

**PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA KEDAI KOPI  
YANG MENDUKUNG GERAKAN RAMAH LINGKUNGAN  
DI YOGYAKARTA**



**PERANCANGAN**

**Oleh:**

**Hana Elisabeth Meifrendatani Saragih**

**NIM 1310084124**

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA  
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

**2021**

**PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA KEDAI KOPI  
YANG MENDUKUNG GERAKAN RAMAH LINGKUNGAN DI  
YOGYAKARTA**



**PERANCANGAN**

**Hana Elisabeth Meifrendatani Saragih**


**NIM 1310084124**

**Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai  
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang  
Desain Komunikasi Visual  
2021**

Tugas Akhir Penciptaan/Perancangan berjudul:

**PERANCANGAN BUKU PANDUAN WISATA KEDAI KOPI YANG MENDUKUNG GERAKAN RAMAH LINGKUNGAN DI YOGYAKARTA** diajukan oleh Hana Elisabeth Meifrendatani Saragih, NIM 1310084124, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta (**Kode Prodi: 90241**), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 13 Januari 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.


Pembimbing I/Anggota



Indira Maharsi, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19720909 200812 1 001/NIDN. 0009097204

Pembimbing II/Anggota



Kadec Primayudi, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19810615 201404 1 001/NIDN. 0015068106

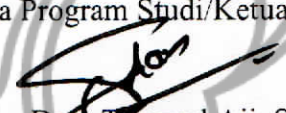
Cognate/Anggota



Aditya Utama, S.Sos., M.Sn.

NIP. 19840909 201404 1 001/NIDN. 0009098410

Ketua Program Studi/Ketua/Anggota



Daru Tunggal Aji, S.S., M.A.

NIP. 19870103 201504 1 002/NIDN. 0003018706

Ketua Jurusan/Ketua



Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MA.

NIP. 19770315 200212 1 005/NIDN. 0015037702



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Seni Rupa  
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.

NIP. 19691108 199303 1 001/NIDN. 0008116906

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus, karena pernyataan-Nya penulis dapat menjalani masa studi perkuliahan dan menyelesaikan pembuatan karya Perancangan Buku Panduan Wisata Kedai Kopi yang Mendukung Gerakan Ramah Lingkungan di Yogyakarta hingga selesai. Adapun laporan ini disusun untuk memenuhi syarat, kewajiban, serta tanggung jawab untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana pada program studi S-1 Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Segala kekurangan dan kelebihan, penulis ucapkan mohon maaf. Semoga karya ini dapat menjadi referensi untuk Tugas Akhir bagi mahasiswa lain dan pihak-pihak yang terkait.

Yogyakarta, 22 Desember 2020

Hana Elisabeth Meifrendatani Saragih



## ABSTRAK

### BUKU PANDUAN WISATA KEDAI KOPI YANG MENDUKUNG GERAKAN RAMAH LINGKUNGAN DI YOGYAKARTA

Oleh: Hana E. M. Saragih

Industri kopi bukanlah hal yang baru di sekarang ini. Di Yogyakarta, industri kopi berkembang cukup pesat. Pada tahun 2014, jumlah kedai kopi di Yogyakarta yang terdaftar adalah 350 kedai, dan bertambah menjadi 600 kedai di tahun berikutnya, dan terus meningkat hingga mencapai angka 1.100 pada tahun 2018. Berkembangnya industri minuman seperti ini perlu juga diamati dari sisi pelayanan mereka. Di dalam perancangan buku ini, penulis ingin fokus kepada satu aspek, yaitu efek kemasan industri ini terhadap lingkungan.

Gerakan ramah lingkungan sudah mendapatkan perhatian dunia. Kini, orang-orang mulai sadar dengan pilihan konsumsi mereka. Melihat fenomena ini, penulis tertarik untuk merancang suatu media, yang memudahkan masyarakat yang sudah memiliki kesadaran lingkungan, untuk melihat pilihan apa saja yang mereka miliki di Yogyakarta. Selain itu, melalui perancangan ini, peneliti ingin memperlihatkan bahwa industri minuman kopi tidak harus melulu menjadi penghasil limbah dan menjadi lawan gerakan pecinta lingkungan, tetapi turut andil menjadi bagian di dalamnya adalah sangat mungkin dan bisa dilakukan.

