

PERANCANGAN BIOGRAFI PROMOTIF KOPI TORAJA SAPAN

Nur Chaliq R¹, Agussalim Djirong², Dian Cahyadi³

Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar
nurchaliq.nc@gmail.com
agussalim_djirong@yahoo.co.id
diancahyadi171@gmail.com

ABSTRAK

Perancangan ini bertujuan untuk membuat sebuah media promosi biografi kopi Toraja Sapan, menggunakan metode (R&D) Research & Development yaitu melakukan riset dan mengembangkannya berdasarkan cerita yang diangkat, data diperoleh dari studi pustaka, observasi dan dokumentasi serta wawancara, ditujukan untuk laki-laki dan perempuan umur 17-35 tahun. Perancangan ini dimulai dari pembuatan naskah, storyline, storyboard, sketsa elemen visual, pengambilan gambar, recording/rekaman, proses editing dan finalisasi berupa render video. Hasil akhir dari perancangan media promosi ini yaitu film dokumenter dengan format Mp4, judul Diskusi Rasa dan menggunakan rasio 16:9. Manfaatnya diharapkan menjadi media promosi, media informasi dan sebagai dokumentasi.

Kata Kunci: Perancangan, Media Promosi, Biografi Kopi Toraja Sapan.

ABSTRACT

Design aims to make a media coffee toraja sapan biography, use of research and development i e conduct research and expand based on the appointed, data obtained from the literature study, observation and documentation and interview, devoted to men and women age 17-35 year. Design it started from the manufacture of the script, storyline, storyboard a sketch of, visual element the actual shot, recording, footage the process of editing and finalization of rendering. Video The outcome of the design of media promotion is a documentary with, mp4 format the title of the discussion of taste and use the ratio of 16: 9. The benefits expected to be media promotion, the media and information as documentation.

Keywords: Design, Promotion Media, Toraja Sapan Coffee Biography.

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Toraja, lengkapnya Tana Toraja adalah sebuah Kabupaten di Sulawesi Selatan, komunitas etnis yang dikenal luas didalam negeri maupun di mancanegara. Sebelum pemekaran, kepadatan penduduk Kabupaten Tana Toraja adalah 108 jiwa/km (BPS, 2015). Dengan terbitnya UU Republik Indonesia No.28 tahun 2008, Kabupaten Tana Toraja dimekarkan menjadi dua Kabupaten, dan Kabupaten pemekarannya dengan nama Kabupaten Toraja Utara, yang terdiri dari 21 Kecamatan, 40 Kelurahan dan 111 Lembang (Desa). Dari 21 Kecamatan, Buntu Pepasan adalah salah satu Kecamatan di Toraja Utara memiliki banyak potensi yang dapat dikelola pemerintah dan masyarakat. Penduduk Buntu Pepasan umumnya tinggal didaerah pegunungan dan hidup sebagai petani dengan komoditi andalan, seperti sayur-sayuran, cokelat dan terutama kopi, ungkapan Allo (Rensy Linggi Allo, 2015). Menurut Limbongan, mantan Kepala Desa Sa'dan Matallo, Kecamatan Sesean Suloara, Totaja Utara (Yosep Pale Limbongan, 2016) pada periode 1980-an anak-anak petani kopi didaerahnya sudah pasti bergelar sarjana.

Bagi masyarakat Indonesia pasti sudah tidak asing lagi dengan kopi Toraja Sapan yang dijuluki "*Queen Of Coffee*". Menurut Adikurnia (Muhammad Irzal Adiakurnia, 2017) dengan hasil survei yang menempatkan kopi Toraja sebagai kopi terbaik di Indonesai setelah kopi Wamena, survei tersebut membuktikan bahwa kopi Toraja Sapan Sangatlah populer.

Idealnya pasti sudah sangat mudah mendapatkan informasi kopi yang sangat populer ini, tetapi berdasarkan pengamatan saat observasi lapangan, 15 Januari 2018 di Toraja Utara, dengan maksud ingin mengumpulkan data mengenai lokasi perkebunan kopi Toraja Sapan, namun informasinya sangat sulit ditemukan dan tidak ada satupun masyarakat yang dapat memberikan informasi lengkap.

