

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan potensi pariwisata, baik dari segi alam maupun budaya. Salah satu bentuk pariwisata yang semakin diminati oleh wisatawan adalah Kawasan kopi, yang menggabungkan wisata dengan kegiatan pertanian atau perkebunan. Kopi adalah tanaman pertanian yang diolah menjadi minuman melalui seduhan biji kopi yang telah disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi merupakan salah satu komoditas global yang ditanam di lebih dari 50 negara di seluruh dunia. Terdapat dua jenis pohon kopi yang umum dikenal, Kopi Robusta (*Coffea canephora*) dan Kopi Arabika (*Coffea arabica*). Kawasan kopi menjadi daya tarik khusus bagi para wisatawan yang ingin mendapatkan pengalaman edukatif mengenai proses budidaya kopi, khususnya bagi Pecinta kopi.

“Pecinta kopi,” merujuk pada individu dengan standar tinggi dan spesifik dalam menikmati kopi, sering kali disampaikan dengan nuansa sarkastik. Mereka takkan merasa puas dengan kopi sachet atau instan yang dianggap kurang kualitas dan otentik. Bagi mereka, keaslian dan kompleksitas cita rasa kopi sangat berarti. Lebih memilih biji kopi pilihan dan menyeduhnya melalui metode seperti *pour-over*, *AeroPress*, atau *espresso*. Memilih biji kopi dari berbagai varietas dan wilayah untuk merasakan nuansa rasa yang beragam juga bisa menjadi opsi. Aspek-aspek seperti waktu kontak air dengan kopi, suhu air, dan teknik penggilingan juga menjadi perhatian utama. Bagi “Pecinta kopi,” kopi adalah seni dan eksplorasi rasa yang mendalam. Salah satu wilayah di Indonesia yang terkenal akan kopinya adalah Pengalengan.

Pangalengan, sebuah kecamatan yang terletak di Jawa Barat merupakan wilayah penghasil kopi berkualitas tinggi. Di sini, terdapat biji kopi unik dan luar biasa dengan karakteristik rasa khas. Petani kopi di Pangalengan berkomitmen pada pertanian berkelanjutan dan teknik pengolahan canggih, yang berkontribusi pada kualitas biji kopi yang luar biasa. Hal ini membuat Pangalengan berkembang menjadi kawasan agrowisata, dengan fokus utama pada peternakan sapi penghasil susu dan juga sebagai komoditas penghasil kopi. Inilah mengapa Pangalengan menjadi tujuan favorit para wisatawan dan khususnya pecinta kopi yang mencari pengalaman rasa istimewa.

Kopi Pangalengan merupakan salah satu komoditas unggulan Indonesia yang memiliki aroma dan rasa yang khas dan diakui keunggulannya oleh para penikmat kopi internasional. Di masa penjajahan Belanda, kopi dari wilayah Priangan di Jawa Barat, termasuk Pangalengan, sangat terkenal dengan sebutan "Kopi Java Preanger". Meskipun mengalami kemunduran akibat serangan penyakit karat daun pada tahun 1878, kopi Arabica Java Preanger mengalami kebangkitan pada tahun 2001 berkat kesepakatan antara petani dan Perhutani mengenai izin lahan pertanian.

Sejak saat itu, kopi Pangalengan semakin mendapat perhatian di pasar internasional dan menjadi produk unggulan untuk diekspor ke berbagai negara seperti Australia, Amerika, dan Eropa. Pendistribusian kopi di kawasan ini bekerja sama dengan koperasi untuk memberikan nilai tambah pada produk kopi sebelum disajikan ke pasar. Salah satu komunitas yang berperan penting dalam memberdayakan petani kopi di Pangalengan adalah "Ambeu Preanger," yang didirikan sejak tahun 2014 dengan fokus pada peningkatan mutu dan cita rasa kopi, kehadiran komunitas ambeu preanger didasari oleh kebutuhan dan popularitas kopi, komunitas ambeu preanger berperan dalam upaya pendampingan.

