

Perancangan *coffee table book* transformasi kopitiam Bandung sebagai upaya rekonstruksi memori kolektif bagi kelompok usia 40-55 tahun

Designing a Coffee table book on the Transformation of Bandung's Kopitiams as an Effort to Reconstruction the Collective Memory of the 40-55 Age Group

Belicia Gyani¹, Komang Wahyu Sukayasa¹, Naniwati Sulaiman¹

Universitas Kristen Maranatha, Indonesia¹

How to cite :

Gyani, B., Sukayasa, K. W., & Sulaiman, N. (2026). Perancangan *coffee table book* transformasi Kopitiam Bandung sebagai upaya rekonstruksi memori kolektif bagi kelompok usia 40-55 tahun. *Design Spectrum*, 2(1), 79-92.
<https://doi.org/10.28932/ds.v2i1.16258>

Abstrak

Transformasi kopitiam di Bandung menunjukkan adanya perubahan pada identitas, fungsi, dan atmosfer ruang sebagai respons terhadap perkembangan zaman dan perubahan gaya hidup masyarakat. Perubahan tersebut dapat dilihat melalui pergeseran dari kopitiam tradisional menuju bentuk yang lebih modern, baik dari segi desain, penyajian menu, maupun pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung. Perancangan ini bertujuan menghasilkan *coffee table book* berjudul Jejak Rasa Kopitiam Bandung yang mendokumentasikan perjalanan transformasi kopitiam di Bandung sebagai upaya rekonstruksi memori kolektif bagi kelompok usia 40-55 tahun. Melalui pendekatan ilustrasi dan narasi visual, buku ini menyajikan sejarah singkat kopitiam serta transformasinya melalui studi kasus beberapa kopitiam di Bandung. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi media yang informatif sekaligus memperkuat apresiasi terhadap nilai budaya dan memori yang terkandung dalam perkembangan kopitiam.

Kata Kunci

Bandung, *Coffee table book*, Kopitiam, Memori kolektif, Transformasi

Abstract

The transformation of kopitiams in Bandung reflects changes in identity, function, and spatial atmosphere in response to modern developments and shifting lifestyles. These changes can be observed through the transition from traditional kopitiams to more contemporary forms in terms of design, menu offerings, and visitor experience. This project aims to design a coffee table book entitled Jejak Rasa Kopitiam Bandung, documenting the transformation of Bandung's kopitiams as an effort to reconstruct collective memory among individuals aged 40-55 years. Through photography, illustration, and visual storytelling, the book presents a brief history of kopitiams and their transformation through several case studies in

Correspondence Address:

Belicia Gyani

Universitas Kristen Maranatha

Jl. Prof. drg. Surya Sumantri

No.65, Sukawarna, Kec. Sukajadi,

Kota Bandung.

Email: beliciagyn@gmail.com



© 2026 The Authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Bandung. *This project is expected to serve as an informative medium while fostering appreciation for the cultural values and memories embedded in the evolution of kopitiam.*

Keywords

Bandung, *Coffee table book*, *Collective Memory*, Kopitiam, *Transformation*

PENDAHULUAN

Kopitiam merupakan bagian dari budaya kuliner Asia Tenggara yang berkembang sejak abad ke-19 sebagai hasil akulturasi budaya Melayu dan Tionghoa. Istilah *kopitiam* berasal dari gabungan kata *kopi* dalam bahasa Melayu dan *tiam* dalam dialek Hokkien yang berarti kedai. Pada awal perkembangannya, kopitiam tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan dan minum, tetapi juga menjadi ruang sosial yang mempertemukan berbagai lapisan masyarakat. Seiring proses migrasi masyarakat Tionghoa, kopitiam berkembang menjadi ruang komunal yang merepresentasikan interaksi sosial sekaligus identitas budaya di kawasan Asia Tenggara (Maspul & Ardhin, 2025).

