

Analisis Desain Visual Branding Kafe “Literacy Coffee”

Analysis of the Visual Design of the Cafe Branding "Literacy Coffee"

Muhammad Indra Fauzie

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan,
Indonesia

Email: mindrafauzie@gmail.com

ABSTRACT

In this era of modernization, many business people have set up business premises such as cafes with designs that uphold high aesthetic values and also have a luxurious impression to attract the interest of consumers who see them. This is different from "literacy coffee", where this cafe is very different from other cafes because it carries the theme of literacy as the main concept in this cafe. Visual communication design is basically a term for describing a media processing process in communicating regarding the expression of ideas or conveying information that can be read or seen. Branding is a variety of activities aimed at building and enlarging the identity of a brand with a very broad scope, including trade names, logos, characters and consumer perceptions of the brand. The research method used in this research is qualitative with a narrative approach. The conclusion of this research is that the visual design contained in this literacy coffee cafe attracts people who see it because in the current era of modernization there is a business place that still carries a classic concept and is a place that is useful for the visiting generation.

Keywords: Visuals, Design, Branding

ABSTRAK

Era modernisasi seperti ini terdapat banyak para pebisnis yang mendirikan suatu tempat usaha seperti cafe dengan desain yang menjunjung nilai estetik yang tinggi dan juga memiliki kesan yang mewah agar menarik minat konsumen yang melihatnya. Berbeda dengan “literacy coffee” yang dimana kafe ini sangat berbeda dengan kafe lainnya karena mengusung tema literasi sebagai konsep utama pada kafe ini. Desain komunikasi visual pada dasarnya merupakan istilah dari penggambaran suatu proses pengolahan media dalam berkomunikasi mengenai pengungkapan ide atau penyampaian informasi yang bisa terbaca atau terlihat. Branding merupakan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah brand/merek dengan cakupan yang sangat luas, meliputi nama dagang, logo, karakter, dan persepsi konsumen akan brand tersebut. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan naratif. Simpulan dari penelitian ini adalah desain visual yang terkandung pada kafe literacy coffee ini memberikan daya tarik bagi orang yang melihatnya karena di era modernisasi saat ini terdapat suatu tempat usaha yang masih mengungungkan konsep klasik dan menjadi suatu wadah yang bermanfaat bagi generasi yang berkunjung.

Kata Kunci: Visual, Desain, Branding

Pendahuluan

Era digitalisasi dan ekonomi kreatif saat ini, telah terjadi perubahan masyarakat terhadap brand. Masyarakat tidak lagi hanya membutuhkan kualitas produk, layanan yang baik, atau

teknologi yang canggih. Sebaliknya, masyarakat mencari *value* yang ditawarkan suatu brand. Hal ini kemudian membuat brand menjadi aset penting yang menunjukkan kesuksesan perusahaan dalam bidangnya. Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah brand/merek dengan cakupan yang sangat luas, meliputi nama dagang, logo, karakter, dan persepsi konsumen akan brand tersebut. Branding juga menjadi sebuah strategi dari suatu perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen. Ada banyak manfaat dari branding, diantaranya adalah memberikan identitas pada produk atau jasa yang ditawarkan, menyampaikan nilai, dan yang terpenting adalah menjalin komunikasi dengan konsumen. Pebisnis pun berlomba-lomba dalam membranding produk ataupun jasa mereka dengan sedemikian rupa agar dapat menarik minat dan mempertahankan konsumen. Namun sayang, nampaknya tak sedikit juga pengusaha yang masih awam akan betapa pentingnya membranding usaha mereka. Untuk itu penulis akan mencoba memberikan gambaran tentang Branding, Pengertiannya, Manfaatnya, Jenisnya dan melakukan branding yang baik dan benar (Ahmad Budi Sulistio, 2017).

