



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

Metodologi Pengumpulan Data

Menurut Kothari (2009) dalam buku *Research Methodology: Method and Techniques (Second Revised Edition)* (hlm. 96), terdapat dua jenis metode pengumpulan data, yaitu pengumpulan data primer dan sekunder. Dalam perancangan buku ilustrasi *Pengenalan Teh*, penulis menerapkan beberapa metode pengumpulan data tersebut, yaitu,

3.1.1. Kuesioner

Untuk penelitian ini, penulis menyebarkan kuesioner secara *online* kepada masyarakat usia 22 hingga 27 tahun sebanyak 100 orang yang berdomisili di daerah Jabodetabek. Pertanyaan yang akan diajukan seputar ketertarikan mereka mengenai teh, pengetahuan serta kebiasaan mereka dalam meminum teh.

Tabel 3. 1. Pertanyaan survey pertama

Seberapa sering Anda minum teh dalam seminggu?	
1-4 gelas	48%
4-8 gelas	47%
8-20 gelas	3%
> 20 gelas	2%
Total	100%

Pertanyaan ini digunakan untuk mengetahui frekuensi responden dalam meminum teh selama periode satu minggu. Hasil kuesioner menunjukkan mayoritas dari responden yaitu 48% meminum teh sebanyak 1-4 kali dalam seminggu. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden setidaknya meminum teh sebanyak satu kali dalam seminggu walaupun dengan frekuensi yang tidak terlalu sering. Pilihan terbanyak kedua yaitu berbeda tipis dengan mayoritas responden yaitu 47% meminum teh sebanyak 4-8 gelas dalam seminggu, menunjukkan bahwa responden meminum teh sekitar satu kali dalam sehari setiap minggunya.

Pilihan paling sedikit yaitu responden yang menjawab lebih dari 20 gelas seminggu dengan total hanya sebanyak 2%, yang berarti mereka minum teh dengan frekuensi yang sangat sering, yaitu setidaknya 3 gelas dalam sehari. Perbedaan antara jumlah responden tersebut dengan pilihan paling sedikit yakni 8-20 gelas seminggu hanya berbeda tipis satu persen.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa responden secara keseluruhan meminum teh secara rutin setidaknya satu kali dalam seminggu, membuktikan bahwa meminum teh merupakan hal yang pasti dilakukan oleh seluruh responden setiap minggunya.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 3. 2. Pertanyaan survey kedua

"Teh merupakan minuman yang wajib ada di rumah dan di tempat-tempat makan." apakah Anda setuju dengan pernyataan ini?	
Ya	100%
Tidak	0%
Total	100%

Pertanyaan ini digunakan untuk mengetahui pendapat responden akan pentingnya teh dalam berkehidupan. Sebanyak 100% atau keseluruhan dari responden mengatakan bahwa mereka setuju kalau teh merupakan minuman yang wajib tersedia di rumah dan di tempat-tempat makan. Alasan mereka antara lain:

1. Kebiasaan sejak kecil;
2. Kebiasaan dan budaya keluarga;
3. Memiliki banyak manfaat, seperti menyeimbangkan makanan yang dimakan yang ditemani dengan teh serta menyehatkan;
4. Dapat mendekatkan orang-orang yang sedang berkumpul;
5. Mengganti suasana;
6. Karena rasa yang enak dan menyegarkan.

Dari jawaban responden diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden merasa bahwa teh memang telah menjadi hal yang fundamental keberadaannya di berbagai tempat dan situasi.

Selanjutnya, penulis memberikan pertanyaan apa saja teh khas daerah di Indonesia yang responden ketahui. Pertanyaan tersebut bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat mengenai teh-teh khas daerah di Indonesia. Sebanyak 47% dari responden yang juga merupakan mayoritas mencoba menjawab pertanyaan diatas. Jawaban responden merupakan variasi dari jawaban-jawaban yang ada dibawah, seperti:

1. Menyebutkan merk teh (Teh Gelas, Sariwangi, Teh Pucuk, dll);
2. Menyebutkan jenis teh (teh hijau, teh melati, dll).

Dapat disimpulkan bahwa dari jawaban responden, bahwa baik responden yang mencoba menjawab pertanyaan diatas maupun responden yang menjawab 'tidak tahu', tidak ada dari responden yang benar-benar mengetahui teh-teh khas yang berasal dari daerah di Indonesia.