Di Indonesia, khususnya Kota Bandung, kopitiam mengalami perkembangan yang dipengaruhi oleh konteks lokal. Seiring perubahan gaya hidup dan meningkatnya kebutuhan akan pengalaman konsumsi yang lebih menarik, kopitiam bertransformasi dari ruang sosial tradisional menjadi ruang dengan konsep yang lebih modern. Perubahan tersebut terlihat pada desain interior, penyajian menu, hingga pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung. Kopitiam modern cenderung mengedepankan konsep *experience-based consumption* melalui ruang yang estetis dan visual yang mendukung gaya hidup kontemporer (Fitriani, 2023). Perkembangan ini melahirkan tiga tipologi utama, yaitu kopitiam tradisional, semi-modern, dan modern. Namun, transformasi yang berfokus pada pembaruan visual sering kali menyebabkan identitas historis dan kesinambungan cerita kopitiam semakin memudar (Arviani & Purbantina, 2025).

Bagi kelompok usia 40–55 tahun, kopitiam memiliki makna yang lebih dari sekadar tempat menikmati kopi. Ruang tersebut menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari yang menyimpan berbagai pengalaman sosial dan membentuk memori kolektif. Bagi kelompok usia 40–55 tahun (sering dikategorikan sebagai bagian dari *Generation X*), kopitiam bukan sekadar tempat minum kopi, melainkan sebuah ruang ketiga (*third place*) yang krusial dalam membentuk identitas sosial dan memori kolektif mereka. Sosiolog Ray Oldenburg (1989) mengenalkan konsep *third place*—tempat di luar rumah (ruang pertama) dan tempat kerja (ruang kedua) di mana masyarakat berkumpul secara sukarela dan setara. Bagi usia 40–55 tahun, kopitiam memenuhi fungsi ini dengan sempurna.

Halbwachs (1992) menyatakan bahwa Ingatan bukan sekadar rekaman pasif dari peristiwa masa lalu yang tersimpan dalam otak. Memori adalah proses aktif merekonstruksi masa lalu di masa kini. Kerangka utama yang membentuk memori kolektif antara lain adalah ruang dan tempat karena suatu kelompok menempelkan ingatannya pada lokasi fisik tertentu misalnya monumen, rumah, kota.

Namun, perubahan bentuk dan fungsi kopitiam menyebabkan keterhubungan antara pengalaman masa lalu dengan kondisi saat ini semakin berkurang. Kondisi ini sejalan dengan konsep nostalgia kolektif yang menyatakan bahwa nostalgia membantu individu mempertahankan keterhubungan terhadap identitas budaya dan pengalaman hidup di tengah perubahan sosial (Smeekes & Verkuyten, 2015). Oleh karena itu, diperlukan media yang mampu mendokumentasikan perjalanan transformasi kopitiam secara berkelanjutan sehingga nilai historis dan makna emosionalnya tetap terjaga.

Salah satu media yang dinilai sesuai adalah *coffee table book* karena mampu menggabungkan kekuatan visual dan narasi dalam menyampaikan informasi. Dibandingkan media digital, buku fisik memberikan pengalaman membaca yang lebih personal melalui visual, tata letak, dan material yang mampu memperkuat keterlibatan emosional pembaca (Thompson, 2021). Karakteristik tersebut menjadikan *coffee table book* tidak hanya berfungsi sebagai media dokumentasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangkitkan kembali memori kolektif (Green, 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini merancang *coffee table book* Jejak Rasa Kopitiam Bandung yang mendokumentasikan transformasi kopitiam di Kota Bandung dari tradisional hingga modern. Melalui pendekatan ilustrasi dan narasi visual, perancangan ini adalah upaya yang bertujuan merekonstruksi memori kolektif kelompok usia 40–55 tahun sekaligus meningkatkan apresiasi terhadap nilai historis dan budaya kopitiam di Kota Bandung. Untuk itu Desain Komunikasi Visual berperan penting di sini, karena elemen desain seperti gaya ilustrasi, tipografi, tata letak dapat memvisualisasikan perjalanan sejarah dan budaya sebelumnya yang bersifat abstrak, elemen visual mampu membangun kedekatan emosional serta meningkatkan retensi ingatan, bahkan dapat menjembatani kesenjangan antar generasi.

