

KAJIAN ESTETIKA PADA DESAIN KEMASAN KOPI BUBUK ASLI NUR CAHYA SINCE 1943

Repi Justian

Universitas Utpadaka Swastika, justianrepi365@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: August 16, 2024

Revised: August 20, 2024

Accepted: August 30, 2024

Keywords:

*Original Nur Cahya Coffee Powder,
Kerinci, Packaging Design,
Aesthetics.*

ABSTRACT

Kopi Nur Kerinci is a pioneer of coffee products produced directly in Kerinci, starting from planting coffee beans by local farmers to the production and processing processes carried out in Kerinci. This study aims to review one of the phenomenal products in Kerinci district through the aesthetic study of Djelantik on the packaging design of Original Nur Cahya Coffee Powder. This study is still based on a qualitative approach, namely how the process of collecting data from the description of the packaging design, conducting data analysis Formal analysis, namely data collection through interviews with informants. Through the aesthetic study of Djelantik, all objects or artistic events contain three basic aspects, namely the first is Form or Appearance, the second is Weight or Content (Content, Substance), and the third is Appearance or Presentation. The packaging design of Original Nur Cahya Coffee Powder is in line with the contents of Djelantik's description. Hopefully this research and writing can be a reference and reference for other writings related to products in Kerinci.

ABSTRAK

Kopi Nur Kerinci merupakan pelopor produk kopi yang diproduksi secara langsung di Kerinci, mulai dari penanaman bibit biji kopi dilakukan oleh petani lokal hingga proses produksi dan pengolahan dilakukan di Kerinci. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengulas salah satu produk yang fenomenal di kabupaten Kerinci melalui kajian estetika Djelantik pada desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya. Penelitian ini tetap didasari dengan melakukan pendekatan dari kualitatif yakni bagaimana proses pengumpulan data dari deskripsi desain kemasan, melakukan analisa data Analisis formal, yaitu Pengumpulan data melalui wawancara bersama informan. Melalui kajian estetika Djelantik semua benda ataupun peristiwa kesenian mengandung tiga aspek yang mendasar yaitu yang pertama berupa Wujud atau Rupa (Appearance), yang kedua adalah Bobot atau Isi (Content, Substance), dan yang ketiga adalah

Kata Kunci:

Kopi Bubuk Asli Nur Cahya, Kerinci,
Desain Kemasan, Estetika.

Penampilan atau Penyajian (Presentation). Desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya selaras dengan isi kandungan dari jabaran Djelantik. Semoga penelitian dan tulisan ini bisa menjadi rujukan dan referensi tulisan lainnya yang berkaitan dengan produk yang ada di Kerinci.

I. PENDAHULUAN

Kopi menjadi salah satu minuman yang digemari selain teh. Penggemar minuman kopi terdiri dari berbagai kalangan usia yang berada di seluruh dunia. Di masa sekarang, kopi juga menjadi bagian dari budaya populer yang ditandai dengan maraknya *coffee shop* di kota-kota berbagai di Indonesia. Tak salah jika kopi menjadi salah satu komoditas dengan volume perdagangan tinggi.

Kopi Nur Kerinci merupakan pelopor produk kopi yang diproduksi secara langsung di Kerinci, mulai dari penanaman bibit biji kopi dilakukan oleh petani lokal hingga proses produksi dan pengolahan dilakukan di Kerinci. Industri kopi berkembang dengan pesat di Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh, hal ini disebabkan oleh banyaknya perkebunan kopi di daerah tersebut. Selain itu, di Kabupaten Kerinci juga terdapat beberapa *coffee shop* yang mendapat dukungan dari Dinas Koperindag Kabupaten Kerinci serta Dinas UMKM Kota Sungai Penuh (Ervina, 2021). Salah satu industri kopi UMKM yang terkemuka adalah Industri Kopi Nur di Sungai Penuh, Kerinci. Industri Kopi Nur, yang didirikan oleh Nurcaya di tahun 1984, telah mengalami perkembangan signifikan. Pada awalnya, industri ini menggunakan proses produksi secara manual, namun seiring waktu, telah diperkenalkan penggunaan mesin-mesin modern (Saputra, 2021).