Branding merupakan salah satu faktor penting dalam suatu kegiatan pemasaran, karena kegiatan ini memperkenalkan atau menawarkan produk dan jasa tidak terlepas dari merek yang dapat dikenal. Merek sering ditafsirkan secara berbeda-beda, di antaranya sebagai logo, instrumen legal (hak kepemilikan), perusahaan, *shorthand notation*, *risk reducer*, *positioning*, kepribadian, rangkaian nilai, visi, penambahan nilai, identitas, citra, relasi, dan *evolving entity* (Febi & Ginting, 2017). Manusia sebagai makhluk sosial yang memiliki kebutuhan hidup untuk menjalankan segala aktivitasnya dengan orang lain dan berkomunikasi dengan sesama. Komunikasi ini dapat dilakukan secara lisan, gambar, majalah, koran, papan reklame, label, dan lain sebagainya adalah beberapa contoh dari berbagai bentuk komunikasi secara visual yang kita temui sehari-hari (Wijaya, 1999).

Era digitalisasi dan ekonomi kreatif saat ini, banyak di antara kita berfokus dengan kesibukan masing masing, kurang mempunyai waktu untuk berkomunikasi secara lisan lagi. Proses komunikasi juga dilakukan melalui eksplorasi ide ide dengan penambahan gambar baik itu berupa foto, diagram dan lain-lain serta warna selain penggunaan teks sehingga akan menghasilkan efek terhadap pihak yang melihat. Efek yang dihasilkan tergantung dari tujuan

yang ingin disampaikan oleh penyampai pesan dan juga kemampuan dari penerima pesan untuk menguraikannya (Widiastuti, 2014).

Desain Komunikasi Visual juga bisa diartikan sebagai seni dalam menyampaikan suatu pesan dengan menggunakan bahasa rupa yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga merubah perilaku target audience sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sedangkan bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya yang disusun berdasarkan kaidah bahasa visual yang khas berdasarkan ilmu tata rupa. Isi pesan diungkapkan secara kreatif dan komunikatif serta mengandung solusi untuk permasalahan yang hendak disampaikan baik sosial maupun komersial ataupun berupa informasi, identifikasi maupun persuasi (Wicaksana & Rachman, 2018).

Era modernisasi seperti ini terdapat banyak para pebisnis yang mendirikan suatu tempat usaha seperti kafe dengan desain yang menjunjung nilai estetik yang tinggi dan juga memiliki kesan yang mewah agar menarik minat konsumen yang melihatnya. Berbeda dengan “literacy coffee” yang dimana kafe ini sangat berbeda dengan kafe lainnya karena mengusung tema literasi sebagai konsep utama pada kafe ini. Salah satunya kafe “literacy coffee” yang berlokasi di Jalan Jati II No.1 Kecamatan Teladan Timur, Kota Medan, Provinsi Sumatera. Literacy Coffee adalah cafe yang menciptakan suasana klasik serta susunan buku yang rapi. Literacy Coffee mengadopsi konsep peristiwa sejarah dan perpustakaan, sehingga konsumen yang menikmati kopi di literacy coffee tidak hanya terfokus menggunakan alat-alat elektronik saja. Literacy coffee mengambil peluang ini untuk menguasai pasar kalangan mahasiswa dan aktivis pergerakan yang membutuhkan hal-hal yang ditawarkan di literacy coffee.

Oleh karena itu, agar pesan verbal dan pesan visual desain komunikasi visual dapat menarik perhatian calon konsumen maupun pembeli loyal, maka desain komunikasi visual harus menawarkan eksklusivisme dan keistimewaan dari sebuah tampilan. Semua itu dilakukan untuk memberikan rujukan pada suatu merek demi menemukan jati diri produk barang atau jasa yang akan dikomunikasikan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dan memakai teknik penelitian analisis naratif yaitu analisis desain visual branding cafe “literacy coffee”. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Dengan menganalisis desain visual yang ada pada kafe “Literacy Coffee” dengan bantuan analisis naratif maka data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi akan dituangkan dalam bentuk cerita (narasi) dan juga gambar yang akan berisi kutipan kutipan data dalam proses penelitian. Oleh karena itu penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural setting yang holistik, kompleks, dan rinci.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Proses Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan sesuai dengan teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara dan juga dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk mengetahui untuk melengkapi data serta memperoleh data yang akurat dan sumber data yang tepat. Wawancara adalah pertemuan langsung antara periset dan responden yang bertujuan untuk diperoleh jawaban mengenai makna makna desain visual yang terdapat pada Literacy Coffee. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dilengkapi dengan peralatan seperti alat perekam suara, kamera dari Handphone, serta alat tulis dan atas persetujuan narasumber/informan. Dalam penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data berupa dokumentasi yang berupa gambar. Dokumentasi adalah mengumpulkan sejumlah dokumen yang diperlukan sebagai bahan data dan informasi sesuai dengan masalah penelitian seperti peta, data statistik, jumlah dan data penduduk; grafik, gambar, surat-surat, foto, akte, dan sebagainya. Dokumentasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan mencari dokumen yang bersifat pribadi dan resmi sebagai sumber data yang dapat dipergunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian.