Namun, karena selama ini fokus ambeu preanger pangalengan dan mitranya adalah menghasilkan kopi berkualitas tinggi, ada beberapa hal yang belum di perhatikan yaitu media promosi tentang kawasan kopi pangalengan, informasi tentang wisata kopi di daerah ini kurang tersebar luas. Hal ini dikonfirmasi oleh Pengelola Komunitas Ambeu Preanger, Muhammad Irwan, S.Hut, di mana berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, masyarakat Indonesia masih belum memahami keunikan dan daya tarik kawasan kopi di Pangalengan yang menyebabkan keberadaan tempat minum kopi yang ada belum cukup mampu menarik perhatian wisatawan dan pecinta kopi untuk menemukan kawasan kopi Pangalengan dikarenakan kurangnya akses informasi yang mudah diakses. Sehingga potensi wisata kopi di kawasan ini belum dimaksimalkan sepenuhnya.

Untuk mengatasi masalah tersebut, penelitian ini berfokus pada perancangan website media promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan kawasan kopi kepada calon wisatawan sebagai sarana informasi yang dapat diakses dengan mudah. Dengan adanya website yang interaktif dan informatif, diharapkan para wisatawan dapat dengan mudah mengakses informasi tentang kawasan kopi, jenis-jenis kopi yang dihasilkan, proses budidaya kopi, serta aktivitas wisata yang dapat dinikmati oleh para pengunjung. Dengan demikian, website ini diharapkan dapat meningkatkan minat kunjungan dan mendukung pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi lokal di wilayah Pangalengan.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Promosi Terbatas dan Kurangnya promosi efektif mengenai pengalaman wisata kopi di Pangalengan menghambat minat wisatawan.
2. Edukasi Proses Budidaya Kopi sehingga Ketidakmaksimalan edukasi mengenai proses budidaya kopi membuat wisatawan kesulitan memahaminya.
3. Pengalaman Interaktif Terbatas dari Kekurangan pengalaman interaktif tentang kawasan kopi menghambat minat kunjungan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang website media promosi untuk komunitas kopi yang menyediakan informasi mudah diakses, promosi efektif, edukasi menarik tentang budidaya kopi, dan pengalaman interaktif, untuk meningkatkan minat wisata dan mendukung ekonomi lokal di Pangalengan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Meningkatkan Akses Informasi dari Perancangan website yang user-friendly untuk memberikan informasi tentang wisata kopi dengan mudah.
2. Promosi dan Kesadaran serta memperkenalkan daya tarik wisata kopi melalui platform online yang efektif.
3. Edukasi Menarik dengan menyajikan informasi budidaya kopi dengan cara yang menarik dan interaktif.
4. Tingkatkan Minat Kunjungan dengan menciptakan pengalaman interaktif yang menarik untuk meningkatkan minat wisatawan.

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini mencakup:

1. Penelitian ini dilakukan untuk melakukan perancangan *Website* untuk membantu para wisatawan dan pecinta kopi untuk mendapatkan informasi tentang Kawasan kopi dari komunitas ambeu preanger yang ada di Pangalengan
2. Proses perancangan *Website* pada penelitian ini adalah *prototype* dengan tahapan evaluasi untuk menguji *prototype*, setelah pengujian prototipe, Tahapa selanjutnya ialah membutuhkan pengembangan dari sisi *programming* dan sistem informasi yang dimana diluar dari cakupan Desain Komunikasi Visual.
3. Perancangan *prototype website* untuk para wisatawan dan pecinta kopi di Pangalengan menggunakan *software* atau aplikasi secara digital
4. Perancangan *website* di fokuskan kepada wilayah wisata kecamatan Pangalengan
5. Perancangan ini dibuat pada bulan September 2022

1.5 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif pada hakikatnya ialah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya (Nasution, 2006: 5). Sedangkan penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang. (Sujana dan Ibrahim pada Hakim, Lestari, & Mustika, 2020: 874).

Dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif dan deskriptif adalah penelitian untuk meneliti sesuatu yang terjadi di lingkungan sekitar atau sosial dengan

deskripsi yang rinci. Jenis penelitian ini umumnya dipakai dalam fenomenologi sosial (Polit & Beck dalam Yuliani, 2018: 83).

Selain itu, menggunakan *design thinking* sebagai metodologi dalam penelitian ini. Menurut Ford (Dewi, Haryanto, Yong, 2018: 33) Design thinking adalah metode penyelesaian masalah yang berfokus pada pengguna/user. Tahapan yang ada dalam design thinking yaitu Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Test.