Kopi Nur bermula dari sebuah usaha keluarga yang dimulai oleh ibu dari ibu Nur Cahya, Darijamsani, pada tahun 1943. Darijamsani, yang berasal dari Bukittinggi, Sumatera Barat, merantau ke Kabupaten Kerinci bersama keluarganya, ditahun yang sama Nur Cahya lahir. (Feldisa, 2023). Pada tahun 2015, Industri Kopi Nur membuka *outlet* baru yang dikelola oleh Zefri Efdison, anak bungsu Nurcaya. Perpindahan pengelolaan ini terjadi karena pertimbangan usia Nurcaya dan juga untuk memperluas bisnis keluarga. Di bawah pengelolaan Zefri Efdison, Industri Kopi Nur mulai dikenal lebih luas, bahkan merambah pasar internasional seperti Malaysia. Industri Kopi Nur fokus pada produksi kopi bubuk tradisional dan telah berhasil membangun jaringan distribusi yang luas termasuk dalam platform *online*. Meskipun memiliki pasar yang besar, industri ini masih tetap dijalankan dengan skala kecil, (Mursal, 2015).

Desain kemasan produk Kopi Bubuk Asli Nur Cahya merupakan sesuatu yang layak untuk ditelaah dan tersusun dari unsur visual yang menopangnya, sehingga menjadi sebuah kesatuan desain yang terwujud melalui unsur desain seperti bentuk ilustrasi, tipografi dan warna. Kemasan merupakan perantara yang menghubungkan antara produsen dengan konsumen. Kehadiran elemen visual seperti bentuk, ilustrasi, tipografi,

dan warna pada desain kemasan terdapat pada panel *display* utama (PDU) yang merupakan area terdepan kemasan dikhususkan menempatkan identitas merek dan elemen visual, disusun dengan prinsip desain estetika agar mampu mencapai tujuan komunikasi produk (komunikator) dengan komunikan (konsumen) melalui desain kemasan yang estetis.

Perwujudan estetika dalam desain kemasan dapat terbentuk jika unsur desain dirancang dengan memenuhi prinsip desain estetika. Oleh karena itu unsur desain dalam kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya seperti Bentuk, Ilustrasi, Tipografi, dan Warna, berpengaruh dalam membentuk keindahan pada kemasan agar memiliki nilai estetika.

Bentuk berperan untuk menentukan landasan pengemasan dari produk untuk terlihat relevan untuk sebuah desain kemasan produk tertentu. Ilustrasi memiliki penting jua pada desain kemasan karena unsur ilustrasi dapat mewakili wajah serta citra produk kemasan dan perusahaan dalam bentuk gambar. Ilustrasi merupakan suatu gambaran yang disampaikan dan hampir menyerupai bentuk yang diwakilkan. Unsur desain selanjutnya yang terdapat dalam kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya seperti adalah Tipografi. Fungsi utama dari Tipografi adalah membuat teks menjadi berguna dan mudah digunakan. Tipografi berbicara tentang kemudahan membaca teks (*readability*) dan kemudahan mengenali setiap huruf dan kata (*legibility*). Tulisan terwujud dalam bentuk verbal yang tersusun atas sekumpulan jenis huruf tertentu sehingga membentuk pesan. Unsur desain pembentuk estetika berikutnya yaitu warna. Unsur warna memberi perhatian paling besar terhadap tangkapan mata atau visual audiens sehingga berpeluang terjadinya interaksi antara kemasan dengan audiens. Warna mempengaruhi psikologi dan emosi audiens, sehingga dimanfaatkan untuk menarik perhatian.

Dari penejelasan diatas kajian desain yang akan diteliti adalah desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya. Unsur yang diteliti yaitu unsur desain yang membentuk estetika pada kemasan, yaitu: ilustrasi, tipografi, dan warna. Penulis hanya fokus mengkaji tentang desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya yang berkaitan dengan bidang ilmu Desain Komunikasi Visual. Tujuan dilaksanakannya penelitian ini untuk menganalisis unsur pembentuk estetika yang terdiri dari unsur desain ilustrasi, tipografi, dan warna, mengacu pada teori estetika prinsip desain Dharsono yang terdiri dari prinsip harmoni, kontras, irama, dan gradasi. Dengan harapan tulisan ini dapat menjadi referensi bagi artikel berikutnya yang berkaitan dengan penelitian Kopi Bubuk Asli Nur Cahya dan lainnya yang relevan.