Ini membuktikan bahwa informasi mengenai kopi Toraja Sapan masih sulit

ditemukan, informasi kurang menarik dikalangan masyarakat karena masih berupa artikel/tulisan yang kaku. Kurangnya informasi mengenai kopi Toraja Sapan yang beredar di masyarakat membutuhkan sebuah media sebagai solusi yang diharapkan sebagai alat promosi dan informasi kepada masyarakat, sekaligus sebagai dokumentasi. Dari paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk memberikan informasi identitas kopi Toraja Sapan diperlukan sebuah media yang sesuai dengan keadaan masyarakat modern.

Menurut Isparmo (Isparmo SEO, 2016) menyurvei pengguna internet Indonesia yang mencapai 132,7 juta dan mengungkap hasil kunjungan media sosial terbanyak yang menempatkan Instagram dan youtube diposisi kedua dan ketiga. Kedua media sosial tersebut merupakan media berbagai foto dan video, dengan mengantongi jumlah pengguna yang mencapai 34,4juta (26%). Kepopuleran media sosial Instagram dan youtube akan memberikan peluang media promosi berbasis digital, karena dapat menyampaikan pesan secara komunikatif dan kreatif dikalangan masyarakat modern, instan untuk diperoleh dan menjangkau masyarakat luas. Oleh karena itu dibutuhkan suatu "**Perancangan Biografi Promotif Kopi Toraja Sapan**".

B. Tujuan Perancangan

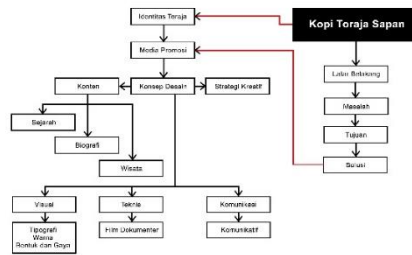
Tujuan dari perancangan ini adalah membuat sebuah media promosi biografi kopi Toraja Sapan yang memberikan informasi menyeluruh, menarik dikalangan masyarakat modern, instan untuk diperoleh dan menjangkau masyarakat luas.

C. Manfaat Perancangan

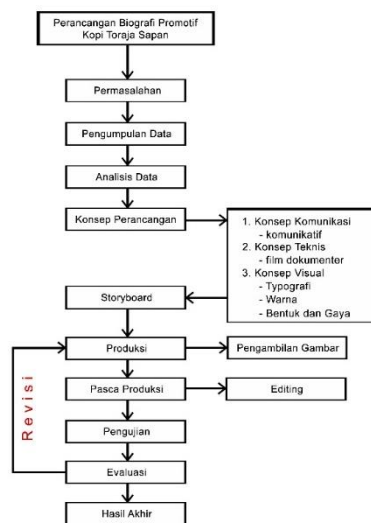
Adapun manfaat yang diharapkan dari perancangan media promosi biografi kopi Toraja Sapan yaitu sebagai berikut

- 1) Sebagai media promosi kopi Toraja Sapan
- 2) Sebagai media informasi kopi Toraja Sapan
- 3) Sebagai dokumentasi kopi Toraja Sapan.

D. Skema Alur Berpikir



E. Skema Perancangan



2. METODE DAN KONSEP

A. Metode Pengumpulan Data

Menggunakan metode (R&D) Research & Development yaitu melakukan riset dan mengembangkannya berdasarkan cerita yang diangkat, data diperoleh dari:

- 1) Studi pustaka, diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal, buku dan internet.
- 2) Observasi lapangan, dengan mendatangi lokasi perkebunan kopi Toraja Sapan, 15 Januari 2018.
- 3) Wawancara, bertatap muka secara langsung pada tanggal 17 Januari 2018 dengan kepala lingkungan Kelurahan Sapan bersama beberapa petani kopi (narasumber) dikediaman beliau.
- 4) Dokumentasi, dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu:
 - a) Dokumentasi primer (pribadi)
 - b) Dokumentasi sekunder (dari beberapa sumber).

