

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi luwak merupakan biji kopi yang diambil dari sisa kotoran luwak atau musang pandan. Luwak atau musang pandan ini sendiri menyukai makanan seperti buah-buahan segar dan rasa yang manis. Karena buah kopi manis rasanya sehingga disukai luwak. Sejauh ini kopi luwak terkenal dengan kopi yang termahal, karena proses pengolahannya yang unik melewati saluran pencernaan luwak, sehingga memiliki cita rasa yang berkualitas. Kopi luwak bisa memiliki cita rasa yang berkualitas karena awalnya luwak makan buah kopi yang sudah matang atau biasa disebut *ripe cherries* yang berwarna merah. Lalu dalam saluran pencernaannya, kandungan protein, kandungan peptida dan asam amino yang ada di dalam biji kopi diuraikan oleh enzim proteolitik. Dalam proses enzimatik tersebut kadar kafein dalam biji kopi luwak menjadi turun. Akibat proses enzimatik tersebut maka kopi luwak menghasilkan rasa yang khas dan unik. Indonesia merupakan salah satu penghasil kopi luwak terbesar (<http://breaktime.co.id/culinary/food/3-jawara-penghasil-biji-kopi-terbesar-di-dunia.html>). Di Bandung ada satu tempat yang berhubungan dengan kopi luwak adalah Kopi Luwak Cikole tepatnya di Lembang, Bandung.

Kopi Luwak Cikole beternak luwak dalam jumlah besar dan mengolah sisa kotorannya untuk menjadi kopi yang siap diseduh. Luwak di sana ditenakan dengan sistem tangkar lepas agar tidak mudah stress. Mereka juga tidak memberi buah kopi sebagai makanan utamanya, hanya sebagai makanan sampingan. Kopi Luwak Cikole juga mempunyai manfaat sebagai kesehatan. Di antaranya adalah mencegah penyakit saraf, karena kandungan antioksidan dalam kopi dapat mencegah kerusakan dalam sel yang disebabkan oleh Alzheimer. Lalu fungsi lainnya dapat melindungi gigi, mencegah diabetes, mencegah batu empedu, menurunkan resiko kanker payudara, dll. Kopi Luwak Cikole memiliki aroma yang khas asli dari 100% kopi luwak.

Pembahasan topik ini dipilih karena banyaknya kalangan dewasa muda jaman sekarang yang lebih memilih untuk minum kopi yang terdengar memiliki *brand image* di kalangan banyak orang, misal seperti *Caribou Coffee* yang digemari dan dikenal oleh banyak orang, karena di sana menjual jenis kopi yang asli berasal dari luar negeri dan rasanya pun terasa lebih unik yang sebenarnya sudah campuran bukan murni 100% kopi. Sedangkan Kopi Luwak Cikole tidak memiliki *brand image* yang jelas. Dan Kopi Luwak Cikole juga belum terdengar oleh banyak orang, sehingga perlu dipromosikan agar lebih dikenal.

Sedangkan kaitan topik ini dengan Desain Komunikasi Visual adalah di dalamnya terdapat media visual yang akan digunakan untuk mempromosikan Kopi Luwak Cikole untuk dewasa muda jaman sekarang. Media visual yang digunakan merupakan media promosi dengan visualisasi yang *simple*, yaitu hanya dengan menggunakan 2-4 warna saja dan desainnya pun *eye catching* yang disesuaikan dengan gaya desain dewasa muda jaman sekarang, dan diharapkan pula dapat meningkatkan citra dan nilai jual yang tinggi Kopi Luwak Cikole.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara mengenalkan Kopi Luwak Cikole kepada dewasa muda jaman sekarang sebagai kopi yang mempunyai citra yang berkelas?
2. Bagaimana cara merancang komunikasi visual promosi agar dapat meningkatkan citra dan nilai jual Kopi Luwak Cikole?

1.2.2 Ruang Lingkup Masalah

Permasalahan pada topik ini adalah belum dikenalnya Kopi Luwak Cikole oleh dewasa muda sebagai kopi yang memiliki citra dan nilai jual yang tinggi dan kurangnya dalam hal promosi. Maka dari itu, ruang lingkup pekerjaan yang akan dibuat meliputi perancangan media promosi dengan membuat visual desain yang lebih menarik dan baik agar dapat menaikkan citra dan nilai jual yang tinggi untuk

Kopi Luwak Cikole. Media promosi yang akan digunakan di antaranya yaitu media sosial dan media komersil yang menjadi utama dan sering dilihat oleh banyak dewasa muda sekarang dan dibuat lebih menarik dengan gaya desain dewasa muda zaman sekarang.