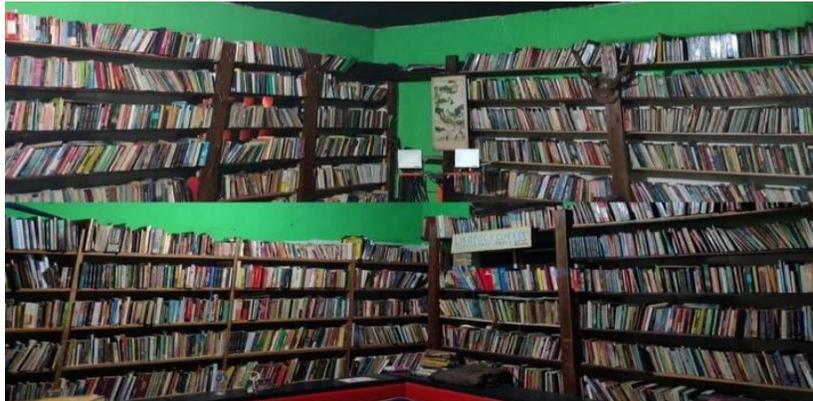


Gambar 1. Thumbnail Literasi Coffee

Penulis mewawancarai pemilik Literacy Coffee yang bernama John Fawer Siahaan yang berusia 45 tahun, mengenai beberapa profil dari kafe beliau adalah sebagai berikut:

“Saya mengambil nama literacy coffee karena saya pencinta buku dan juga suka membaca buku ataupun mengoleksi buku-buku ini adalah suatu perpaduan antara warung kopi dengan literasi yang dimana saat itu saya menjadikan ini sebagai dua kata kunci literasi dan juga kopi dan saya juga mengambil inspirasi yang dimana dulunya warung kopi yang terdapat di kampung-kampung terdapat koran untuk dibaca oleh pengunjung yang datang, maka dari itu saya membuat kafe ini dengan konsep kopi dan juga literasi, literasi bukan hanya persoalan buku tetapi juga arsip makanya di dalam kafe ini juga terdapat kaset-kaset arsip.”

Penulis menyimpulkan bahwa pemilik kafe Literacy Coffee ini mengangkat nama “Literacy Coffee” dikarenakan beliau adalah pencinta buku yang gemar membaca buku dan mengoleksi buku-buku lama maupun buku-buku yang sedang trend pada saat ini. Pada saat itu beliau memiliki pemikiran untuk menggabungkan 2 kata kunci antara literasi dengan kopi. Pemilik kafe ini juga terinspirasi dari konsep warung kopi yang ada di perkampungan dimana setiap pengunjungnya menikmati kopi sambil membaca koran, maka dari sinilah ide literasi (membaca) dan kopi disatu padukan menjadi sebuah nama untuk cafe ini.



Gambar 2. Koleksi Buku

Dalam mengembangkan konsep cafe coffee literasi ini tidak ada hal-hal yang dirancang sedemikian rupa, tetapi hanya memanfaatkan barang dan koleksi yang ada. Pemilik kafe mengatakan sebagai berikut:

“Sebenarnya tidak ada motivasi khusus tetapi dimana ketika buku tersusun dan juga tertata rapi akan menimbulkan reaksi, dan pada saat ini buku menjadi alternatif yang saya gunakan untuk menyajikannya di dalam kafe ini untuk menjadi daya tarik bagi orang yang melihatnya.”