B. Identifikasi Target Audience

Target audience atau sasaran media promosi dan media informasi dapat digolongkan kedalam jenis kelamin, umur, kelas sosial dan minat khusus dengan klasifikasi sebagai berikut:

- 1) Secara geografis, target pemasaran yaitu di Mancanegara, dan dikhususkan untuk masyarakat Indonesia.
- 2) Secara demografis, usia 17-35 tahun, siswa/mahasiswa, pekerja dan masyarakat menengah ke atas.
- 3) Secara psikografis, para penikmat kopi, memiliki rasa ingin tahu yang besar terkait produk dan memiliki kecintaan terhadap produk dalam negeri.
- 4) Secara behavioral, cenderung mengonsumsi kopi, cenderung mencari informasi disosial media dan mengikuti perkembangan informasi produk dalam negeri.

C. Konsep Desain

Konsep desain yang digunakan adalah “Queen Of Coffee” sesuai dengan julukan kopi Toraja Sapan yang diberikan oleh pemerintah kolonial Belanda sejak abad ke-18 sampai sekarang. Perancangan ini tidak lepas dari elemen yang sering digunakan dalam desain komunikasi visual, untuk merealisasikan konsep desain tersebut perlu dilakukan penjabaran beberapa konsep yang meliputi konsep komunikasi, konsep visual, konsep teknik.

1) Konsep Komunikasi

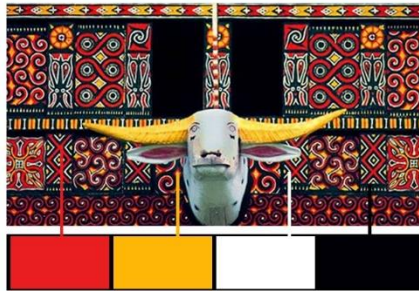
Konsep yang digunakan yaitu menyampaikan pesan atau informasi dengan komunikatif dan kreatif melalui beberapa pertimbangan aspek seperti:

- a) Tema, faktor penting dalam mencapai daya tarik konsumen/target audience diwakilkan melalui tema “sejarah kopi Indonesia” yang mana kopi Toraja Sapan ini diperebutkan sehingga memicu perang kopi di Toraja.