1.3 Tujuan Perancangan

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah di atas, maka berikut ini akan dipaparkan mengenai garis besar hasil yang ingin diperoleh setelah masalah dibahas dan dipecahkan:

1. Mempromosikan Kopi Luwak Cikole kepada dewasa muda sebagai kopi yang mempunyai citra dan nilai jual yang tinggi
2. Merancang komunikasi visual promosi dengan visual yang memiliki gaya desain yang *simple*, yaitu hanya dengan menggunakan 2-4 warna saja dan desain yang *eye catching* dan dapat membuat citra Kopi Luwak Cikole naik

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan laporan, teknik pengumpulan data dilakukan dengan beberapa metode, antara lain sebagai berikut:

a. Observasi

Dilakukan dengan cara meninjau langsung ke lokasi Kopi Luwak Cikole di Lembang, Bandung untuk mengetahui kondisi visual Kopi Luwak Cikole.

b. Wawancara

Dilakukan wawancara dengan *owner* Kopi Luwak Cikole, untuk mendapatkan data tentang Kopi Luwak Cikole, mengetahui minat masyarakat, kendala yang *owner* alami.

c. Kuesioner

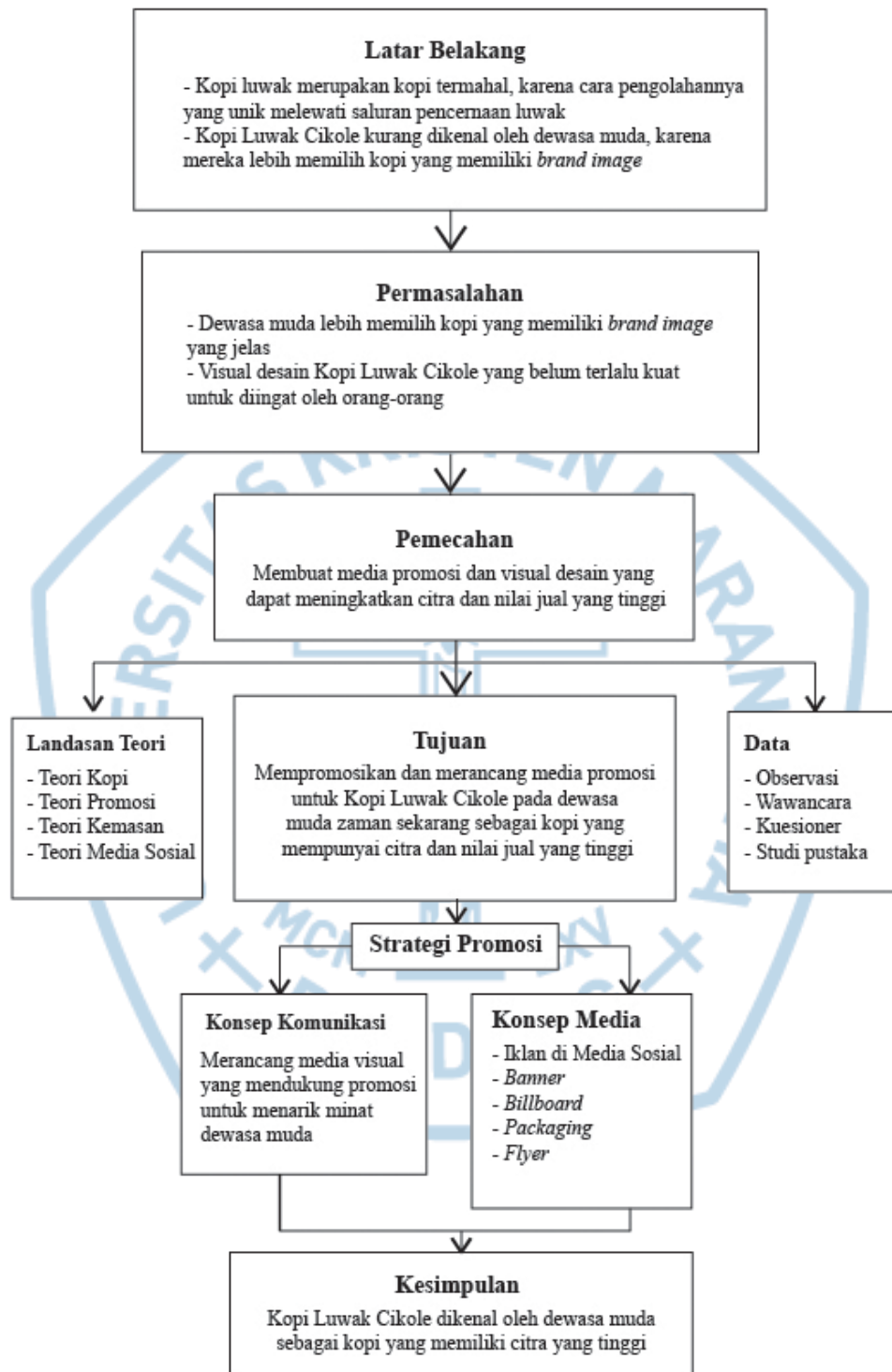
Dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui minat dan pendapat *audience* atau dewasa muda tentang Kopi Luwak Cikole.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka akan dilakukan dengan mencari buku *packaging*, visual desain dan cara promosi yang baik dan menarik, serta dengan melakukan tinjauan dari sumber-sumber terpercaya melalui artikel online dari internet.



1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan
(Sumber : Data Pribadi)