

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi merupakan minuman berkhasiat dan berenergi yang pertama kali ditemukan oleh Bangsa Etiopia di benua Afrika sekitar 3000 tahun yang lalu (1000 SM). Kemudian sejak saat itu peminat akan kopi terus berkembang hingga saat ini. Indonesia sendiri telah mampu memproduksi lebih dari 400 ribu ton kopi per tahunnya. Kopi asli Indonesia juga menduduki peringkat ketiga dengan biji kopi terbaik di dunia. Dan mendapat permintaan 1000 ton biji kopi kepada Amerika dan Eropa, namun Indonesia hanya mampu mengexport kopi sebanyak 300 ton saja. Dengan ini kita dapat melihat dimana kopi asli Indonesia memang memiliki kualitas yang luar biasa.

Kopi menjadi sebuah *trend* di era modern di kalangan masyarakat., namun masyarakat lebih sering mengkonsumsi dan lebih mengenal kopi modern yaitu kopi Blend (kopi yang di campur susu), contohnya, capucino, latte, affogato, dll. Dan mereka hanya mengetahui bahwa kopi itu pahit. Sedangkan tidak banyak dari mereka yang mengetahui bahwa rasa kopi sebenarnya bermacam-macam, dari pahit, asam, memiliki aroma fruity, seperti yang dimiliki oleh biji kopi Flores Bajawa (Arrabica) yang merupakan kopi khas asli Indonesia yang berpusat di dataran tinggi pulau Flores. Selain terkenal dengan pemandangan dan tempat yang indah, Flores juga memproduksi biji kopi khas Indonesia. Dari cara penyajian kopi tradisional khususnya kopi Flores yang terbaik adalah dengan manual brew, atau di saring tanpa ada campuran susu atau cream.

Flores adalah salah satu bagian dari negara Indonesia bagian Timur. Salah satu daerah di kepulauan Flores terkenal dengan hasil kopinya yang telah menyebar hampir keseluruh dunia. Daerah tersebut adalah Bajawa. Bajawa berasal dari kata Bhajawa, yang berasal dari dua kata “Bha” dan Jawa”. Bha memiliki arti “piring”, dan Jawa memiliki arti “perdamaian”. Bhajawa memiliki arti sebagai piring perdamaian atau daerah yang memulai perdamaian untuk mempersatukan keseluruhan Flores menjadi

utuh. Belanda ketika itu sulit menyebutkan kata “Bhajawa”, sehingga mereka banyak menyebutnya dengan “Bajawa”. Kemudian nama Bajawa ini telah menjadi sebuah nama daerah resmi yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia untuk Flores.

Seluruh kopi Flores Bajawa melalui proses organik, tanpa bahan kimia. Ini salah satu alasan mengapa kopi Flores memiliki citarasa yang kuat dan harum. Pemerintah setempat juga sangat mendukung para petani kopi di Flores. Mereka terus membina agar bisa menghasilkan kopi dengan kualitas ekspor dan terbaik, dan nampaknya ini sudah terbilang sukses, karena kini Flores menjadi penyumbang ekspor kopi yang besar untuk Indonesia

Banyak dari masyarakat Indonesia belum mengetahui adanya kopi asli Indonesia yakni Kopi Flores Bajawa. Padahal biji kopi Flores ini terkenal dan di minati oleh manca negara khususnya Amerika dan Eropa. Indonesia banyak mengekspor biji kopi Flores kepada mereka. Namun di dalam negeri, berita atau pengetahuan mengenai kopi Flores tidak dikenal. Sebuah hasil bumi Indonesia yang sebenarnya bisa menjadi kebanggaan, belum cukup dikenal oleh generasi muda jaman sekarang.

Gaya hidup modern masyarakat sekarang adalah mengunjungi *coffee shop*. Berkumpul disebuah kedai minuman yang menjual kopi dengan suasana nyaman menjadi sebuah gaya hidup masyarakat di kota Bandung. Dari anak-anak hingga dewasa coffee shop menjadi salah satu tempat untuk berkumpul bersama teman atau keluarga.

Melihat dari fenomena tersebut dengan data yang sudah dikumpulkan, kemajuan teknologi saat ini mampu mempromosikan kopi Flores Bajawa melalui media social yang mampu di akses oleh sebagian besar masyarakat. Apalagi anak muda saat ini tidak bias lepas dengan yang namanya media social yang dapat di akses di gadget mereka.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1. Bagaimana membuat kalangan anak muda Bandung mengetahui tentang Kopi Flores Bajawa?
2. Bagaimana membuat kopi Flores Bajawa di minati masyarakat Bandung khususnya anak muda?