METODE PENELITIAN

Perancangan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh bersumber dari deskripsi yang luas serta mengandung penjelasan tentang proses yang terjadi di lingkungan setempat dan menggali informasi secara mendalam dengan observasi, mendeskripsikan keadaan secara khusus dan transparan dan mampu menganalisis masalah yang sulit diukur secara angka (Moleong, 2018). Teknik yang digunakan meliputi studi literatur dari jurnal ilmiah, buku, artikel, dan *website* yang membahas sejarah kopitiam, teori memori kolektif, *coffee table book*, serta teori-teori dasar desain komunikasi visual; observasi lapangan pada beberapa kopitiam di Kota Bandung; wawancara semi terstruktur dengan pengelola kopitiam untuk memperoleh informasi mengenai sejarah, karakter, dan perkembangan kopitiam; serta penyebaran kuesioner daring kepada lebih dari 100 responden berusia 40–55 tahun. Seluruh data yang diperoleh dianalisis (Cross, 2021), (Lawson, 2006) sebagai dasar dalam merumuskan konsep visual dan naratif perancangan *coffee table book* yang mendokumentasikan transformasi kopitiam di Bandung sebagai upaya merekonstruksi memori kolektif *audiens*.

HASIL & PEMBAHASAN

Tinjauan Karya Sejenis

Buku 1 – *Ramen Buzz*

Ramen Buzz (Garhwal, n.d.) merupakan buku visual yang membahas kuliner ramen melalui perpaduan ilustrasi, teks singkat, dan diagram informatif. Tata letaknya seimbang antara visual dan teks sehingga informasi mudah dipahami. Kelebihan buku ini terletak pada ilustrasi yang informatif, gaya visual yang konsisten, serta *layout* yang rapi. Namun, pembahasannya relatif singkat dan variasi *layout* antar halaman kurang dinamis.



Gambar 1. Buku *Ramen Buzz*

(Sumber: <https://www.behance.net/gallery/227588929/Ramen-Buzz-Coffee-Table-Book>)

Buku 2 – *How to Malaysian*

Buku ini (Weafer, t.th) menggunakan ilustrasi *watercolor sketch* dengan gaya *hand-drawing* yang menghadirkan kesan hangat dan natural. Tata letaknya didominasi elemen visual dengan dukungan tipografi *hand-lettering* yang memperkuat nilai artistik. Kelebihannya terletak pada karakter visual yang kuat dan ilustrasi yang menarik, sedangkan kekurangannya adalah komposisi halaman yang cukup padat sehingga fokus pembaca terkadang terbagi dan keterbacaan beberapa teks menjadi kurang optimal.



Gambar 2. Buku *How to Malaysian*

(Sumber: <https://www.behance.net/gallery/89151123/Illustration-How-to-Malaysian-coffee-table-book>)

Kesimpulannya adalah dalam suatu Perancangan *coffee table book* yang perlu diperhatikan tidak hanya aspek gaya dan teknik ilustrasi saja, tetapi juga aspek tata letak yang nyaman di mata pembaca serta penataan konten yang proporsional. Perancangan *coffee table book* Jejak Rasa dapat melengkapi kekurangan yang terdapat pada kedua contoh di *coffee table book* tersebut

Konsep Komunikasi

Konsep komunikasi dalam perancangan ini berfokus pada penyampaian pengalaman nostalgia dan memori kolektif mengenai budaya kopitiam melalui *coffee table book*. Informasi disampaikan menggunakan narasi yang bersifat emosional dan reflektif, dipadukan dengan ilustrasi visual untuk membangun kedekatan emosional dengan target *audiens* berusia 40–55 tahun.