Kata kunci: kedai kopi, gerakan ramah lingkungan, kemasan, sedotan.

## **ABSTRACT**

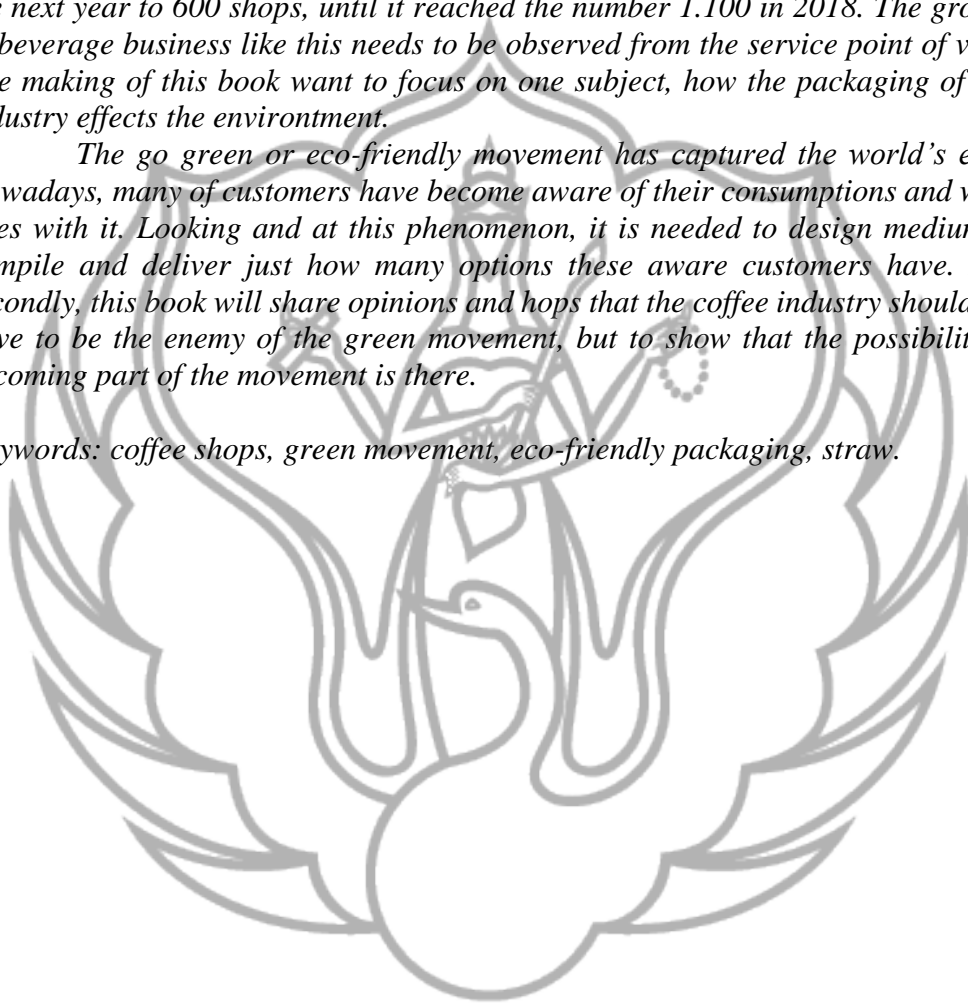
### **TRAVEL GUIDE BOOK OF COFFEE SHOPS WHO SUPPORTS THE GREEN MOVEMENT IN YOGYAKARTA**

*By: Hana E. M. Saragih*

*Coffee industry is not a new thing. In Yogyakarta, the coffee industry grew faster than ever. In 2014, 350 coffee shops were registered, and almost doubled in the next year to 600 shops, until it reached the number 1.100 in 2018. The growth in beverage business like this needs to be observed from the service point of view. The making of this book want to focus on one subject, how the packaging of this industry effects the envirotnment.*