- b) Ide cerita, secara garis besar film dokumenter nantinya akan menekankan citra sebagai ratu dari kopi Indonesia dan akan ditambahkan informasi penunjang seperti pariwisata dan budaya unik khas Toraja. Ratu (*Queen*) dapat diartikan sebagai sosok yang agung, yaitu indah, anggun, berkualitas, bijak dan bernilai. Selain sebagai media promosi, film dokumenter ini tidak dibuat sebagai tontonan kosong atau informasi yang ditampilkan tidak memberi manfaat, pada film ini akan memberikan pesan, pendapat ataupun gagasan yang membuat film dokumenter menjadi tontonan yang memberi pengetahuan dan manfaat dari informasi yang ditampilkan.
- c) Judul, berdasarkan dari pemilihan tema, ide cerita dan dari ungkapan petani kopi ketika wawancara mengatakan “semua kopi di Indonesia itu enak, tapi kita harus lebih mengenal kopi tersebut agar tidak banyak lagi kopi palsu yang beredar, karena setiap daerah memiliki ciri khas rasanya sendiri”. Maka judul yang akan diangkat adalah “Diskusi Rasa”.
- d) *Tagline* harus mewakili pesan yang ingin disampaikan, olehnya itu *tagline* pada perancangan ini adalah “Ingat kopi, Ingat Toraja”. Bertujuan untuk terus mengingatkan bahwa kopi dengan kualitas terbaik itu adanya di Toraja.
- e) Naskah, menggunakan narasi ekspositoris, nantinya akan dibagi menjadi 3 poin, yaitu: pengenalan, intisari dan kesimpulan. Diawali dengan memperkenalkan Toraja secara singkat seperti budaya dan pariwisata, kemudian difokuskan menceritakan awal mula ditemukannya kopi Toraja Sapan yang kemudian diberikan julukan sebagai “*Queen Of Coffee*” dan terakhir ditutup dengan kesimpulan dan penjelasan tentang proses kopi.
- 2) Konsep *Visual*
- Sesuai dengan konsep yang diangkat, yaitu “*Queen*” maka *visualisasi*/penggambaran seorang ratu (elegant) akan ditampilkan pada perancangan ini melalui:
- a) Bentuk dan Gaya, konsep yang akan digunakan, yaitu penggabungan antara tipe film dokumenter *expository* dan tipe film dokumenter *Performative*.
- Tipe *expository* berupa narasi memaparkan serangkaian fakta yang dikombinasikan bersama gambar, penekanan pada penyampaian informasi.
 - Tipe *performative*, tipe film dokumenter ini justru mengalihkan perhatian penonton dari ‘dunia’ yang tercipta dalam film.
- b) Tipografi, yang dipilih adalah huruf bernuansa sejarah, yaitu huruf yang terlihat tegas. Namun tetap terlihat sederhana, mudah dibaca dan tentunya cocok dengan masyarakat modern.
- Pada merk/logo produk digunakan *font* yang tegas, yaitu *SF Chaerilidae*.
 - Huruf/*font* yang cocok digunakan untuk slogan yaitu *SF Chaerilidae*.
 - Huruf/*font* yang akan digunakan untuk *subtitle* adalah *Trebuchet MS*.

SF CHAERILIDAE	TREBUCHET MS
ABCDEFGHIJ	ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRS	KLMNOPQRS
TUVWXYZ	TUVWXYZ
abcdefghijkl	abcdefghijkl
klmnopqrs	klmnopqrs
tuvwxyz	tuvwxyz

- c) Warna, terinspirasi dari empat warna dasar khas Toraja. Pemilihan warna tersebut mengindikasikan bahwa informasi yang disampaikan berasal dari Toraja, tanpa melihat keseluruhan isi dari media ini. Penggunaan dari warna merah, warna kuning, warna hitam dan warna putih akan disesuaikan dengan kebutuhan perancangan.



- 3) Konsep Teknik
Dengan melihat target audience, film dokumenter dinilai sangat cocok sebagai penyelesaian masalah pada perancangan ini. Teknik film dokumenter merupakan penggabungan antara unsur *audio* dan *visual*, dibuat dengan rasio wide 16:9, yaitu ukuran standar film layar lebar, durasi film ini \pm 5menit, dan dipublikasikan di social media seperti instagram dan youtube, jadi bisa dinonton berulang-ulang dan instan untuk diperoleh.

D. Strategi Kreatif

Salah satu faktor penting pada media promosi dalam mencapai daya tarik dari konsumen/target *audience*, yaitu daya tarik pada merk dan slogan.

- 1) Merk (*Brand*)
Merek produk tetap di ambil dari julukan kopi Toraja Sapan, yaitu "*Queen Of Coffee*" agar orang lebih gampang mengenalinya. Merk ini akan dibuat elegan dan mewah sebagaimana konsep dari media promosi. Agar nuansa sejarah tetap

terjaga dan cocok untuk kalangan masyarakat modern, konsep logo yang akan digunakan akan tetap menampilkan icon khas dari Tana Toraja, yaitu topi khas perempuan Toraja (*Sarong*).

- 2) Slogan
Pada perancangan ini hal yang ingin ditekankan, yaitu kopi Toraja Sapan merupakan kopi terbaik di Indonesia dan sebagai "*Queen Of Coffee*" wajib dikonsumsi dan dibawa pulang jika berkunjung ke Indonesia. Dengan begitu, *branding* yang disampaikan "*Queen Of Coffee Indonesia*" sesuai dengan konsep desain yang diusung dan dijabarkan oleh penulis sebelumnya. Jadi pada perancangan media promosi biografi kopi Toraja Sapan, penulis membangun slogan "*Queen Of Coffee Indonesia*" dalam bahasa Indonesia ratu dari kopi Indonesia atau kopi terbaik Indonesia yang harus dijaga kelestariannya.