Pada tahapan Emphatize, menggunakan beberapa metode untuk mengumpulkan data. Metode-metode yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Primer

1. **Observasi**, Kegiatan mengamati gambar secara teliti dan mencatat unsur-unsur visual yang ada pada gambar tersebut (Soewardikoen, 2019:49). Dalam penelitian ini peneliti akan langsung menuju kecamatan pangalengan dan melakukan survey sekaligus observasi wilayah pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, dalam hal ini adalah keadaan wisata kopi di Pangalengan dan warung kopi yang ada di sana.
2. **Wawancara**, Wawancara mendalam adalah wawancara yang dilakukan tanpa terstruktur yaitu pertanyaan yang diajukan tergantung pada situasi saat wawancara agar bersifat fleksibel dan bebas mengikuti proses pemikiran narasumber, tetapi juga memiliki target kemana arah pembicaraan (Soewardikoen, 2019:57). teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab dengan narasumber yang terkait dengan objek penelitian, dalam hal ini adalah petani kopi dan pengelola Kedai kopi di Pangalengan.
3. **Studi Pustaka**, Buku merupakan tempat menuangkan pikiran oleh penulis. Dari pemikiran, hasil penelitian, pengamatan serta khayalan maupun impian. Semakin banyak membaca hasil pemikiran para penulis maka akan semakin luas referensi yang dimiliki oleh peneliti. Sehingga peneliti perlu membaca

buku untuk mengisi frame of mind-nya (Soewardikoen, 2013:16). pengumpulan data dari berbagai sumber yang relevan dengan objek penelitian, dalam hal ini adalah literatur mengenai kopi Pangalengan, wisata kopi, dan Komunitas Ambeu Preanger

1.5.2 Sekunder

1. **Kuesioner**, Kuesioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat, karena sekaligus banyak orang dapat diminta mengisi pilihan jawaban tertulis yang disediakan (Soewardikoen, 2021:72) Pada tahapan ini, bentuk kegiatan yang dilakukan adalah membuat daftar pertanyaan di google forms dan kemudian akan disebarakan melalui akun media sosial seperti Whatsapp dan Instagram kepada target audiens dari objek penelitian.
2. **Studi Pustaka**, Buku merupakan tempat menuangkan pikiran oleh penulis. Dari pemikiran, hasil penelitian, pengamatan serta khayalan maupun impian. Semakin banyak membaca hasil pemikiran para penulis maka akan semakin luas referensi yang dimiliki oleh peneliti. Sehingga peneliti perlu membaca buku untuk mengisi frame of mind-nya (Soewardikoen, 2013:16). pengumpulan data dari berbagai sumber yang relevan dengan objek penelitian, dalam hal ini adalah literatur mengenai kopi Pangalengan, wisata kopi, dan Komunitas Ambeu Preanger.