*The go green or eco-friendly movement has captured the world's eyes. Nowadays, many of customers have become aware of their consumptions and what goes with it. Looking and at this phenomenon, it is needed to design medium to compile and deliver just how many options these aware customers have. And secondly, this book will share opinions and hops that the coffee industry should not have to be the enemy of the green movement, but to show that the possibility of becoming part of the movement is there.*

*Keywords: coffee shops, green movement, eco-friendly packaging, straw.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan Perancangan .....	3
E. Manfaat Penelitian.....	3
F. Definisi Operasional.....	4
G. Metode Perancangan .....	5
H. Skematika Perancangan.....	7
<b>BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>8</b>
A. Identifikasi .....	8
B. Analisis Data .....	21
C. Kesimpulan Analisis Data .....	25
<b>BAB III KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>27</b>
A. Konsep Media.....	27
B. Konsep Kreatif .....	27
<b>BAB IV VISUALISASI .....</b>	<b>35</b>
A. Data Visual.....	35
B. Studi Tata Letak .....	61
C. Studi Tipografi .....	62
D. Studi Warna.....	63
E. Desain Final.....	67
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>84</b>
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran .....	85

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skematika Perancangan Buku Panduan Wisata Kedai Kopi yang Mendukung Gerakan Ramah Lingkungan di Yogyakarta .....	7
Gambar 2. 1 Sampul depan buku Michelin Guide .....	10
Gambar 2. 2 Salah satu contoh halaman dari <i>guide book</i> Murray .....	11
Gambar 2. 3 <i>Guide book</i> keluaran Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta .....	12
Gambar 2. 4 Contoh <i>guidebook</i> keluaran Phaidon yang membahas kedai kopi di seluruh dunia.....	12
Gambar 2. 5 Contoh isi teks dalam <i>guide book</i> Lonely Planet (Sumber: <i>e-book</i> Lonely Planet Florida, 2018) .....	14
Gambar 2. 6 Contoh penggunaan simbol dalam <i>guidebook</i> Lonely Planet Florida .....	14
Gambar 2. 7 Contoh penggunaan image sebagai pendamping teks.....	15
Gambar 2. 8 Contoh tata letak dalam <i>guidebook</i> Lonely Planet Florida .....	18
Gambar 2. 9 Contoh tata letak dalam <i>guidebook</i> keluaran Dinas Pariwisata .....	18
Gambar 3 1 Sampul Depan buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> .....	32
Gambar 3 2 Sampul Depan buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> .....	33
Gambar 4. 1 Salah satu sudut di Kala. ....	35
Gambar 4. 2 Sedotan berbahan organik di Kala. ....	35
Gambar 4. 3 Ibnu Khamais. ....	36
Gambar 4. 4 Tampak depan Kala.....	36
Gambar 4. 5 Salah satu menu di Kala. ....	36
Gambar 4. 6 Gerakan tangan mas Ibnu saat menjelaskan.....	37
Gambar 4. 7 Sudut sedotan di Kala.....	37
Gambar 4. 8 Oky, salah satu barista di Kala dan <i>kemasan take away</i> .....	38
Gambar 4. 9 Tampak luar Kala .....	38
Gambar 4. 10 Salah satu sudut di Balakosa. ....	39
Gambar 4. 11 Tampak bangunan depan Balakosa. ....	39
Gambar 4. 12 Salah satu sudut di Balakosa. ....	40
Gambar 4. 13 Salah satu hasil karya di Balakosa. ....	40