Selanjutnya, penulis menanyakan apakah responden mengetahui bagaimana teh pertama kali masuk ke Indonesia dan bagaimana cara masuknya. Pertanyaan tersebut diajukan untuk mengetahui apakah mereka mengenal sejarah teh di Indonesia atau tidak. Sebanyak mayoritas dari responden yaitu 48% menjawab bahwa mereka tidak mengetahui asal usul datangnya teh ke Indonesia, sedangkan sisa responden yaitu 42% mencoba menjawab, dan berikut beberapa jawabannya:

1. Dibawa penjajah (21%)
2. Perdagangan dari Eropa (14%)
3. Dibawa bangsa Tiongkok (7%)

Dari jawaban responden diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa bagi yang mencoba menjawab maupun yang menjawab tidak tahu, mereka tidak mengetahui secara detail tentang bagaimana teh dibawa ke Indonesia. Terdapat 21% dari responden yang mengetahui bahwa teh didatangkan pertama kali oleh penjajah dari Belanda, namun persentase tersebut masih terbilang kecil jika dibandingkan dengan responden yang tidak mengetahui asal usul sejarah teh di Indonesia maupun responden yang menjawab dengan kurang tepat.

Setelah mengajukan pertanyaan-pertanyaan diatas, penulis menjelaskan kepada responden mengenai perancangan buku mengenai teh yang akan dilakukan oleh penulis dan bagaimana kira-kira konten yang akan ada di dalamnya. Kemudian, penulis menanyakan apakah mereka merasa buku mengenai teh Indonesia dibutuhkan atau tidak. Sebanyak 100% atau keseluruhan dari responden setuju bahwa buku mengenai teh Indonesia perlu dirancang. Alasan yang mereka jabarkan antara lain:

1. Menambah wawasan mengenai teh Indonesia;
2. Asal mula teh, kekayaan teh dan budaya minum teh di Indonesia yang telah mengakar membuat topik tersebut menarik;
3. Penting sebagai kumpulan informasi mengenai teh Indonesia;
4. Mengenal teh lokal lebih dekat.

Tabel 3. 3. Pertanyaan survey keenam

Jika membaca buku informasi, apakah Anda lebih memilih buku tekstual (buku dengan teks yang banyak) atau buku ilustrasi?	
Buku tekstual	0%
Buku ilustrasi	100%
Total	100%

Sebagai lanjutan dari pertanyaan diatas, penulis memberikan pertanyaan mengenai preferensi pembaca dalam membaca sebuah buku. Pertanyaan diajukan agar penulis dapat mengetahui minat membaca dari target penulis. Keseluruhan dari responden memilih lebih tertarik membaca buku ilustrasi dibandingkan buku tekstual biasa. Alasan mereka antara lain:

1. Lebih menarik dan seru;
2. Lebih imajinatif;
3. Tidak membuat bosan;
4. Memperjelas teks;
5. Lebih mudah mencerna informasi.

Dari jawaban diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden lebih tertarik dengan buku yang menggunakan teknik ilustrasi karena memiliki fungsi penjelas, membuat buku lebih menarik serta membantu mereka dalam mencerna informasi.

Dari hasil kuesioner, dapat ditarik kesimpulan kalau tingkat pengetahuan masyarakat mengenai teh Indonesia masih belum baik, sehingga perlu adanya pemberian wawasan mengenai teh Indonesia kepada masyarakat.

3.1.2. Wawancara

a. Wawancara dengan Ratna Somantri (Pembicara Teh)



Gambar 3. 1. *Talk Show* Ratna Somantri di AEON Mall
(Sumber: Dok. Penulis)

Wawancara pertama dilakukan bersama narasumber yang merupakan pakar teh di Indonesia, yaitu *founder* dari Komunitas Teh Indonesia, Ratna Somantri pada tanggal 5 Maret 2017 yang berlokasi di AEON Mall setelah Ibu Ratna selesai memberikan materi *talk show* mengenai teh Jepang. Materi wawancara yang diajukan adalah seputar teh serta fenomenanya di Indonesia. Sayangnya, ibu Ratna sangat sibuk sehingga penulis tidak sempat mengambil foto bersama. Namun wawancara didokumentasikan dalam rekaman suara.