Penulis menyimpulkan bahwa sang pemilik kafe tidak memiliki motivasi khusus dalam meletakkan rak rak buku pada kafe literacy coffee ini hanya saja beliau berfikir bahwa ketika tatanan buku yang tersusun dengan rapi akan menimbulkan suatu reaksi bagi orang yang melihatnya dan juga pada saat ini kehadiran buku menjadi suatu alternatif yang beliau gunakan dalam membuat tampilan kafe menjadi lebih menarik untuk dipandang dan menarik minat konsumen.



Gambar 4. Arsip Literacy Coffee

Hal yang membuat pemilik kafe ingin sekali membuat cafenya dengan nuansa pengarsipan baik itu buku, kaset dan hal-hal lainnya, sehingga kafe ini berdiri sekarang memiliki hal yang menarik dengan sendirinya. Pemilik literacy coffee mengatakan hal tersebut:

“Secara konsentrasi khusus sebenarnya saya memiliki arsip yang lumayan berkaitan dengan Sumatera. Jadi saya mengumpulkan buku-buku yang berkaitan dengan Sumatera, dan juga ada buku-buku yang populer pada masa saat ini. di kafe ini juga terdapat alat alat musik yang dapat digunakan untuk para pengunjung yang ingin bersantai sambil menikmati kopi, juga ada radio dan speaker yang dapat digunakan oleh si pengunjung”

Penulis menyimpulkan bahwa pemilik kafe Literacy Coffee tersebut memiliki arsip, buku-buku yang berkaitan dengan pulau Sumatera, dan beliau juga mengumpulkan buku buku yang populer pada masa saat ini. Tidak hanya itu sang pemilik juga memiliki fasilitas yang dapat digunakan oleh pengunjung seperti speaker, alat musik, dan radio.



Gambar 5. Mural Pahlawan

Literacy Coffee juga dapat ditemukan beberapa desain berbentuk lukisan-lukisan wajah tokoh pahlawan yang mempunyai ungkapan-ungkapan yang menarik dan simpatik dalam menyampaikan komunikasi dalam bentuk tulisan dan kiasan, diuraikan oleh John sang pemilik kafe:

“Di kafe ini seperti mural yang saya buat bergambar pahlawan soekarno, bung hatta, dan juga tan malaka karena mereka mempunyai quotes soal buku dan ada kata kata yang berkaitan dengan buku, contohnya seperti tan malak bahwa perpustakaan itu bisa dibangun ketika ada buku buku”

Penulis menyimpulkan bahwa di kafe Literacy coffee ini terdapat mural yang dibuat oleh pemilik kafe ini yang bergambarkan pahlawan Soekarno, Bung Hatta, dan Tan Malaka dikarenakan pahlawan-pahlawan tersebut memiliki quotes yang berkaitan dengan buku.



Gambar 6. Para Pengunjung Literacy Coffee

Literacy Coffe ialah kafe yang memfokuskan menjual dan menawarkan produk minuman saja, tetapi di kafe ini kita dapat menggunakan dan menikmati fitur-fitur yang terdapat didalam kafe. Seperti apa yang diungkapkan sipemilik kafe literacy coffe sebagai berikut:

“Sebenarnya kafe saya ini lebih umum ke minuman saja seperti kopi dan bagi pengunjung yang datang bisa saya persilahkan untuk menggunakan fitur fitur yang ada seperti buku, alat musik dan juga speaker dan juga dapat mendengarkan audio katrena saya juga mengoleksi kaset pita dari mulai tahun 70 an sampai 2000 an jadi bagi pengunjung yang ingin bernostalgia dapat menggunakan fitur yang saya miliki pada kafe ini”

Penulis menyimpulkan bahwa di literacy coffee ini si pemilik hanya menyediakan menu minuman saja seperti kopi dan bagi pengunjung yang datang di persilahkan oleh pemilik kafe untuk menggunakan fitur-fitur yang ada seperti buku, alat musik, radio dan juga speaker. Tidak hanya itu pemilik kafe literacy coffee ini pun juga mengkoleksi kaset pita yang terbit mulai tahun 70an sampai 2000an yang diperkenankan bagi pengunjung yang ingin bernostalgia mendegarkannya.