Gambar 1. Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya

METODE PENELITIAN

Penelitian ini tetap didasari dengan melakukan pendekatan dari kualitatif yakni bagaimana proses pengumpulan data dari deskripsi desain kemasan, melakukan analisa data Analisis formal, yaitu Pengumpulan data melalui wawancara bersama informan yaitu Zefri Efdison, anak bungsu Nurcahya serta pengelola Kopi Bubuk Asli Nur Cahya. Dokumentasi berupa dokumen mengenai Kopi Bubuk Asli Nur Cahya dan foto kemasan, serta sumber pustaka dari artikel ilmiah membahas secara teknis bagaimana elemen-elemen dasar seperti warna, gambar, dan tipografi ke dalam sebuah kesatuan hasil penataan atau layout, bagaimana melakukan interpretasi atau penafsiran data, pada tahap akhir bagaimana evaluasi dan menyimpulkan dari hasil analisa. Namun peneliti hanya berfokus pada analisis formal. Melalui perspektif formalistik, kajian karya seni sebagai konfigurasi beberapa aspek formalnya atau berkaitan dengan unsur-unsur pembentukannya. Pada karya visual maka sasaran kritik lebih tertuju kepada kualitas penyusunan (komposisi) unsur-unsur visual seperti: warna, garis, tekstur, dan sebagainya yang terdapat dalam karya tersebut. Pendekatan ini tidak terlalu mempersoalkan kualitas formal pada sebuah karya seni, melainkan melihat dari sebuah sudut pandang ruang lingkup masa kini dan masa lalu pada sebuah karya.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN ANALISIS INTERPRETASI DATA

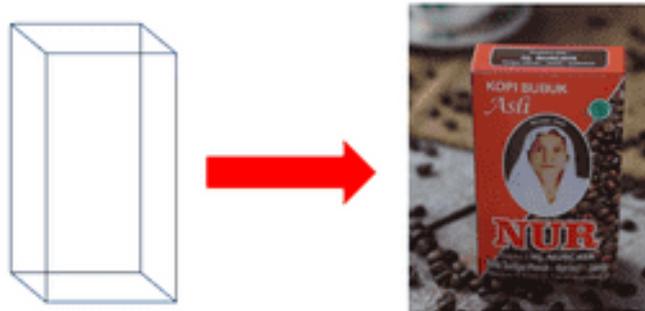
Desain kemasan memiliki dasar pembetulan dari elemen-elemen visual yang akan mendasarinya, dari setiap elemen visual yang mendasarinya akan menampilkan susunan yang memiliki nilai estetika dari tangan desainer sehingga menarik untuk dilihat dan dipandang.

Estetika menurut Djelantik semua benda ataupun peristiwa kesenian mengandung tiga aspek yang mendasar yaitu yang pertama berupa Wujud atau Rupa (Appearance), yang kedua adalah Bobot atau Isi (Content, Substance), dan yang ketiga adalah Penampilan atau Penyajian (Presentation) (Djelantik, 1999: 17). Keselarasan didalam membentuk

desain merupakan hal yang wajib dilakukan. Seorang desainer menjadi sebuah keharusan baginya untuk memadukan setiap elemen-elemen desain demi melahirkan desain yang memiliki nilai estetika. Estetika adalah suatu kondisi yang berkaitan dengan keindahan yang dirasakan seseorang, tetapi rasa keindahan itu akan dirasakan apabila adanya perpaduan dari elemen-elemen yang terkandung pada suatu objek (Made Artlissa Creativany, 66). Berdasarkan pendapat sebelumnya dapat disimpulkan bahwa estetika ialah perpaduan elemen-elemen desain demi menghasilkan bentuk yang indah maupun indah untuk dilihat dan dipandang, maka keindahan tersebut menghasilkan daya tarik bagi konsumen yang dalam hal ini merupakan estetika dari desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya.

Ada 3 aspek estetika pada desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya yang harus dikaji dari estetika yang menjadi teori kajian menurut Djelantik.

- a. **Wujud atau Rupa (Appearance)**, desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya bila dilihat dari salah satu unsur seni rupa atau unsur desain yaitu berbentuk bangun ruang balok. Bentuk bangun ruang balok sangat pas untuk membentuk wujud dasar dari desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya karena ini merupakan produk kopi yang biasa di konsumsi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia dengan nama lain yaitu Standing Pouch Kertas yang secara umum banyak dipergunakan pada produk-produk tertentu serta memberikan kesan kesederhanaan.



Gambar 2. Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya

- b. **Bobot atau Isi (Content, Substance)**, nilai estetika dari perwujudan desain kemasan harus memiliki isi yang akan disampaikan agar konsumen mengetahui produk yang diperkenalkan ataupun disampaikan untuk kebutuhan tertentu oleh konsumen. Nilai estetika kedua dari desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya yaitu; Ilustrasi, Tipografi, Warna.