Penulis akan membuat promosi mengenai kopi Flores Bajawa dalam media sosial dan menggunakan teknik fotografi. Dengan mempromosikan kopi Flores lewat media sosial akan memuat informasi tersampaikan kepada banyak masyarakat muda. Media promosi ini akan menjelaskan mengenai kopi Flores Bajawa. Promosi akan dilakukan pada ruang lingkup masyarakat di Kota Bandung.

1.3 Tujuan Perancangan

1. Membuat promosi yang sesuai dengan target sasaran sehingga mereka mengetahui dan tertarik pada kopi Flores Bajawa.
2. Membuat desain menyesuaikan selera target (remaja usia 20-25 tahun, menyukai kopi, sering berkumpul bersama teman-teman),

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi
Melakukan observasi langsung ke *coffee shop* yang berada di kota Bandung, melihat gaya hidup masyarakat di *coffee shop*. Melihat secara langsung kopi apa yang banyak dikonsumsi oleh konsumen *coffee shop*.

2. Kuisisioner

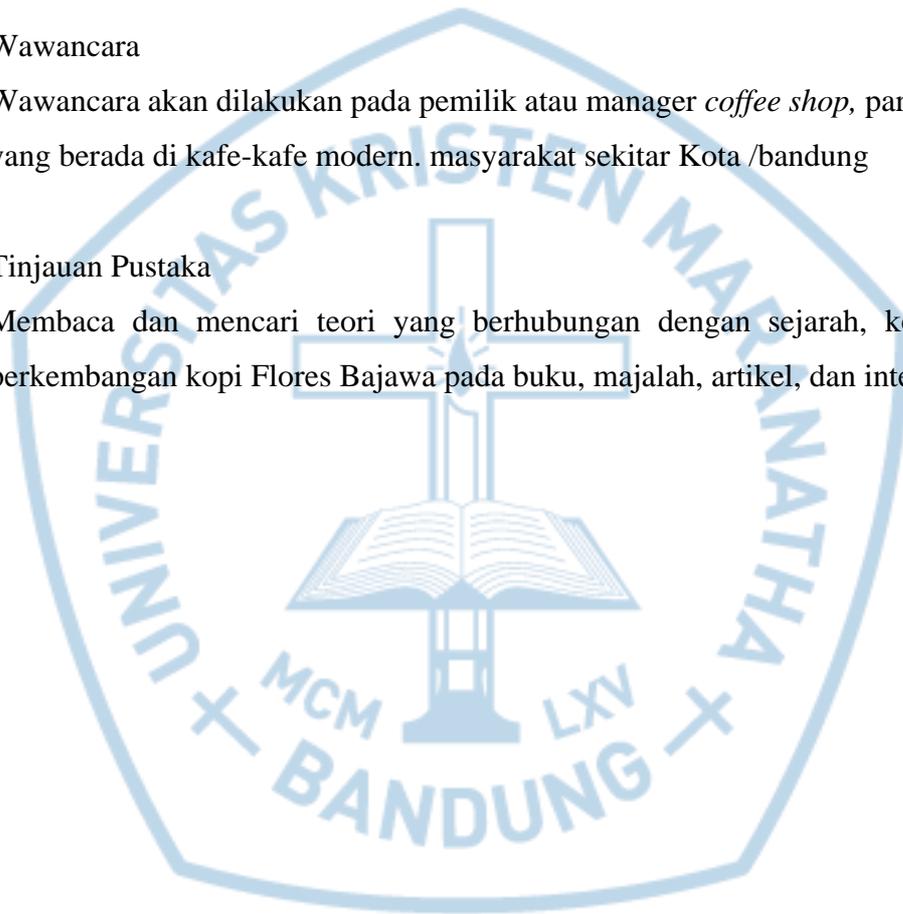
Membagikan kuisisioner pada masyarakat yang sesuai target di kota Bandung, melihat apakah masyarakat masih mengenal dan mengetahui Kopi Flores Bajawa, sejauh apakah yang mereka kenal, dan sudut pandang seperti apakah yang tertanam pada masyarakat di kota Bandung mengenai kopi Flores Bajawa.

3. Wawancara

Wawancara akan dilakukan pada pemilik atau manager *coffee shop*, para barista yang berada di kafe-kafe modern. masyarakat sekitar Kota /bandung

4. Tinjauan Pustaka

Membaca dan mencari teori yang berhubungan dengan sejarah, kopi, dan perkembangan kopi Flores Bajawa pada buku, majalah, artikel, dan internet.



1.5 Skema Perancangan