Gambar 4. 14 Salah satu sudut di meja kasir Balakosa.....	40
Gambar 4. 15 Barista yang sedang mengatur mesin kopi.....	41
Gambar 4. 16 Rendy Saputra. ....	41
Gambar 4. 17 Salah satu sudut di Balakosa. ....	42
Gambar 4. 18 Tampak depan bar Balakosa. ....	42
Gambar 4. 19 Ruang piknik di Balakosa. ....	43
Gambar 4. 20 Ruang di lantai dua.....	43
Gambar 4. 21 Tampak pintu depan Dongeng Kopi. ....	44
Gambar 4. 22 Dinding berkapur untuk anak-anak. ....	44
Gambar 4. 23 Seorang anak kecil melukis di dinding papan kapur.....	44
Gambar 4. 24 Salah satu wastafel di Dongeng Kopi. ....	45
Gambar 4. 25 Pojok perpustakaan di Dongeng Kopi.....	45
Gambar 4. 26 Merchandise di Dongeng Kopi. ....	45
Gambar 4. 27 Kumpulan beans di Dongeng Kopi. ....	46
Gambar 4. 28 Papan menu dan bungkus biji kopi di dekat bar. ....	46
Gambar 4. 29 Tjap Tjinta, salah satu menu andalan Dongeng Kopi. ....	46
Gambar 4. 30 Kumpulan sedotan di Dongeng Kopi.....	47
Gambar 4. 31 Renggo Darsono.....	47
Gambar 4. 32 Tampak depan bar Dongeng Kopi. ....	47
Gambar 4. 33 Cindy Theodore Putri A. S.....	48
Gambar 4. 34 Tampak depan yang tertutup parkir.....	48
Gambar 4. 35 Salah satu sudut di Asoka.....	48
Gambar 4. 36 Tampak samping bar. ....	49
Gambar 4. 37 Seorang barista sedang meracik minuman.....	49
Gambar 4. 38 Salah satu menu di Asoka. ....	50
Gambar 4. 39 Mbak Cindy riang saat menjelaskan tentang Asoka. ....	50
Gambar 4. 40 Teko air putih yang disediakan gratis untuk konsumen.....	51
Gambar 4. 41 Sedotan stainless, kini sudah jarang digunakan di Asoka. ....	51
Gambar 4. 42 Tampak depan Bitterway. ....	52
Gambar 4. 43 Jalan menuju pintu depan.....	52
Gambar 4. 44 Salah satu menu di Bitterway.....	53
Gambar 4. 45 Ruang dalam.....	53

Gambar 4. 46 Sudut di taman dalam di Bitterway. ....	53
Gambar 4. 47 Toko tanaman di dalam Bitterway. ....	54
Gambar 4. 48 Berbagai cemilan kering.....	54
Gambar 4. 49 Sertifikat keikutsertaan Bitterway dalam kegiatan kampanye olah puntung rokok.....	55
Gambar 4. 50 Papan menu di Bitterway. ....	55
Gambar 4. 51 Alan Fajar. ....	56
Gambar 4. 52 Alan Fajar. ....	56
Gambar 4. 53 Tampak luar toko tanaman di dalam Bitterway. ....	57
Gambar 4. 54 Logo Instagram .....	57
Gambar 4. 55 Ikon toilet. ....	58
Gambar 4. 56 Ikon mushola/ <i>prayer room</i> .....	58
Gambar 4. 57 Ikon mobil. ....	58
Gambar 4. 58 Ikon motor.....	58
Gambar 4. 59 Ikon matahari untuk ruang <i>outdoor</i> .....	59
Gambar 4. 60 Ikon dingin untuk ruangan AC.....	59
Gambar 4. 61 QR Code menuju akun Instagram Kala Coffee & Society.....	59
Gambar 4. 62 QR Code menuju akun Instagram Balakosa Coffee & Co.....	59
Gambar 4. 63 QR Code menuju akun Instagram Asoka Coffee.....	60
Gambar 4. 64 QR Code menuju akun Instagram Dongeng Kopi. ....	60
Gambar 4. 65 QR Code menuju akun Instagram Bitteway Coffee Co. ....	60
Gambar 4. 66 Tata Letak yang akan digunakan dalam perancangan buku ini ....	61
Gambar 4. 67 Logo Kala Coffee & Society .....	63
Gambar 4. 68 Logo Balakosa Coffee & Co. ....	64
Gambar 4. 69 Logo Dongeng Kopi.....	65
Gambar 4. 70 Logo Asoka Coffee .....	65
Gambar 4. 71 Logo Bitterway Coffee Co. ....	66
Gambar 4. 72 Sampul depan. ....	67
Gambar 4. 73 Sampul Belakang .....	68
Gambar 4. 74 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. kolofon dan i.....	69
Gambar 4. 75 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. ii dan iii	69