Penyampaian pesan mengutamakan kekuatan ilustrasi, warna, dan tata letak yang didukung narasi singkat sehingga pembaca tidak hanya memahami transformasi kopitiam di Bandung, tetapi juga dapat mengenang kembali suasana, kebiasaan, dan nilai budaya yang melekat pada pengalaman mereka.

Konsep Kreatif

Konsep kreatif perancangan berfokus pada penciptaan visual yang mampu membangun suasana nostalgia melalui ilustrasi, tipografi, dan warna. Ketiga elemen tersebut dirancang saling

mendukung untuk merepresentasikan transformasi kopitiam di Bandung dari tradisional hingga modern.

Ilustrasi menggunakan gaya *hand-drawn* yang memadukan teknik *watercolor* dan sketsa manual untuk menghasilkan kesan artistik, hangat, dan personal. Tipografi memanfaatkan kombinasi huruf *script* yang digunakan untuk Judul buku pada *cover* dan judul bab buku, sedang huruf *serif* dipakai untuk *headline* pada halaman buku dan *body copy*. Sedangkan *handwriting* berperan sebagai *subheadline*, guna memperkuat nuansa klasik sekaligus menjaga keterbacaan. Warna dibedakan berdasarkan tahapan transformasi kopitiam, yakni dari kopitiam tradisional, semi modern dan modern. Untuk kopitiam klasik dipilih yaitu palet hangat bernuansa cokelat, krem, merah, dan hijau yang diambil dari palet warna kedai kopitiam tradisional. Karena warna tersebut sudah melekat dengan cita rasa kopitiam. Untuk kedai kopitiam semi modern dan kedai kopitiam modern warna-warna berangsur-angsur menjadi lebih bersih dan netral, karena pada kedai semi modern dan modern cita rasa kopitiam pun sudah disesuaikan namun tanpa menghilangkan identitas visual kopitiam. Di sini warna berperan sebagai penanda cita rasa sekaligus identitas *brand* kopitiam.



Gambar 3. Gaya Ilustrasi
(Sumber: Gyani, 2026)



Gambar 4. Tipografi
(Sumber: Gyani, 2026)



Gambar 5. Palet Warna
(Sumber: Gyani, 2026)

Konsep Media

Media utama dalam perancangan ini adalah *coffee table book* yang didukung media promosi sebagai penunjang publikasi. Media ini dipilih karena mampu menampilkan kekuatan ilustrasi sekaligus menghadirkan pengalaman membaca yang santai, personal, dan sesuai dengan target *audiens* usia 40–55 tahun.

Buku dirancang dalam format persegi berukuran 21 × 21 cm dengan *hard cover* dan kualitas cetak *full color* untuk mengoptimalkan penyajian ilustrasi. *layout* menggunakan kombinasi *picture window* dan *axial layout* sehingga visual menjadi fokus utama dengan dukungan narasi singkat. Isi buku disusun secara kronologis mengikuti transformasi kopitiam di Bandung, mulai dari jejak awal, kopitiam tradisional, semi-modern, hingga modern.

Cover, End Paper, dan Half Title Buku



Gambar 6. Cover, End Paper, dan Half Title Buku
(Sumber: Gyani, 2026)

Cover menampilkan judul *Jejak Rasa Kopitiam* Bandung dengan tipografi *script* dan ilustrasi makanan khas kopitiam sebagai identitas visual buku. Sementara itu, cover belakang menggunakan desain minimalis yang dilengkapi kutipan, barcode, dan logo penerbit.

End paper menggunakan pola/*pattern* ilustratif elemen khas kopitiam dengan dominasi warna merah untuk memperkuat identitas visual. *Half title* dirancang sederhana sesuai judul pada cover depan sebagai pembuka yang menjaga konsistensi konsep visual buku.

