Dunia*. 2018. Diakses Maret 1, 2019. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/12/12/indonesia-masuk-daftar-negara-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>.

Kopi, Ubru. *Third Wave Coffee : Evolusi industri kopi yang sedang hits*. 2016. Diakses Maret 25, 2019. https://ubrukopi.com/smartblog/24_Third-Wave-Coffee---Evolusi-industri-kopi-yan.html

School, Patisserie. *Apa Itu Teknik Manual Brewing? Kenali Definisinya Disini*. 2018. Diakses Maret 25, 2019. <https://indonesiapatisserieschool.com/blog/apa-itu-teknik-manual-brew-kenali-definisinya-disini/>