Gambar 4. 76 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal vi dan vii	70
Gambar 4. 77 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. iv dan v	70
Gambar 4. 78 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 2-3.....	71
Gambar 4. 79 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. viii dan 1 .....	71
Gambar 4. 80 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 6-7.....	72
Gambar 4. 81 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 4-5.....	72
Gambar 4. 82 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 10-11....	73
Gambar 4. 83 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 8-9.....	73
Gambar 4. 84 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 14-15....	74
Gambar 4. 85 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 12-13....	74
Gambar 4. 86 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 18-19....	75
Gambar 4. 87 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 16-17....	75
Gambar 4. 88 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 22-23....	76
Gambar 4. 89 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 20-21....	76
Gambar 4. 90 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 26-27....	77
Gambar 4. 91 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 24-25....	77
Gambar 4. 92 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 30-31....	78
Gambar 4. 93 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 28-29....	78
Gambar 4. 94 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 34-35....	79
Gambar 4. 95 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 32-33....	79
Gambar 4. 96 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 38-39....	80
Gambar 4. 97 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 36-37....	80
Gambar 4. 98 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 42-43....	81
Gambar 4. 99 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 40-41....	81
Gambar 4. 100 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 46-47..	82
Gambar 4. 101 Tampilan dari buku <i>Where to Drink Coffee Greenly</i> hal. 44-45..	82
Gambar 4. 102 Ilustrasi pembatas halaman buku. ....	83

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Industri kopi bukanlah hal yang baru di sekarang ini. Sebelum menjadi tren minuman anak muda saat ini, kopi sudah menjadi komoditas di Ethiopia dan Arab. Biji kopi itu dibawa oleh para pedagang Arab ke Yaman dan akhirnya menjadi komoditas komersil di sana. Setelah perlahan menyebar ke Eropa, di abad ke-17 mereka mulai mengembangkan perkebunan mereka sendiri (Ukers, 1922). Saat mereka menyadari bahwa iklim daerah Eropa tidak cocok untuk tanaman kopi, mereka mulai membudidayakannya di negara-negara jajahan negara Eropa.

Kopi datang ke Indonesia saat Belanda membawa kopi dari Malabar, India ke Jawa. Sejak berkembangnya perkebunan kopi di Indonesia, komoditas kopi pun melesat. Indonesia menjadi pengeksport biji kopi terbesar setelah Brazil. Perkembangan ini juga terjadi pada industri dalam negeri.

Moelyono Soesilo, Manajer Pemasaran PT Taman Delta Indonesia, perusahaan eksportir kopi, membagi tren minum kopi menjadi tiga bagian, yakni sebelum tahun 2000, antara tahun 2000 hingga 2010, dan setelah tahun 2010. Sebelum tahun 2000, produksi kopi biasanya dicampur dengan jagung untuk menekan biaya. Kala itu, harga biji kopi masih mahal. Setelah tahun 2000 terjadi penurunan harga biji kopi, yang mana berespek pada kualitas produksi kopi yang meningkat, karena tidak dicampur jagung lagi. Setelah tahun 2010, tren kopi berubah lagi. Kini mulai banyak orang semakin peduli dengan kualitas seduhan kopi. Kualitas biji, kafe-kafe independen pun berjamur. Hal ini tidak terkecuali terjadi di salah satu kota di Indonesia, yaitu Yogyakarta.

Di Yogyakarta, industri kopi berkembang cukup pesat. Pada tahun 2014, jumlah kedai kopi di Yogyakarta yang terdaftar adalah 350 kedai, dan

bertambah menjadi 600 kedai di tahun berikutnya, dan terus meningkat hingga mencapai angka 1.100 pada tahun 2018 (bernas.id).