Isi Konten Buku (*Jejak Awal – Kopitiam Modern*)



Gambar 7. Konten jejak Awal
(Sumber: Gyani, 2026)

Bagian Jejak Awal Kopitiam mengulas sejarah dan asal usul budaya kopitiam, mulai dari migrasi masyarakat Tionghoa ke Semenanjung Malaya hingga lahirnya istilah *kopitiam*. Melalui ilustrasi dan narasi singkat, bagian ini memperkenalkan awal terbentuknya budaya kopitiam sebagai ruang sosial yang kemudian berkembang di Bandung.



Gambar 8. Halaman Pembuka Bab (*Divider*)
(Sumber: Gyani, 2026)

Halaman pembuka (*divider*) berfungsi sebagai penanda perpindahan setiap fase transformasi kopitiam. Setiap pembuka menampilkan ilustrasi fasad kopitiam yang menjadi studi kasus, sehingga pembaca memperoleh gambaran awal sebelum memasuki pembahasan pada setiap bab.



Gambar 9. Konten Warung Kopi Purnama (Tradisional)
(Sumber: Gyani, 2026)

Bagian Warung Kopi Purnama merepresentasikan kopitiam tradisional di Bandung yang masih mempertahankan nilai sejarah, suasana, dan karakter aslinya. Kontennya mengangkat sejarah singkat, sosok pendiri, atmosfer ruang, menu legendaris, serta aktivitas pengunjung yang menjadikan Purnama sebagai ruang sosial lintas generasi. Visual didominasi palet warna hangat seperti coklat, krem, dan kuning kusam untuk menghadirkan kesan lampau, akrab, dan nostalgik, sehingga memperkuat pengalaman memori kolektif yang ingin dibangun melalui buku.



Gambar 10. Konten Kedai Ciamso (Semi Modern)



(Sumber: Giani, 2016)

Bagian ini mengangkat Kedai Ciamso sebagai representasi kopitiam semi-modern yang memadukan tradisi dengan sentuhan kekinian. Teknik saring kopi tetap dipertahankan sebagai identitas utama, sementara interior, dekorasi, dan pengalaman ruang mulai beradaptasi dengan perkembangan zaman. Penggunaan warna yang lebih cerah menggambarkan proses transformasi tersebut, tanpa sepenuhnya meninggalkan kehangatan visual khas kopitiam.



Gambar 11. Konten Woi Supertiam (Modern)
(Sumber: Gyani, 2026)

Woi Supertiam merupakan representasi kopitiam modern yang menghadirkan pengalaman baru tanpa melepaskan akar budayanya. Perubahan terlihat pada desain interior yang lebih estetik, penyajian menu yang lebih variatif, serta penggunaan mesin kopi modern sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan zaman. Suasana tetap terasa hangat melalui penggunaan elemen-elemen khas kopitiam yang dipadukan dengan konsep ruang yang lebih *fancy* dan *instagramable*. Penggunaan palet warna yang lebih beragam semakin mempertegas transformasi menuju tampilan yang modern, sekaligus mencerminkan perubahan selera dan gaya hidup pengunjung masa kini.

Media Pendukung (Merchandise & Peluncuran Buku)

Media pendukung dirancang untuk menunjang kegiatan promosi dan peluncuran *coffee table book*. Media ini mencakup materi informasi acara dan *merchandise* yang dirancang untuk meningkatkan keterlibatan *audiens* serta memberikan pengalaman yang lebih berkesan selama kegiatan berlangsung.



Gambar 12. Media Pendukung
(Sumber: Gyani, 2026)