3. PEMBAHASAN DAN HASIL

A. Pembahasan Perancangan

Perancangan akan dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu pra produksi, produksi, paska produksi.

- 1) Pra Produksi
- Naskah, pada film dokumenter biografi kopi Toraja Sapan, naskah akan di bagi menjadi 3 bagian, yaitu:
 - Act 1 (pengenalan)
 - Act 2 (intisari cerita)
 - Act 3 (kesimpulan)
 - Storyline*, Agar proses produksi berjalan dengan maksimal diperlukan adanya sebuah *storyline*. Berikut adalah *storyline* dari film dokumenter biografi kopi Toraja Sapan:
 - Suasana cafe, menampilkan proses pembuatan kopi dan seorang wanita.

- Menampilkan logo dan teks (*a film about coffee*) by nurchaliq.
- Suasana kota Toraja, menampilkan panorama alam dan kegiatan masyarakat.
- Suasana salah satu objek wisata, menampilkan budaya, wisatawan dan seorang wanita.
- Suasana kota *day*, menampilkan seorang wanita dan kegiatan masyarakat.
- Suasana kota *night*, menampilkan seorang wanita dan kegiatan masyarakat.
- Suasana cafe, menampilkan proses pembuatan kopi dan beberapa pengunjung café.
- Suasana lereng gunung Sesean, menampilkan panorama alam dan seorang wanita.
- Suasana perkebunan kopi, menampilkan percakapan pegiat kopi dengan seorang wanita.

c) *Storyboard* adalah rangkaian gambar ilustrasi yang berusaha menerjemahkan adegan-adegan yang telah dirumuskan didalam scenario



Scene 1
MS, CU, BCU

Description
Opening film - Suasana cafe, menampilkan proses pembuatan kopi

Audio
Lagunya - Ekspektasi dan realita tak akan pernah sama



Scene 6
ELS, MS

Description
Suasana kota - Menampilkan seorang wanita dan kegiatan masyarakat

Audio
Hanya saja, sering ada banyak ketidakpastian. Kebanyakan manusia hanya menantikan hasil, tapi gagal diluar mengerjakan dan menjaga hal diakhirnya

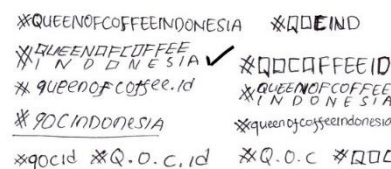
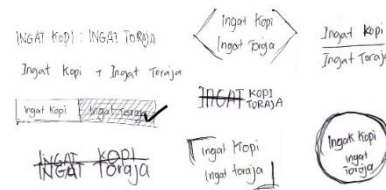
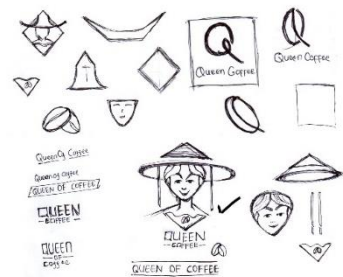


Scene 11
MS, CU

Description
Closing film - Suasana cafe, menampilkan seorang wanita dan cerita di air

Audio
Lagu - Queen of Coffee adalah sebuah konsep dan elemen yang harus diingat. Dan pencapaian tertinggi bukan soal menjadi yang nomor 1, tapi bagaimana menjaga identitas, meningkatkan kualitas dan menjadi diri sendiri

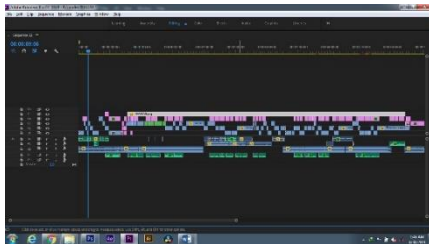
d) Elemen *Visual*, Perancangan ini tidak lepas dari elemen yang digunakan dalam desain komunikasi visual, berikut elemen desain komunikasi visual yang digunakan:



2) *Produksi*
Sebuah tahap eksekusi dari perencanaan yang telah dibuat pada tahap sebelumnya. Pada proses produksi yang dilakukan adalah *shooting* dan *recording*.

a) *Shooting*b) *Recording*

- 3) Paska Produksi
Proses terakhir dari tahapan dalam pembuatan sebuah film. Paska produksi meliputi dua proses.

a) *Video Editing*

Proses ini dilakukan pemilihan gambar yang dibutuhkan dan membuang potongan yang tidak diperlukan, proses ini disebut proses *cut to cut*, dikerjakan pada *software Adobe Premier CC 2018*.

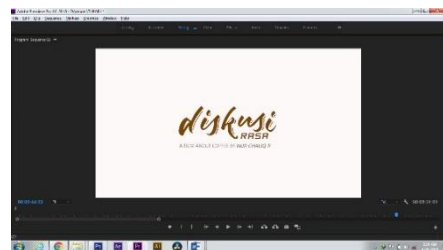


Pada proses ini warna putih diperlihatkan pada foreground, warna hitam pada background, sedangkan warna kuning dan merah akan digabungkan sehingga menghasilkan warna

orange sebagai tone (pemberi kesan/mood), dikerjakan pada *software Davinci Resolve*.



Proses pemberian subtitle, dikerjakan pada *software Adobe Premier CC 2018*.

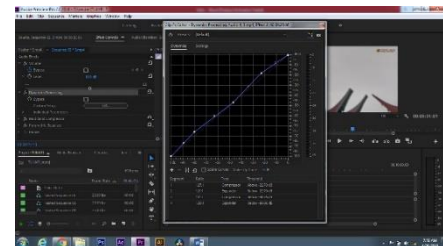


Penerapan elemen *visual*, dikerjakan pada *software Adobe Premier CC 2018*.

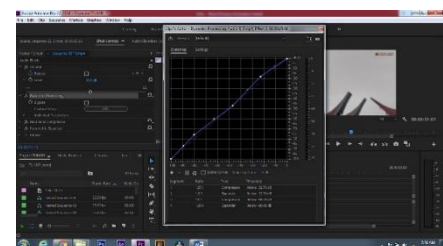
b) *Sound Editing*

Proses rekaman langsung pada kamera dan rekaman untuk narasi. Ketiganya harus berpasangan agar fungsinya lebih maksimal, berfungsi membuat suara lebih jelas, halus dan membuang suara yang tidak diperlukan.

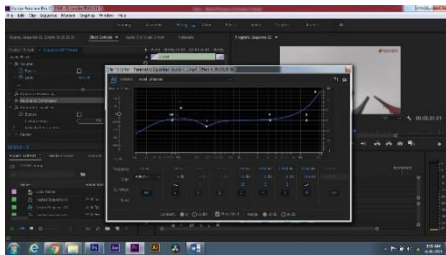
- *Dynamics processing*



- *Multiband compressor*

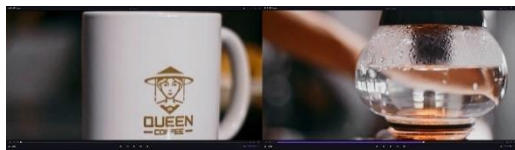


- *Parametric equalizer*



B. Hasil Perancangan

Film dokumenter diawali dengan memperkenalkan Toraja secara singkat seperti budaya dan pariwisata. Kemudian difokuskan menceritakan awal mula ditemukannya kopi Toraja Sapan yang kemudian diberikan julukan sebagai “*Queen Of Coffee*” dan menjadi komoditas yang sangat mahal di Sulawesi Selatan hingga memicu terjadinya perang kopi di Toraja, dan terakhir ditutup dengan kesimpulan dan penjelasan tentang proses kopi.