Berkembangnya industri minuman seperti ini perlu juga diamati dari sisi pelayanan mereka. Di dalam perancangan buku ini, penulis ingin fokus kepada satu aspek, yaitu efek kemasan industri ini terhadap lingkungan.

Bagaimanakah efek kemasan industri minuman terhadap lingkungan? Jenna Jambeck (2005) menemukan bahwa ada 275 juta ton sampah plastik yang dihasilkan dunia pada tahun 2010. Dari Indonesia sendiri, setiap tahunnya menghasilkan 3,22 juta ton sampah yang tidak dikelola dengan baik. Divers Clean Action, sebuah LSM yang berisikan anak muda yang fokus pada pencemaran laut, menemukan data bahwa pemakaian sedotan plastik di Indonesia menggunakan 93.244.847 sedotan plastik setiap harinya.

Gerakan ramah lingkungan ini sudah mendapatkan perhatian dunia. Kini, orang-orang mulai sadar dengan pilihan konsumsi mereka.

Gerakan ramah lingkungan di Yogyakarta sendiri sudah mulai menggeliat. Pada hari raya Idul Adha tahun 2019, Dinas Lingkungan Hidup Yogyakarta memberikan imbauan agar tidak menggunakan plastik lagi dalam membagikan daging kurban. Imbauan ini sudah diikuti oleh beberapa masjid dan sekolah di Yogyakarta. Salah satunya, Masjid Margoyuwono di Panembahan Kraton yang menggunakan daun jati, dan Masjid Pathok Ngoro Plosokuning, Ngaglik, yang menggunakan besek.

Di samping imbauan pemerintah, konsumen sendiri sudah mulai mencari pilihan belanja dan konsumsi yang ramah lingkungan. Di Yogyakarta sendiri mulai menjamur toko *bulk store*, yakni toko yang menyediakan bahan makanan ecer tanpa kemasandan pembeli bisa membeli sesuai jumlah yang diinginkan dan membawa pulang dengan wadah sendiri yang tidak sekali pakai, serta tidak menyediakan kantong plastik. Di toko-toko ini juga terdapat produk alat makan-minum seperti sedotan yang bisa digunakan berkali-kali agar tidak menggunakan sedotan plastik dari restoran.

Melihat fenomena ini, penulis tertarik untuk merancang suatu media, yang memudahkan masyarakat yang sudah memiliki kesadaran lingkungan, untuk melihat pilihan apa saja yang mereka miliki di Yogyakarta. Selain itu, melalui perancangan ini, peneliti ingin memperlihatkan bahwa industri minuman kopi tidak harus melulu menjadi penghasil limbah dan menjadi lawan gerakan pecinta lingkungan, tetapi turut andil menjadi bagian di dalamnya adalah sangat mungkin dan bisa dilakukan.

### **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana merancang buku panduan wisata kedai kopi di Yogyakarta yang sudah mendukung gerakan ramah lingkungan?

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah perancangan ini mencakup nama atau brand kedai kopi yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Beroperasi di Yogyakarta pada Juli-Oktober 2020 dan masih bertahan sampai sekarang.
2. Memiliki menu kopi seduh manual (*manual brewing*) dan menu espresso-based (mengandung espresso).
3. Tidak menyediakan kemasan dan perangkat makan atau minum berbahan plastik atau sekali pakai untuk konsumsi di tempat (*dine-in*), dan untuk minuman es tidak menyediakan sedotan plastik dan/atau menyediakan opsi sedotan tidak berbahan plastik, seperti stainless, kaca, plastik, olahan ubi, dan lainnya.

### **D. Tujuan Perancangan**

Tujuan dari pada perancangan ini adalah untuk menyediakan informasi yang terkurasi bagi pecinta minuman kopi di Yogyakarta agar menemukan pilihan yang sesuai dengan gaya hidupnya dan ramah bumi.

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Perancangan ini akan membantu peneliti dalam meningkatkan identifikasi mengenai industri yang ramah lingkungan.