KESIMPULAN

Perancangan *coffee table book* jejak rasa kopitiam Bandung bertujuan mendokumentasikan transformasi kopitiam di Kota Bandung sekaligus sebagai upaya merekonstruksi memori kolektif kelompok usia 40–55 tahun. Temuan penelitian pada perancangan ini adalah memvisualisasikan tiga era yang berbeda, namun memiliki kesinambungan satu sama lainnya. Bagaimana cara memvisualisasikan evolusi kopitiam dari tradisional, kepada semi-modern, hingga modern yang dilakukan tanpa menghilangkan identitas khas kopitiam. Selain itu, visualisasi tidak hanya mencerminkan identitas tetapi juga perjalanan rasa di tiap era. Ini dilakukan melalui perpaduan segenap elemen grafis *coffee table book*. Dalam perancangan, seluruh elemen buku diberdayakan untuk mengkomunikasikan hal ini (ilustrasi, tipografi, tata letak, tata warna, dan anatomi buku). Dengan demikian DKV berkontribusi sebagai media pelestarian budaya yang mampu menghubungkan sejarah, memori, dan perkembangan zaman. Implikasinya adalah selain menjadi media dokumentasi, *coffee table book* ini juga diharapkan dapat meningkatkan apresiasi terhadap warisan budaya kopitiam di Bandung serta dapat menjadi jembatan antar generasi.

Penelitian ini merupakan upaya merekonstruksi memori kolektif tentang kopitiam melalui perancangan *coffee table book*, namun hasilnya memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, keterbatasan karena lokasi yang hanya mencakup Kota Bandung. Padahal kopitiam terdapat di berbagai kota lain. Dengan membandingkan berbagai kopitiam ini maka data visual yang Perancangan *coffee table book* transformasi kopitiam Bandung sebagai upaya rekonstruksi memori kolektif bagi kelompok 90 usia 40-55 tahun

diperoleh akan lebih representatif. Kedua, apabila jangkauan penelitiannya lebih luas, dengan sendirinya narasumber tidak terbatas Kota Bandung, sehingga wawasan yang didapat akan lebih mendalam. Selain itu keterbatasan waktu dalam proses observasi membuat fenomena ini hanya dapat ditangkap dalam satu periode tertentu saja. Penelitian mendatang diharapkan dapat mengadopsi studi jangka panjang berdurasi lebih lama untuk memperoleh data yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Arviani, H., & Purbantina, A. P. (2025). *Coffee Shop Transformation: Digital Promotion, Consumption, and Cultural Shifts in Indonesia*. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/icms/article/view/5076>
- Cross, N. (2021). *Design thinking: Understanding how designers think and work*. Berg.
- Fitriani, D. (2023). Eksistensi *Budaya Minum Kopi dari Era Kolonial hingga Era Modern*. Jurnal Daya Nasional. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/dayanasional/article/view/70369>
- Garhwal, A. (t.th). *Ramen Buzz - Coffee table book* [Portofolio desain online]. Behance. <https://www.behance.net/aasthagarhwal13>
- Green, P. (2022). More than decoration: The *coffee table book* as a tactile medium of visual communication. dalam S. Interaction (Ed.), *The future of print media* (hlm. 45–62). Academic Publishing.
- Halbwachs, M. (1992). On collective memory (L. A. Coser, Trans.). The University of Chicago Press.
- Lawson, B. (2006). *How designers think: The design process demystified* (4th ed.). Architectural Press.
- Maspul, K. A., & Ardhin, M. (2025). *Kopitiams at Crossroads: Can Malaysia's Cultural Heartbeat Survive Globalization?* Indonesian Journal of Social Development, 2(1). <https://doi.org/10.47134/jsd.v2i4.3886>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya
- Oldenburg, R. (1989). *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day*. Paragon House.
- Smeeke, A., & Verkuyten, M. (2015). *The presence of the past: Identity continuity and group dynamics*. European Review of Social Psychology. <https://scholar.google.com/scholar?q=The+presence+of+the+past%3A+Identity+continuity+and+group+dynamics+Smeeke+2015>
- Thompson, A. L., & Davis, K. M. (2021). Curated selves: Material culture and the display of identity through *coffee table books*. *Journal of Material Culture and Consumer Behavior*, 14(2), 112–128. doi.org
- Weaver, Y. (t.th). *Illustration: How to Malaysian coffee table book* [Online portfolio] <https://www.behance.net/gallery/89151123/>

This page is intentionally left blank