Merupakan *opening* film, seperti film pendek lainnya sutradara biasanya memberikan sebuah masalah yang akan dipecahkan/diberi solusi. Menampilkan proses pembuatan kopi, menggunakan beberapa jenis *shot*, antara lain *medium shot*, *close up* dan *big close up*.



Merupakan potongan adegan pada *intro*, memperjelas masalah yang dipaparkan di adegan sebelumnya. Menampilkan seorang wanita dan tesk (*a film about coffee*) by Nur Chaliq R, menggunakan tipe *shot*, antara lain *medium shot* dan *close up*.



Merupakan potongan *scene 3*, diawali dengan pengambilan gambar dari belakang

objek dan tampak terekspose dari bagian atas, kemudian masuk pada kehidupan sehari-hari masyarakat Toraja. Menampilkan panorama alam dan kegiatan masyarakat, menggunakan tipe *shot*, antara lain *extreme long shot*, *long shot*, *medium shot* dan *close up*.



Merupakan potongan *scene 4*, penjelasan tentang budaya dan keanekaragaman yang ada di Toraja, menggunakan sudut pengambilan gambar *eye level*, kiranya dapat tersampaikan pesan berbicara langsung dengan *audience* atau penonton. Menampilkan budaya, wisatawan dan seorang wanita, menggunakan tipe *shot*, antara lain *long shot*, *medium shot*, *close up* dan *over shoulder shot*.



Merupakan potongan *scene 5*, kembali diawali dengan pengambilan gambar dari belakang objek dengan sudut pengambilan gambar *low angle*, kiranya memberi kesan orang bijak yang juga merupakan bagian dari konsep *Queen*. Menampilkan seorang wanita dan kegiatan masyarakat, menggunakan tipe *shot*, antara lain *long shot*, *medium shot* dan *close up*.



Merupakan potongan *scene 6*, kembali diperlihatkan pengambilan gambar dari atas objek dan tampak terekspose dari bagian atas, kemudian masuk pada kehidupan masyarakat Toraja dimalam hari yang masih sangat ramai. Menampilkan seorang wanita dan kegiatan masyarakat, menggunakan tipe *shot*, antara lain *extreme long shot* dan *medium shot*.



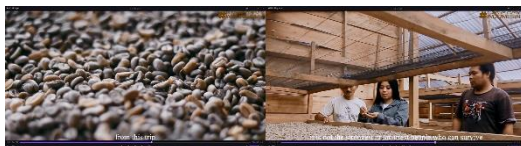
Merupakan potongan *scene 7*, kembali menampilkan proses pembuatan kopi, agar membuat penonton kembali ke pembahasan utama yaitu kopi Toraja Sapan. Menampilkan proses pembuatan kopi dan beberapa pengunjung cafe, menggunakan tipe *shot*, antara lain *medium shot* dan *close up*.



Merupakan potongan *scene 8*, diawali dengan pengambilan gambar dari atas objek, panorama alam dan pemukiman masyarakat yang sederhana namun sangat memanjakan mata. Menampilkan panorama alam dan seorang wanita, menggunakan tipe *shot*, antara lain *extreme long shot*, *long shot* dan *medium shot*.



Merupakan potongan *scene 9*, penjelasan petani kopi mengenai sejarah awal ditemukannya kopi Toraja hingga kopi Toraja bisa sampai disebut sebagai salah satu kopi terbaik di Indonesia. Menampilkan percakapan pegiat kopi dengan seorang wanita, menggunakan tipe *shot*, antara lain *extreme long shot*, *long shot*, *medium shot*, *close up* dan *over shoulder shot*.



Merupakan potongan *scene 10*, diawali dengan pengambilan gambar menggunakan teknik *beauty shot*, *beauty shot* adalah teknik dimana seorang D.O.P harus mengerti karakter serta anatomi wajah dari model agar dapat menghasilkan tampilan bagus. Menampilkan proses pembuatan kopi, proses paska panen kopi dan

percakapan seorang wanita dengan beberapa pegiat kopi, menggunakan tipe *shot*, antara lain *medium shot* dan *close up*.