Dari kegiatan wawancara bersama Ibu Ratna Somantri, penulis mendapatkan informasi bahwa orang Indonesia memang terbiasa minum teh, dimana teh adalah minuman yang sangat normal disajikan di manapun di Indonesia. Lain halnya dengan negara seperti Jepang, Tiongkok, Inggris ataupun Korea yang memiliki tata cara tersendiri dalam penyajiannya, teh di Indonesia cenderung menjadi sebuah minuman. Apresiasi terhadap teh di Indonesia masih terbilang belum setinggi negara-negara tersebut, namun dilihat dari tren yang ada sekarang, apresiasi yang ada terhadap teh menjadi semakin tinggi. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya kafe-kafe yang bermunculan yang menyediakan teh.

Menurut Ibu Ratna, masalah yang ada di pertengahan Indonesia mengenai apresiasi yang belum setinggi negara penghasil teh lain adalah karena *mindset* masyarakat belum mengenal teh dengan baik. Teh masih dianggap minuman yang murah dan biasa saja. Padahal, Indonesia merupakan salah satu produsen teh terbesar di dunia dengan kualitas teh yang tidak kalah dengan Negara-negara penghasil teh lainnya, dan tidak banyak dari masyarakat yang mengetahui hal tersebut. Mereka rela mengeluarkan uang lebih untuk membeli teh impor dengan kualitas bagus, dan menganggap teh produksi Indonesia jelek. Padahal, terdapat teh-teh impor yang mengambil bahan baku dari Indonesia dan kemudian diimpor kembali ke Negara asalnya.

Dibandingkan minuman lain, teh memiliki keunggulan dimana orang dapat meminum teh tanpa ada batasnya. Jika diseduh dengan benar dan tidak terlalu pekat, teh menjadi minuman yang baik bagi tubuh. Komponen yang terkandung di dalam teh dapat dikatakan baik bagi tubuh serta memberikan efek relaksasi juga

antioksidan. Maka dari itu jika penyeduhan teh sejak awal tidak tepat, maka aroma, rasa, kualitas, kandungan serta kebaikan yang ada di dalamnya tidak akan sebaik teh dengan kualitas baik yang diseduh dengan benar.

Selain itu, Ibu Ratna juga berpendapat bahwa pemberian wawasan mengenai teh seperti ragamnya serta penyeduhan yang baik merupakan hal yang perlu, sebab Indonesia merupakan salah satu negara penghasil teh terbesar di dunia, namun masyarakatnya masih belum mengetahui seluk beluk teh dari Negara sendiri, cara meminum teh yang benar, serta khasiat yang didapat ketika menyeduh dan meminum teh dengan baik dan benar.

b. Wawancara dengan Indri (anggota Komunitas Teh Indonesia)



Gambar 3. 2. Kak Indri dan Penulis
(Sumber: Dok. Penulis)

Wawancara penulis lakukan dengan Kak Indri pada tanggal 18 Maret 2017 di Kopi Oey Sabang. Dari kegiatan wawancara yang penulis lakukan, penulis mendapatkan informasi bahwa bagi kak Indri yang merupakan pecinta teh, buku mengenai teh merupakan hal yang diperlukan untuk pecinta teh, baik yang hanya suka meminumnya sampai dari yang suka mengoleksi teh-teh dan peralatannya. Sebagai orang yang juga suka membaca dan mengoleksi buku-buku mengenai teh, kak Indri

merasa bahwa buku-buku mengenai teh biasanya sangat ilmiah dan jika bagus, jarang yang dijual untuk umum. Sedangkan buku mengenai teh yang ada di pasaran kontennya sangat tekstual sehingga dapat membuat orang yang membacanya bosan. Selain itu, belum pernah ada yang membahas mengenai teh Indonesia dalam sebuah buku, sehingga pasar yang terbuka masih besar.