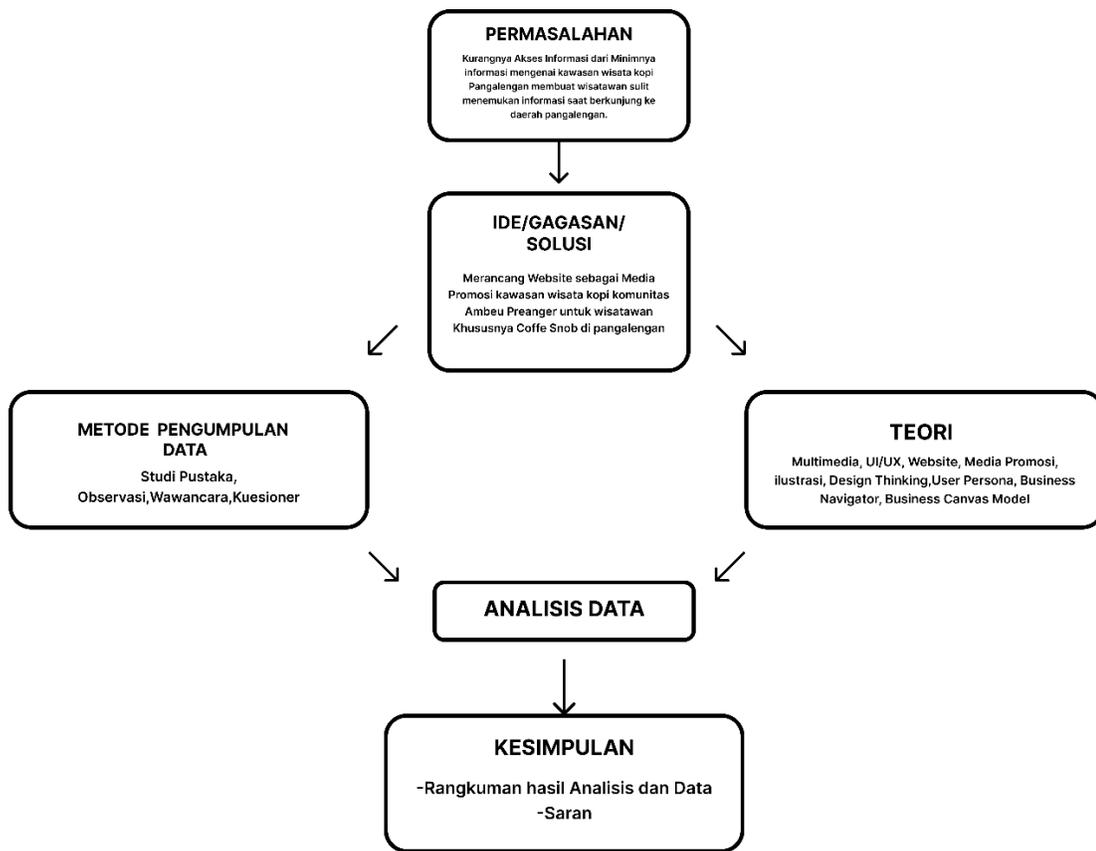
1.8 Metode Analisis Data

Dalam laporan ini, metode analisis data yang akan digunakan penulis yaitu:

Analisis Matriks, adalah membandingkan dengan cara menjajarkan. Objek visual apabila dijajarkan dan dinilai menggunakan satu tolak ukur yang sama maka akan terlihat perbedaannya, sehingga dapat memunculkan gradasi (Soewardikoen, 2021:123). Analisis matriks digunakan oleh penulis untuk proses perbandingan visual penelitian dengan pesaingnya. Objek yang akan diteliti yaitu visual promosi Website wisata pangalengan dengan usaha lain yang setara dan serupa untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan teori.

Analisis Visual, adalah tahapan menguraikan dan menginterpretasi gambar (Soewardikoen, 2019: 88). Analisis visual digunakan untuk menganalisa objek visual yang ada untuk dapat memahami dan mengapresiasi karya yang dinilai.

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian

(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

1.7 Skema Perancangan

BAB I PENDAHULUAN

Bab I merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah Kurangnya exposure dan promosi yang baik terhadap kedai kopi, Agrowisata yang menyajikan kopi Pangalengan. Pada bab ini juga membahas identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, cara pengumpulan data dan analisis, kerangka konsep, dan sistematika penulisan dalam penelitian ini.

BAB II DASAR PEMIKIRAN

Bab II membahas teori-teori yang relevan terkait dengan topik permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Teori-teori tersebut disusun menjadi kerangka teori untuk memperoleh asumsi teori yang relevan bagi penelitian.

BAB III DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini, disajikan uraian data pendukung yang merupakan kumpulan hasil dari data yang telah dikumpulkan, seperti hasil survei, pengumpulan sampel visual, dan analisis sampel visual. Data analisis yang digunakan berupa matriks perbandingan. Data analisis tersebut mencakup analisis visual, analisis matriks SWOT, dan analisis matriks kesimpulan.

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Bab ini membahas perancangan konsep dan hasil perancangan dalam pembuatan karya berupa website. Pembuatan media ini didasarkan pada teori, pustaka, hasil analisis, dan hasil data di lapangan.

BAB V PENUTUP

Bab V berisi kesimpulan dari bab I, II, III, dan IV yang telah dijelaskan secara rinci, serta rekomendasi sebagai alternatif pemecahan masalah yang dihadapi dalam pembuatan media.