Merupakan potongan adegan pada *closing film*, seperti film pendek lainnya sutradara akan memberikan kesimpulan dan jawaban dari masalah diutarakan pada awalan film. Menampilkan seorang wanita dan *credit title*, menggunakan beberapa jenis *shot* antara lain *medium shot*, *close up* dan *big close up*.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil perancangan biografi promotif kopi Toraja Sapan, didapatkan hasil bahwa film dokumenter yang telah diimplementasikan dapat menjadi salah satu alternatif media promosi kopi Toraja Sapan, sehingga kopi Toraja khususnya kopi Sapan lebih dikenali dan lebih dijaga kelestariannya sebagai bagian dari kekayaan Indonesia, produk kebanggaan Indonesia, khususnya sebagai identitas Toraja. Pesan dan informasi yang terkandung dalam film dokumenter dapat tersampaikan dengan baik kepada target *audience*, karena didukung oleh data yang lengkap dan terpercaya, pemilihan tipe film dokumenter yang sesuai, unsur *cinematography* yang sesuai, *background* yang sesuai dan *visualisasi* yang berhubungan dengan film dokumenter sebagai pendukung film tersebut, serta narasi (*voice*) yang terdengar sangat jelas.

B. Saran

Saran yang dapat disampaikan untuk perancangan biografi promotif kopi Toraja Sapan adalah film dokumenter ini masih dapat dikembangkan lagi dengan memaksimalkan waktu untuk merancang konsep yang matang dan memaksimalkan alat yang diperlukan karena pada perancangan ini penulis masih merasa kekurangan waktu dan alat.

ACKNOWLEDGEMENT

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan hidayah dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan dan kekuatan kepada penulis, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

Artikel ini didasarkan kepada catatan proses berkarya/perancangan dalam Mata Kuliah TA/Tugas Akhir Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual FSD UNM. Proses pelaksanaan TA/Tugas Akhir ini disupervisi oleh Pembimbing.

Penulis atas nama Nur Chaliq R mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua dosen pembimbing tugas akhir yakni kepada bapak Dr. Ir. Agussalim Djirong, M.T. dan juga kepada Dian Cahyadi, S.Ds., M.Ds. Dan Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus juga sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu proses penyelesaian laporan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Prof. Dr. H. Husain Syam, M.TP Rektor Universitas Negeri Makassar.
2. Dr. Nurlina Syahrir, M.Hum. Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar.
3. Drs. Abdul Azis Said, M.Sn. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar.
4. Nurabdiansyah S.Pd, M.Sn. selaku dosen penguji
5. Drs. Sukarman B. M.Sn. selaku dosen penguji
6. Dosen-dosen dan Staf Fakultas Seni dan Desain.
7. Bapak Fritz Allo Karaeng Pongsamma selaku owner Toraja Art Coffee.
8. Para sahabat saya Umar, Mitha, Lingdyan, Desty Putri, Putri Santoso dan teman grup Dirasa SHM, Lhonerz, Kanjital, GTH, Swag yang juga selalu memberikan semangat dan dorongan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Terima kasih kepada semua pihak yang tidak sempat disebutkan satu persatu, untuk setiap bantuan, dorongan, semangat yang diberikan selama proses perkuliahan dan akhirnya dapat menyelesaikan pendidikan pada jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar.

References

- BPS. (2015).
 Isparmo SEO. (2016, november 21). internet marketing. *data pengguna internet*, p. 1.
 Muhammad Irzal Adiakurnia. (2017, agustus 19). *travel*. From kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2017/08/19/090800827/ini-rekomendasi-kopi-terbaik-indonesia-yang-harus-anda-coba>
 Rensy Linggi Allo. (2015).
 Yosep Pale Limbongan. (2016). *Toraja dan Emas Hitam Bernama Kopi*. Toraja Utara: CNN Indonesia/Abraham Utama.