Gambar 4.6. Sosial Media Literacy Coffee

Tidak hanya itu sang pemilik kafe pun juga berkecimpung di dalam sosial media dalam mempromosikan kafe nya seperti yang dikatakan beliau sebagai berikut:

“Untuk saat ini sudah sangat mudah ya untuk memberi tahu apa saja yang ada di kafe saya ini dengan melalui sosial media, saya melakukan nya dengan mengupload ke sosial media kafe saya gambar gambar dan juga video yang agar nanti nya dilihat oleh khalayak ramai dan juga saya melakukan nya dengan platform google bisnis”

Penulis menyimpulkan bahwa pada masa saat ini sudah sangat mudah bagi seorang pengusaha untuk mempromosikan bisnis nya seperti yang dilakukan oleh pemilik kafe literacy coffee ini beliau mempromosikan kafe nya melalui platform sosial media berupa instagram dan google bisnis agar keadaan kafe beliau dilihat dan menarik minat khalayak yang melihatnya. Di sisi lain kafe ini terlihat tetap bertahan sampai masa saat ini yang dijelaskan oleh pemilik kafe sebagai berikut:

“Saya pikir bahwa digital dan fisik itu saling berkaitan, jadi saya terus mengembangkan nya melalui melalui media sosial dan juga secara kenyataan”

Penulis menyimpulkan bahwa sang pemilik memiliki strategi agar cafenya tetap bertahan di era digitalisasi saat ini dengan mengembangkan usaha nya melalui sosial media dan juga secara lisan yang disampaikan oleh orang ke orang. Tidak hanya sang pemilik kafe saja yang penulis tanyakan melainkan pengunjung dari kafe ini juga menjadi informan yaitu sebagai berikut:

“Kesan yang saya dapatkan saat berkunjung pada tempat ini adalah rasa kesederhanaan dan juga kreatifitas yang luar biasa karena saya dapat menikmati kopi yang bagi saya cukup nikmat dan juga pemandangan ornamen ornamen yang unik pada tempat ini”

Penulis menyimpulkan bahwa seorang pengunjung bertanggung kesan yang dia dapatkan saat berkunjung dan menikmati kopi pada literacy coffee ini sangatlah luar biasa dikarenakan terdapat ornamen-ornamen yang cukup unik pada kafe ini dan juga kopi nya yang khas dan nikmat. Pemilik kafe Literacy Coffe ini memiliki keinginan mendirikan konsep kafe tetap membuat hobinya membaca dan mengoleksi buku bacaan dapat disandingkan sehingga usaha dan hobinya dapat berjalan beriringan. Untuk dapat merealisasikan keinginan beliau dalam mewujudkan kafe seperti konsepnya yang diinginkan sangat memakan waktunya yang lumayan panjang. Pemilik kafe mengungkapkan hal tersebut:

“Untuk konsep saya sudah memikirkannya sejak tahun 2012, dan dapat direalisasikan pada tahun 2017”

Penulis menyimpulkan bahwa pemilik kafe ini sudah memikirkan konsep sebelum membangun kafe ini sejak tahun 2012 dan kafe ini baru dapat direalisasikan pada tahun 2017 hingga berdiri sampai saat ini dengan keunikan dan kekhasannya sendiri dibandingkan kafe-kafe yang ditemukan pada umumnya. Di era modernisasi dan teknologi digitalisasi banyak sekali pebisnis dari kafe-kafe yang ada dikota-kota besar sangat menonjol akan suatu hal yang trending dan serta kekinian sehingga pebisnis tersebut harus berlomba-lomba untuk mengembangkan cafe nya supaya terus-menerus mengikuti perkembangan jaman dan trend-trend yang menjadi incaran anak milenial.