2. Bagi Industri

Perancangan ini akan membantu industri untuk lebih awas dan peduli terhadap industri yang lebih ramah lingkungan, serta menambah khazanah ke-ramah lingkungan-an di dalam industri itu sendiri.

3. Bagi Masyarakat Umum

Perancangan ini akan membuka informasi yang lebih luas kepada masyarakat mengenai pilihan konsumsi kopi ramah lingkungan, juga memberikan edukasi kepada masyarakat sendiri terhadap gerakan tersebut.

## **F. Definisi Operasional**

1. *Guide book*

*Guide book* yang dalam bahasa Indonesia disebut sebagai buku panduan wisata merupakan buku yang berisikan informasi mengenai destinasi wisata atau tempat-tempat menarik untuk para wisatawan. Biasanya *guide book* berisi informasi mengenai penginapan, restoran, tempat rekreasi, wisata alam, transportasi, kegiatan, dan informasi seputar kebudayaan tempat tertentu. *Guide book* tidak hanya berisikan mengenai hal-hal umum tentang destinasi wisata tertentu, bisa juga mengenai hal spesifik seperti destinasi wisata alam di daerah tertentu.

2. Kedai Kopi

KBBI mendefinisikan kedai kopi sebagai “tempat menyediakan minuman (misalnya kopi, teh) dan makanan kecil (misalnya gorengan, kue-kue, dan sebagainya)”.

3. Produk ramah lingkungan/produk hijau/*green product*

Kasali (2005) mendefinisikan produk hijau sebagai ilustrasi dari barang atau produk yang dihasilkan oleh produsen yang terkait dengan rasa aman dan tidak menimbulkan dampak bagi kesehatan manusia serta tidak berpotensi merusak lingkungan hidup.



Nugrahadi (2002) menyatakan bahwa produk bersih selalu berorientasi pada lingkungan.

## **G. Metode Perancangan**

### **1. Metode Penelitian Kualitatif**

Menurut Sugiyono (2009:15) penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposif, dengan teknik pengumpulan triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan daripada generalisasi. Metode ini dianggap paling tepat digunakan untuk perancangan ini karena nilai-nilai yang disaring dalam perancangan ini bersifat tak terhitung.

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

#### **a. Observasi**

Nasution (1988) dalam Sugiyono (2014) menyatakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.

#### **b. Wawancara**

Menurut Bungin (2007) wawancara merupakan proses untuk memperoleh keterangan dengan cara tanya jawab antara pewawancara dan responden. Responden yang dimaksud di sini yaitu narasumber primer maupun sekunder.

#### **c. Kepustakaan**

Proses penelitian yang dilakukan oleh penulis sebagian besar dituntun oleh kepustakaan yang menunjang. Sumber bacaan ini dibedakan menjadi tiga:

- 1) Sumber Acuan Umum, berupa kepustakaan yang berwujud buku, ensiklopedia, *e-book* dan sejenisnya.

- 2) Sumber Acuan Khusus, misalnya: jurnal, buletin, penelitian disertasi, tesis, dan skripsi.
- 3) Sumber Acuan lain yang memuat hasil-hasil penelitian. Penggunaan sumber pustaka atau daftar pustaka dipilih secara selektif, artinya tidak semua bahan pustaka tersebut dijadikan landasan dalam penelitian.

