

## ABSTRAK

Judul : Perancangan Buku Foto Petani Kopi & Pengusaha Kopi Gianjar Saribanon  
Nama : Bayu Trilaksono  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

*Coffeeshop* atau yang biasa disebut dengan Kedai Kopi, adalah merujuk kepada sebuah bisnis yang secara "Esensial" dan "Identik" dalam menjual atau memproduksi olahan minuman kopi. Tetapi tidak hanya identik dalam memproduksi olahan minuman kopi saja, bahkan juga menyajikan minuman lainnya, seperti teh, susu, dan bahkan makanan ringan. Mengenai kedai kopi, kini kedai kopi telah menjadi salah satu tempat pilihan favorit bagi semua kalangan umur. Menjadi salah satu tempat terbaik bagi mereka sebagai tempat nongkrong atau berkumpul bersama teman-teman dan keluarga, tempat untuk saling berdiskusi, tempat untuk mencari sumber inspirasi, dan juga sebagai tempat untuk saling mencari sebuah relasi yang baru. Dalam seiring berjalannya waktu, dari tahun 2013 hingga sekarang ditahun 2019 akhir, telah banyak sekali kedai kopi atau coffeeshop yang telah menjamur di setiap sudut-sudut ibu kota, bahkan dari beberapa lokasi kantor, sekolah, ataupun kampus, juga terdapat sebuah kedai kopi atau coffeeshop. Mereka saling bersaing dalam soal bentuk rasa dan aroma, tingkat kenyamanan tempat, harga menu, konsep bisnis, dan juga saling bersaing untuk menu-menu signature mereka.

Akan tetapi saat ini di Indonesia boleh dikatakan krisis petani muda dan tenaga kerja tani muda. Dilihat dari data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2013 yang menyebutkan bahwa 62% petani di Indonesia berusia lebih dari 45 tahun. Adapun jumlah petani muda, yakni berusia kurang dari 35 tahun hanya 12%. Apa jadinya bila kelak menjadi petani bukan lagi pilihan profesi yang membanggakan. Jika tak ada lagi petani, siapa yang memproduksi pangan. Di sisi lain jumlah penduduk terus bertambah. Padahal, kebutuhan pangan akan meningkat seiring bertambahnya jumlah penduduk. Apa kita harus mengandalkan pasokan impor. Itulah sebabnya regenerasi petani di Indonesia sangatlah penting.

Kata Kunci : Perancangan, Buku, Fotografi, Petani Muda, Inspiratif, Bisnis, Gerakan.

**ABSTRACT**

Title : Coffee Farmer & Coffee Entrepreneur Photo Book Design  
Gianjar Saribanon  
Name : Bayu Trilaksono  
Study Program : Visual Communication Design

Coffeeshop or commonly referred to as a coffee shop, refers to a business that is "essential" and "identical" in selling or producing processed coffee drinks. But it is not only identical in producing processed coffee drinks, it even serves other drinks, such as tea, milk, and even snacks. Regarding coffee shops, now coffee shops have become one of the favorite places of choice for all ages. To be one of the best places for them as a place to hang out or gather with friends and family, a place to discuss each other, t four to find sources of inspiration, and also as a place to find a new relationship. Over time, from 2013 until now in late 2019, there have been many coffee shops or coffeeshops that have mushroomed in every corner of the capital, even from several office, school or campus locations, there is also a coffee shop or coffeeshop. . They compete with each other in terms of taste and aroma, comfort level of place, menu prices, business concepts, and also compete with each other for their signature menus.

However, currently in Indonesia it can be said that a crisis for young farmers and young peasant labor. Judging from data from the Central Statistics Agency (BPS) in 2013, which states that 62% of farmers in Indonesia are over 45 years old. As for the number of young farmers, namely those aged less than 35 years, only 12%. What happens when becoming a farmer is no longer a proud choice of profession. If there are no more farmers, who will produce food? On the other hand, the population continues to grow. In fact, the need for food will increase as the population increases. Do we have to rely on imported supplies. That is why farmer regeneration in Indonesia is so important.

Keywords: Design, Books, Photography, Young Farmers, Inspirational, Business, Movement.