FOTOGRAFI

ILUSTRASI

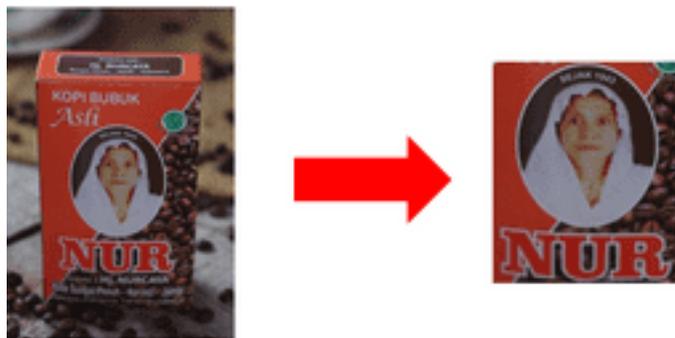


Gambar 3. Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya
(Kajian Ilustrasi)

Ilustrasi yang digunakan pada desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya berupa hasil fotografi dari Nurcahya yang menggunakan kebaya putih dan selendang diletakkan dikepala berwarna putih. Ilustrasi Fotografi pada sebuah Desain banyak sekali digunakan sebagai bentuk nyata dari sebuah objek yang akan digunakan.

Ilustrasi yang terkandung pada desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya terdiri dari ilustrasi logo perusahaan berjenis Logo berupa nama dan gambar (*Name/symbol logos*). Logo berupa nama dan gambar (*Name/symbol logos*) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. Logo Kopi Bubuk Asli Nur Cahya jika dilihat dari sudut pandang estetika, masih menggunakan foto asli dari Nur Cahya dengan tujuan agar produk lebih memiliki nilai otentik tersendiri, mengingat juga sudah banyak produk kopi Nur yang diproduksi di Kerinci namun berbeda dengan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya.

LOGO



Gambar 4. Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya
(Kajian Logo)

Logo dirancang sesuai dengan identitas dari perusahaan dengan mempertimbangkan tujuan yang akan dicapai dengan sebaik-baiknya. Logo tidak hanya sebagai identitas dari perusahaan pengguna logo, tetapi terdapat ikon dan simbol serta makna yang tersembunyi di balik desain logo. Pemakaian logo, biasanya digunakan oleh pihak yang bersangkutan sebagai tanda pengenalan kepada khalayak umum. Namun, kadangkala makna pada logo belum dapat dipahami oleh sebagian orang dengan baik. Adapun jenis atau tipe logo pada desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya yaitu Logo berupa nama dan gambar (*Name/symbol logos*). Logo ini terdiri dari nama dengan tipe huruf yang berkarakter dan dipadu dengan gambar yang sederhana yang keduanya merupakan satu kesatuan yang utuh yang saling melengkapi. Logo pada desain Kopi Bubuk Asli Nur Cahya yaitu perpaduan karakter dari Fotografi dari Nur Cahya dan Tipografi dari NUR yang menjadi satu kesatuan. Tujuan dari pemilihan jenis tersebut ialah agar produk lebih mudah untuk dikenali dan memberikan bentuk otentik dari fotografi Nur Cahya dan nama NUR yang menonjol pada logo yang menambah kesan orisinalitas produk.

TIPOGRAFI



Gambar 5. Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya
(Kajian Tipografi)

Lahirnya desain tak terlepas dari elemen-elemen pendukung yang menjadikan sebuah desain menjadi komunikatif. Tipografi pada desain kemasan merupakan elemen yang sangat vital untuk menghubungkan komunikasi terhadap konsumen produk, serta tipografi pada desain kemasan memiliki peran yang sangat vital agar desain kemasan dapat dikenal. Pada desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya terdapat 3 jenis tipografi yang berbeda untuk membangun komunikasi terhadap konsumen, adapun jenis tipografi tersebut adalah Arial, Lucida Calligraphy, Bodoni MT Poster Compressed.

1. Tipografi yang pertama yaitu Arial

KOPI BUBUK (Arial)

Gambar 6. Typeface Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya (Arial)

Adapun jenis Tipografi pertama pada desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur yaitu typeface san serif atau yang tidak memiliki kait pada ujung huruf-hurufnya, nama font jenis yang pertama ini yaitu Arial. Font jenis ini memberikan kesan sederhana dalam desain kemasan Kopi Bubuk Nur Asli, dengan typeface tipe ini menghadirkan wajah kesederhanaan dari produk.

