

ABSTRAK

PERANCANGAN PROMOSI KOPI FLORES BAJAWA MELALUI MEDIA SOSIAL

Oleh

Randhy Rinaldy

NRP 1264063

Saat ini gaya hidup modern masyarakat di Kota Bandung adalah mengunjungi kedai kopi, khususnya pada anak muda jaman sekarang. Kedai kopi yang menjamur di Kota Bandung memiliki keunikan rasa pada setiap kopi yang mereka jual pada para pembeli.

Indonesia memiliki berbagai hasil kopi yang baik, sebagai contoh salah satunya adalah Kopi Flores Bajawa, kopi yang sudah di akui oleh Amerika dan Eropa menjadi kopi yang terbaik, dan Kopi Flores Bajawa ini sudah memiliki sertifikat resmi layak ekspor. Kopi ini memiliki cita rasa, aroma, dan tekstur yang unik. Selain itu kopi asal Flores ini juga memiliki rasa buah yang alami tanpa campuran atau olahan apapun. Rasa buah yang terkandung dari biji kopinya sendiri tersebut belum terlalu dikenal oleh masyarakat Indonesia. Dari hasil riset penulis hanya sebagian orang yang mengetahui mengenai kopi Flores Bajawa ini.

Melalui perancangan promosi ini, penulis ingin menyampaikan informasi mengenai kopi Flores Bajawa kepada masyarakat muda. Konsep promosi yang diangkat adalah menampilkan berbagai keunikan dari kopi Flores Bajawa salah satu hasil bumi Indonesia yang dapat dibanggakan. Media sosial akan menjadi media utama dari perancangan promosi ini. Sesuai dari hasil riset penulis, sebagian besar masyarakat muda mengakses media sosial melalui smartphone mereka. Teknik fotografi juga dipilih karena masyarakat muda lebih menyukai fotografi, selain itu juga fotografi akan membantu poster promosi ini lebih jelas dan menarik dalam memberikan informasi. Dengan adanya perancangan promosi di media sosial, akan memudahkan informasi tersampaikan kepada para konsumen.

Kata kunci: Anak Muda, Flores, Indonesia, Kopi

ABSTRACT

PROMOTIONAL DESIGN OF KOPI FLORES BAJAWA THROUGH SOCIAL MEDIA

Randhy Rinaldy/1264063

Nowadays visiting cafes has become the modern lifestyle in Bandung, especially the young people in Bandung. The many cafes in Bandung each has the unique taste in the coffee they sell to customers.

Indonesia has a good taste of coffee, for example Kopi Flores Bajawa, which is already acknowledged by America and Europe as the best coffee, and Kopi Flores Bajawa has already got a legal export certificate. This coffee has a unique taste, aroma, and texture. Besides, this Flores coffee also has a natural fruit taste without any mixture, The fruit taste contained in the coffee beans has not been known by many people in Indonesia. Based on the writer's research, only few people know Kopi Flores Bajawa.

Through the promotional design, the writer would like to inform people about Kopi Flores Bajawa to young people. The concept of promotion is showing the variety of uniqueness of Kopi Flores Bajawa as Indonesian crops that one can be proud of. The social media will become the main media of the promotional design. This is in line with the writer's research that most young people have access to social media through their smartphones. Photography technique is also chosen because young people like photography better; besides, photography will help the promotional poster to be clearer and more interesting in giving information. Having the promotional design in social media will make the information distributed to the customers.

Keywords: young people, Flores, Indonesia, coffee

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan.....	5
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 6
2.1 Teori Promosi	6
2.1.1 Tujuan Promosi	6
2.1.2 Pengertian Promosi.....	7
2.2 Teori Komunikasi	9
2.2.1 Strategi Komunika.....	9
2.3 Sosial Media.....	10
2.3.1 Fungsi Sosial Media	10
2.4 Fotografi.....	11
2.5 Café/Coffee Shop	12
2.5.1 Sejarah Café	12
2.6 Teori Kopi.....	13
2.6.1 Pengertian Biji Kopi.....	14

2.6.2 Jenis Kopi	15
2.6.2.1 Kopi Robusta	15
2.6.2.2 Kopi Arabica	16
2.6.2.3 Kopi Liberika	16
2.6.3 Kafein	16
2.6.4 Pemanfaatan Kopi	17
2.6.4.1 Kopi Bubuk	17
2.6.4.2 Kopi Celup	18
2.6.4.3 Kopi Blending	18
2.6.4.4 Kopi Instan	18
 BAB III DATA DAN ANALISI MASALAH.....	19
3.1 Lembaga Terkait.....	19
3.1.1 Jack Runner	19
3.2 Data Tentang Gejala / Fenomena yang Terjadi	20
3.2.1 Barista Bandung.....	20
3.2.2 Kopi Flores Bajawa	20
3.2.3 Kuisisioner.....	23
3.2.4 Tinjauan Karya Sejenis.....	31
3.2.4.1 Promosi Kopi Tarik Angaran.....	32
3.2.4.2 Promosi Kopi Annaba Nifa Café.....	33
3.2.4 Analisis SWOT Promosi Kopi Flores.....	33
3.2.5 Analisis STP Pemecahan Masalah.....	34
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	35
4.1 Konsep Komunikasi	35
4.2 Konsep Kreatif.....	35
4.3 Konsep Media.....	38
4.4 Hasil Karya	39
4.5 Budgetting	47
 DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN.....	xv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 PUSLITKOKA.....	19
Gambar 3.2 Seritifikat kelayakan ekspor	24
Gambar 3.3 Poster Promosi Kopi Tarik Angaran.....	32
Gambar 3.4 Promosi Kedai Minuman.....	33
Gambar 4.1 <i>typeface</i>	36
Gambar 4.2 Contoh foto 1	37
Gambar 4.3 Contoh foto 2.	37
Gambar 4.4 Logo	39
Gambar 4.5 <i>Poster Awareness 1</i>	40
Gambar 4.6 <i>poster awareness 2</i>	41
Gambar 4.7 <i>Poster Awareness 3</i>	41
Gambar 4.8 <i>Poster Awareness 4</i>	42
Gambar 4.9 <i>Poster informing 1</i>	42
Gambar 4.10 <i>Poster informing 2</i>	43
Gambar 4.11 <i>Poster Reminding 1</i>	43
Gambar 4.12 <i>Poster Reminding 2</i>	44
Gambar 4.13 <i>Website</i>	45
Gambar 4.11 <i>Poster event</i>	46
Gambar 4.12 <i>x-banner</i>	47

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Seberapa Sering Anda Mengunjungi <i>coffee shop</i> ?	25
Diagram 3.2 Dengan Siapa anda mengunjungi <i>coffee shop</i> ?	25
Diagram 3.3 Jam Mengunjungi <i>coffee shop</i>	26
Diagram 3.4 Yang anda lakukan di <i>coffee shop</i>	26
Diagram 3.5 Apa yang biasa anda pesan di <i>café</i> selain makanan?	27
Diagram 3.6 Media yang cocok untuk promosi	27
Diagram 3.7 Media sosial yang sering di gunakan?	28
Diagram 3.8 Mengetahui kopi flores.....	28
Diagram 3.9 apakah anda pernah mencoba kopi flores?.....	28
Diagram 3.10 Apakah anda menyukai kopi flores.....	29
Diagram 3.11 Dimana anda mencoba kopi flores?	30
Diagram 3.12 Apakah anda pernah membaca promosi mengenai kopi tradisional?	30
Diagram 3.13 apakah anda tahu bahwa kopi flores telah di ekspor	31