Bisnis dalam sektor kafe ini, sangat menjadi peluang bisnis di daerah perkotaan dan perkantoran daerah ini sangan memungkinkan bisnis ini dapat berkembang cepat dan pesan melihat kebutuhan dan budaya kaum milenial yang sifatnya melakukan perkumpulan dan menghabiskan waktu di tempat tongkrongan dan para pegawai kantoran ini juga membuang waktu istirahat serta melakukan pertemuan dengan mitra kerjanya lebih keseringan di tempat tongkrongan karena kondisi yang tidak terlalu kaku serta suasananya diskusinya pres. Di Kota Medan terdapat sebuah kafe yang memiliki konsep yang unik dan masih berdiri di era modernisasi saat ini serta ekonomi digital. Kafe yang berdiri tersebut bernama Literacy Coffee, di kafe ini kita tidak hanya menikmati dan merasakan kenikmatan dari penyajian kopi yang ada,

untuk suasana yang ditawarkan di kafe ini juga tidak dalam konsep yang begitu kekini. Setiap desain yang dituangkan dari sisi kafe ini memiliki makna dalam menyampaikan komunikasi tersirat. Sehingga para pengunjung yang datang tidak hanya menikmati kopi saja tetapi memiliki suatu pertanyaan besar mengenai konsep desain yang ditawarkannya.

Kafe ini berdiri sejak tahun 2017 lalu, namun sebuah ide dalam mengkonsepkan kafe ini sudah tertuang sejak tahun 2012. Berawal dari rasa kecintaan dan dalam kegemaran pak John Fawer dalam membaca buku sambil menikmati kopi, munculah suatu ide yang membuat kedua hal tersebut disatukan menjadi suatu nama yang menarik yang terlintas di pikirannya yaitu “Literacy Coffee” dari kata literasi yang memiliki makna tentang membaca lalu disatu padukan dengan warung kopi dan suatu kegiatan kerutinan yang dilakukan tertuanglah di kafe ini.

Susunan-susunan yang tertata rapi bukan hanya terdapat pada buku-buku saja tetapi terdapat juga susunan alat-alat musik kuno beserta kaset pita yang sulit ditemukan di era modernisasi saat ini. Hal-hal inilah yang membuat kafe literacy coffee memiliki keunikan tersendiri yang menjadi branding dari kafe ini agar mudah dikenal dan diperkenalkan kepada khalayak serta orang-orang tertentu yang memiliki kepentingan tersendiri. Memanfaatkan koleksi-koleksinya baik itu dari buku, alat musik kuno serta kaset kuno membuat kafe literacy coffee ini menjadi suatu kafe yang menjaga agar setiap pengunjung dapat terus berkomunikasi saat berada dilingkungan kafe literacy coffee.

Kafe Literacy Coffee ini tidak hanya menawarkan kopi saja bagi pengunjung yang datang melainkan juga pengunjung dapat menikmati fasilitas yang terdapat di kafe literacy coffee baik itu dari membaca buku-buku yang disediakan, memainkan alat musik dan juga dapat memutar rekaman cerita sejarah yang tidak banyak ditemukan di tempat arsip-arsip lainnya. Sehingga keunikan yang ditawarkan dari cafe ini dapat menjadi hal-hal yang membuat orang memiliki rasa penasaran yang besar untuk mencari tahu terutama pada kelompok yang melakukan tahapan penelitian sejarah kebudayaan yang minimnya sumber-sumber baca dan komunikasi dapat terbantu dari koleksi-koleksi buku dan kaset yang menjadi arsip di literacy coffee.