2. Tipografi yang kedua yaitu Lucida Calligraphy

Asli (Lucida Calligraphy)

Gambar 7. Typeface Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya (Lucida Calligraphy)

Jenis Tipografi yang kedua pada desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur sama dengan jenis yang pertama yaitu typeface san serif atau yang tidak memiliki anatomi kait pada ujung huruf-hurufnya, namun memiliki karakter yang berbeda adapun font jenis yang ke 2 dengan nama Lucida Calligraphy. Font jenis ini memberikan aksan simple namun memiliki karakter yang bagus untuk membangun feel kenikmatan dalam desain kemasan Kopi Bubuk Nur Asli, dengan typeface tipe ini menghadirkan wajah kenikmatan dari produk.

3. Tipografi yang ketiga yaitu Clarendon Blk Black

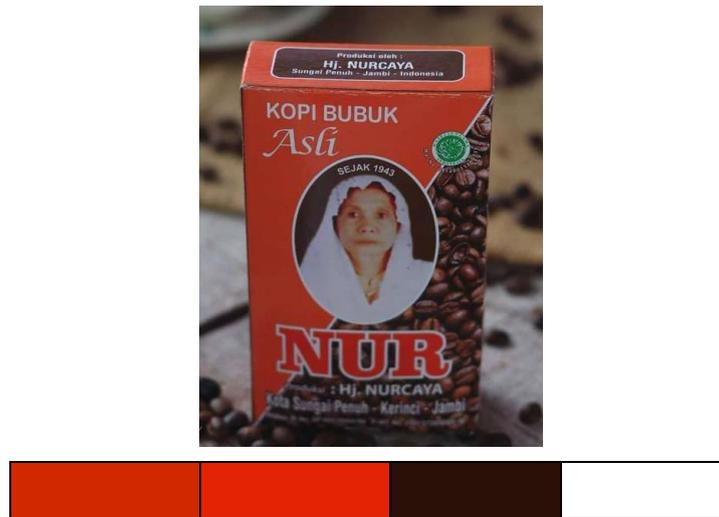
NUR (Clarendon Blk BT Black)

Gambar 8. Typeface Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya
(Clarendon Blk Black)

Jenis Tipografi yang ketiga pada desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya yaitu dengan jenis yaitu typeface serif atau yang memiliki anatomi kait pada ujung

huruf-hurufnya dengan nama Clarendon Blk Black. Font jenis ini memberikan kesan klasik, aksent klasik memberikan aroma bagaimana produk tersebut telah dibangun dengan waktu yang panjang serta bagaimana ia bisa terus memberikan kepercayaan terhadap konsumen.

WARNA



Gambar 9. Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya
(Kajian Warna)

Warna dalam sebuah desain memberikan peran yang amat penting dalam menyampaikan kesan dan perasaan didalamnya dan terutama produk yang akan diperkenalkan berupa produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen. Hadirnya warna pada Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya memberikan psikologi untuk dikaji, ada warna yang terdapat pada Desain tersebut.

1. Warna Jingga tua, warna ini secara psikologi dapat kita kaji berupa semangat yang ditularkan oleh auranya. Tak lupa warna ini sedikit tua yang bila dilihat secara seksama semangat yang diberikan kepada konsumen saat menikmati produk.
2. Warna Jingga kemerahan, warna ini selaras dengan warna yang pertama yaitu memiliki psikologi yang sama dengan aura semangat dan kemerahan memberikan semangat lebih bagi penikmat produk.
3. Warna Coklat tua, kenikmatan yang ditawarkan dari sebuah produk yang akan dinikmati konsumen dan biasanya akan dinikmati saat memulai pekerjaan maupun sedang duduk bersama kerabat dan keluarga. Coklat tua adalah warna yang sangat tepat untuk hadir dalam sebuah Kopi Bubuk Asli Nur Cahya.

4. Warna Putih, warna ini terdapat pada fotografi dari Nur Cahya yakni dari pakaian yang dikenakan oleh Nur Cahya yang menyimbolkan ketulusan dan kemurnian.

WARNA 1	WARNA 2	WARNA 3	WARNA 4
R : 210	R : 227	R : 43	R : 0
G : 40	G : 35	G : 16	G : 0
B : 0	B : 3	B : 7	B : 0

Tabel 1. Tabel Komposisi Struktur Warna Desain Kemasan.

