

## Abstrak

Trend kopi menjadi marak akhir – akhir tahun ditandai dengan banyaknya *coffee shop* yang dibangun di sepanjang jalan di kota Bandung, serta banyak produk kopi yang ramai dijual di *coffee shop*. Hal ini tidak terlepas dari kehidupan masyarakat di Bandung yang meminati minuman kopi ataupun produk kopi lain. Namun trend yang ada sekarang bertentangan dengan kondisi kopi lokal yang berada di Jawa Barat, seperti yang dijelaskan di salah satu artikel [Republika.co.id](http://Republika.co.id) tentang “Kopi Lokal Masih Kalah dari Kopi Impor” mengatakan bahwa kini presentase kopi lokal di Indonesia sekitar 30 persen. Sisanya, kebutuhan kopi dalam negeri dipenuhi lewat impor. Disisi lain terdapat salah satu dari kopi *Specialty* Jawa Barat dengan naman Arabica Preanger telah dikenal dunia dan mendapatkan penghargaan sebagai kopi terbaik ke-2 setelah kopi dari Brazil. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas kopi lokal bisa bersaing dengan kopi – kopi yang berada di belahan negara lain, Jelas bahwa keadaan kopi lokal sekarang tidak mendapat perhatian dari konsumen masyarakat Indonesia. Kurangnya informasi dan edukasi menjadi penyebab rendahnya konsumsi kopi lokal di Indonesia, serta sejauh ini tidak ada media yang memuat jenis – jenis kopi *Specialty* yang berada di Jawa Barat untuk bisa menjadi sarana informasi dan edukasi bagi masyarakat Indonesia ter-khususnya di Jawa Barat. Dapat disimpulkan bahwa keberadaan media diperlukan untuk bisa meningkatkan perhatian dan konsumsi masyarakat terhadap kopi lokal, khususnya di Jawa Barat.

**Kata kunci:** media komunikasi visual, masyarakat, kopi, Jawa Barat