Lukisan-lukisan gambar pahlawan ini bukan semata hanya untuk mengisi kekosongan setiap sisi dinding yang ada di literacy coffee, melainkan lukisan-lukisan dari setiap gambar pahlawan yang terpapar di sisi dinding tersebut memiliki quotes singkat untuk mengajak dan memaknai pentingnya menghargai dan menanamkan budaya membaca. Selain dari pada itu

lukisan-lukisan dari gambar tersebut adalah tokoh pahlawan nasional yang harus diingat dan dihargai karena perjuangannya merebut kemerdekaan yang abadi bagi negara Indonesia. Lukisan-lukisan inilah yang menjadi daya tarik dan menjadi branding dari literacy coffee ini karena berbeda pada kafe-kafe pada umumnya. Bagi orang yang melihatnya secara pandangan visual akan tertarik dikarenakan sudah minimnya suatu tempat usaha seperti cafe yang terletak di kota-kota besar yang masih menggunakan konsep klasik dan juga menggunakan gambar pahlawan menjadi suatu ikon dari tempat usaha seperti literacy coffee ini.

Dalam konsep yang ditawarkan oleh literacy coffee yang klasik dan elegan dapat digunakan pada saat mengunjungi kafe ini. Profil dari literacy coffee juga sudah tersebar di dalam platform media sosial berupa instagram, youtube, dan website google yang bertujuan mempublikasi kafe ini kepada khalayak ramai yang melihatnya. Hal-hal inilah yang membuat literacy coffee masih dapat bertahan di era gempuran digitalisasi dan modernisasi yang dimana pada masa saat ini khalayak mengerjakan berfoto juga video untuk disebar di sosial media yang menjadi suatu kebanggaan di dalam diri dalam mengunjungi suatu tempat.

Penutup

Analisis visual yang terdapat pada kafe “literacy coffee” menampilkan desain yang lain dari cafe lain pada umumnya mulai dari segi pemilihan konsep warna dan juga terdapat beberapa gambar tokoh pahlawan yang menjadikan kafe ini berbeda dengan kafe lainnya. Sehingga dapat menarik minat pengunjung terutama bagi generasi muda untuk berkumpul dan berdiskusi. Selain terdapat beberapa gambar tokoh pahlawan yang terdapat pada cafe ini pemilik juga memilih konsep buku yang tersusun rapi pada kafe ini karena memiliki kecintaan terhadap buku dan juga suka membaca buku ataupun mengoleksi buku-buku ini adalah suatu perpaduan antara warung kopi dengan literasi yang dimana pemilik kafe menjadikan ini sebagai dua kata kunci literasi dan juga kopi maka munculah konsep kafe literacy coffee yang berasal dari sebuah rasa kecintaan. Kafe Literacy Coffee ini tidak hanya menawarkan sajian kopi saja melainkan pengunjung yang datang dapat menikmati fasilitas yang ada di kafe literacy coffee baik itu dari membaca buku-buku, dan dapat memutar rekaman cerita sejarah yang tidak banyak ditemukan di tempat arsip-arsip lainnya sehingga keunikan yang ditawarkan dari kafe ini dapat menjadi hal-hal yang membuat orang memiliki rasa penasaran untuk mencari tau dan juga berkunjung.

Ucapan Terimakasih

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Penulisan karya tulis ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Strata-1 Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Peneliti menyadari bahwa tanpa ada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, cukup sulit untuk bisa menyelesaikan karya tulis ilmiah ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Daftar Pustaka

- Ahmad Budi Sulistio. (2017). Branding Sebagai Inti Dari Promosi Bisnis Oleh Ahmad Budi Sulistio Branding adalah berbagai kegiatan yang bertujuan untuk membangun dan membesarkan identitas sebuah. *Jurnal ProFilm 2020-Boim-Membangun Branding*, 1–16. <https://indonesia.sae.edu/wp-content/uploads/2021/02/Branding-Sebagai-Inti-Dari-Promosi-Bisnis.pdf>
- Febi, M., & Ginting, E. (2017). Perencanaan Re-Branding Kafe Raja'S Coffee Dalam Membentuk Awareness. *Pantarei*, 1(03), 1–7.
- Priscilia Yunita Wijaya. (1999). Tipografi Dalam Desain Komunikasi Visual. *Nirmana*, 1(1), 47–54. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16040>
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Widiastuti, T. (2014). Wacana Poskolonial dalam Desain Komunikasi Visual Kemasan Jamu Tradisional Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 1–15.