#### d. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2014).

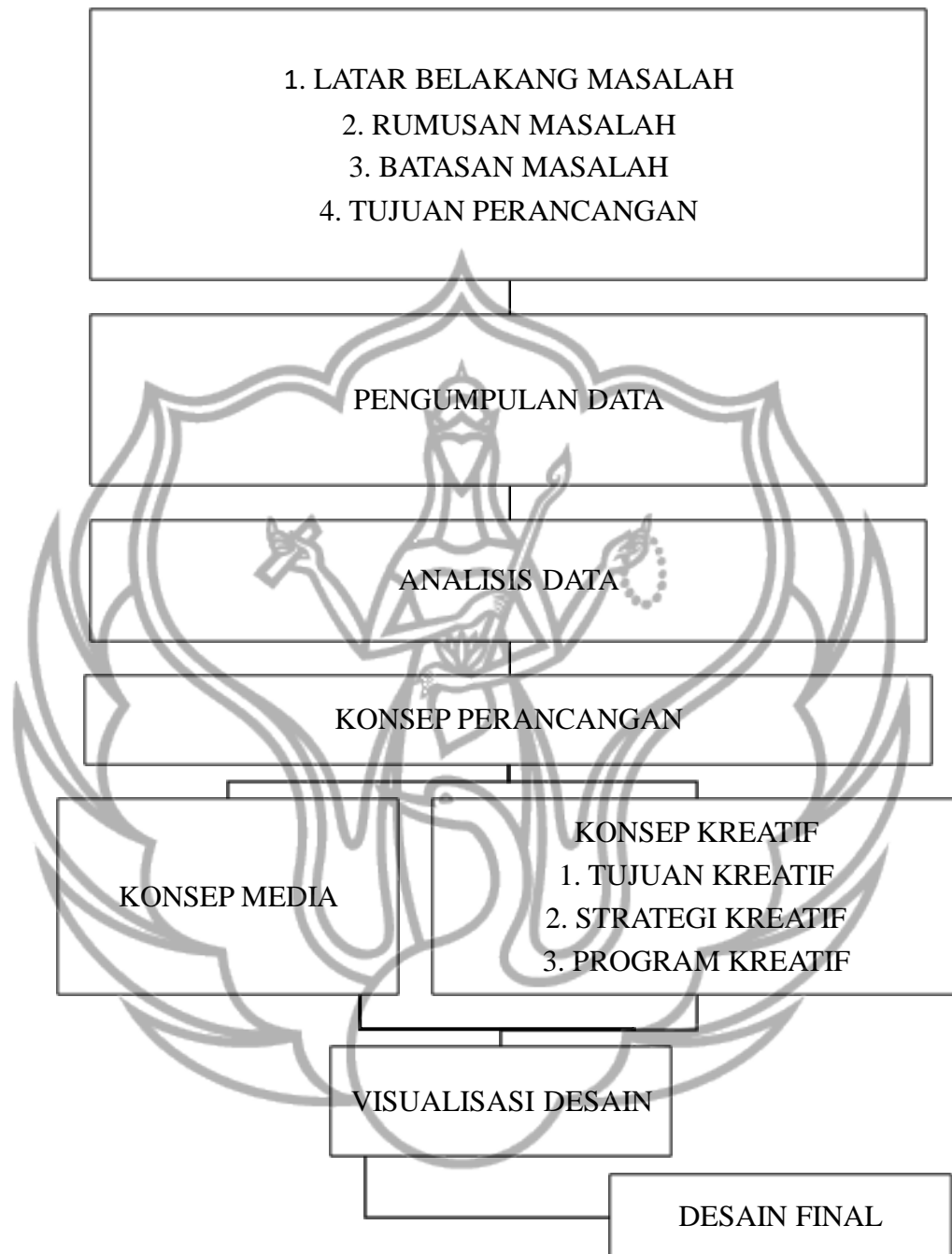
#### 3. Populasi

Populasi yang diteliti adalah kedai kopi yang menyajikan minuman kopi dengan kemasan dan alat pendukung berbahan plastik untuk konsumsi di tempat (*dine-in*) sesuai dengan batasan masalah.

#### 4. Analisis Data

Perancangan buku ini menggunakan metode analisis 5W+1H, yaitu untuk menganalisa data dengan mengajukan pertanyaan apa (*what*) data yang didapat, identitas/siapa (*who*), di mana (*where*), kapan (*when*), bagaimana (*how*), dan mengapa (*why*).

## H. Skematika Perancangan



Gambar 1.1 Skematika Perancangan Buku Panduan Wisata Kedai Kopi yang Mendukung Gerakan Ramah Lingkungan di Yogyakarta  
(Sumber: Hana E. M. Saragih, 2020)