Perpaduan atau komposisi warna yang dipadukan dalam desain kemasan bertujuan agar logo, tipografi dan ilustrasi dari desain kemasan dapat terekspose oleh mata konsumen dengan baik dan menarik sehingga menghasilkan penekanan dan penonjolan bagian inti dari desain kemasan. Nilai estetis tentunya menjadi pokok yang menjadi pertimbangan yang harus diperhatikan agar desain kemasan enak dipandang dimata konsumen.

c. Penampilan atau Penyajian (Presentation)



Gambar 10. Desain Kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya (Penampilan atau Penyajian)

Proses penyajian menggunakan Standing Pouch Kertas karena produk yang dijual jenis kopi bubuk dari hasil semua proses pembuatan desain kemasan dari Kopi Bubuk Asli Nur Cahya yakni dengan sentuhan teknik fotografi dengan mengambil angel yang

tepat hingga nantinya menghasilkan hasil yang menarik. Keseluruhan hasil dari desain kemasan tersebut dapat dilihat bagaimana ilustrasi dari logo yang menonjol dengan warna dan tipografi sehingga dapat dengan mudah dibedakan dan ditangkap oleh mata konsumen. Ilustrasi menggunakan fotografi dari Hj Nur Cahya untuk menunjukkan keaslian dan otentik dari produk. Logo NUR merupakan simbol dari kopi Kerinci dan sebagai pencetus lahirnya beberapa produk kopi NUR di Kerinci. Serta pemilihan warna yang membangkitkan semangat konsumen ketika dan setelah mengkonsumsi produk. kemudian desain siap untuk disajikan ke media platform iklan digital maupun baliho dan sebagainya agar dapat dilihat ke semua public dan kalangan penikmat kopi. Kemudian sampai pada visual konsumen memiliki ketertarikan terhadap produk.

III. KESIMPULAN

Desain kemasan Kopi Bubuk Asli Nur Cahya merupakan kopi bubuk dengan brand pertama kali dipasarkan di Kerinci sehingga menjadi pelopor lahirnya industri kopi hingga melahirkan brand kopi nur yang lainnya, sehingga Kopi Bubuk Asli Nur Cahya tetap untuk mempertahankan eksistensinya dan tetap mempertahankan orisinalitasnya.

Desain pada kemasan Kopi Bubuk Nur Asli memiliki Unsur visual sebagai unsur pembentuk estetika terdiri pertama berupa Wujud atau Rupa (Appearance), yang kedua adalah Bobot atau Isi (Content, Substance), dan yang ketiga adalah Penampilan atau Penyajian (Presentation) sehingga berperan penting dalam membentuk nilai estetika sehingga dapat menghasilkan kemasan yang sederhana, menarik dengan mempertahankan kesan klasik, elegan dan estetik. Semoga penelitian dan tulisan ini bisa menjadi rujukan dan referensi tulisan lainnya yang berkaitan dengan produk yang ada di Kerinci.

IV. REFERENSI

Djelantik, A. A. M. 1999, *Estetika Sebuah Pengantar*. Bandung: MSPI

Feldisa Sekar Wulandari, Midawati, Zefri Efdison, 2023: *Merekam Sejarah Industri Kopi Nur di Sungai Penuh (1984-2019)*: Laboratorium Sejarah Departemen Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Andalas, Padang, Indonesia.

Made Dwi Angga Pradika, I Wayan Swandi, I Wayan Mudra, 2020: *Kajian Ilustrasi, Tipografi, Dan Warna Dalam Membentuk Estetika Pada Desain Kemasan Pod Cokelat Edisi Dark Chocolate Bali*: PRABANGKARA.

Tiphanny Aurumajeda, Astry Damayanti, 2023: *ESTETIKA NUSANTARA PADA LOGO PESONA INDONESIA, KREATIF*: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif.

Repi Justian, 2024: Analisis Formalistik, Ekspresivistik Dan Instrumentalistik Pada Poster Serial Film ‘GAMPANG CUAN’: Creativa Scientia, Universitas Utpadaka Swastika.

Sukma, Nur Atika, 2013, "ANALISIS MAKNA DAN VISUAL LOGO PARIWISATA JAKARTA.": academia.edu.

(<https://cekricek.id/sejarah-kopi-nur-di-sungai-penuh-perkembangan-industri-kopi-yang-menginspirasi/>).

<https://brainly.co.id/tugas/29078383>.