Kak Indri juga berpendapat bahwa dirinya membeli buku terkadang dikarenakan oleh faktor penampilan bukunya yang menarik, juga sebagai referensi. Buku-buku dengan tampilan menarik berkesan “instagrammable”, yaitu istilah untuk mengungkapkan objek yang cukup menarik dan indah untuk difoto dan *diposting* di Instagram, yaitu sebuah aplikasi *sharing* foto.

c. Wawancara dengan Roni (pegawai Taman Budaya Jawa Barat)



Gambar 3. 3. Taman Budaya Jawa Barat
(Sumber: Dok. Penulis)

Wawancara dilakukan tanggal 12 Mei 2017 dengan Pak Roni, yaitu pegawai dari Taman Budaya Jawa Barat. Menurut Pak Roni, Dago Tea House dulunya merupakan tempat yang berada di kawasan Dago, Bandung. Sekarang, Dago Tea House telah dialihfungsikan menjadi Taman Budaya di Jawa Barat, namun dulunya,

kawasan ini dikenal sebagai Dago Theehuis atau Dago Tea House sejak jaman kolonial Belanda dahulu.

Dago Tea House atau yang dulunya dikenal sebagai Dago Theehuis pada jaman kolonial Belanda dulunya merupakan tempat berkumpulnya orang-orang Belanda dan bangsa-bangsa lain di seluruh dunia untuk membicarakan tentang perdagangan. Yang dibahas tidak hanya teh, tapi juga kopi, tembakau dan hasil kebun lainnya. Jika mereka telah mencapai kesepakatan, mereka kemudian akan dihubungi oleh perkebunan-perkebunan untuk mengirim hasil perkebunan melalui pelabuna Sunda Kelapa dan pelabuhan lain yang ada di Indonesia.

Sejak jaman kolonial Belanda, daerah Dago telah menjadi tempat yang paling disukai oleh warga Belanda pada jamannya. Tempat ini terdapat di wilayah dataran tinggi yang memiliki suhu udara yang sejuk dan panorama alam yang hijau di kawasan Bandung Utara. Riwayatnya, zaman dulu tempat ini berukuran kecil namun memiliki halaman luas. Kadang, orang-orang minum teh di bawah pohon. Mereka yang datang ke Dago Theehuis hanya merupakan orang-orang dari kalangan atas dengan naik kuda dan mobil, dimana pada zamannya merupakan mode transportasi yang sangat jarang.

Awalnya, Dago Tea House ini merupakan tempat untuk minum teh dan makan atau restoran, namun sekarang tempat wisata ini berubah fungsi menjadi Taman Budaya Provinsi Jawa Barat. Di Taman Budaya Jawa Barat ini sering digelar berbagai pentas kesenian dan budaya Sunda. Belakangan namanya diubah menjadi Balai Pengelolaan Taman Budaya Jawa Barat dibawah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pemda Provinsi Jawa Barat.

Tujuan didirikan Taman Budaya di Dago Tea House ini adalah sebagai pusat kegiatan seni dan kebudayaan atau cagar budaya yang ada di Bandung Jawa Barat. Di sini sering diadakan event atau acara pertunjukkan dan teater terbuka. Disini ini juga terdapat galeri seni yang menampilkan berbagai seni tradisional Jawa Barat. Selain itu, terdapat juga ruang workshop untuk berbagai kegiatan seni dan budaya.

d. Wawancara dengan Katerine (editor KPG)



Gambar 3. 4. Foto penulis bersama kak Katerine
(Sumber: Dok. Penulis)

Wawancara dilakukan penulis kepada kak Katrine Gabby Kusuma, yaitu salah satu editor Kepustakaan Populer Gramedia (KPG) pada 15 Maret 2017. Penulis mendapatkan informasi bahwa kalangan “anak muda” seperti yang menjadi target penulis yaitu 22-27 tahun, lebih menyukai buku dengan ukuran kecil atau yang tidak terlalu besar, yaitu sekitar atau dibawah 20 x 20 cm. Jenis bahan *cover* mempengaruhi harga jual buku, sehingga harus diperhatikan target market dari kalangan ekonomi seperti apa yang dituju. Penggunaan soft cover menjadi pilihan

yang tepat untuk mengurangi biaya produksi, sehingga harga jual dari buku soft cover masih akan terjangkau untuk kalangan menengah kebawah. Sedangkan pemilihan hard cover ditunjukkan bagi market yang memiliki daya beli yang lebih tinggi dan dapat memperlihatkan kesan *fancy*. Karena target market penulis yang merupakan audiens dengan strata ekonomi menengah keatas, hard cover dapat menjadi pemilihan yang cocok.

Dilihat dari pasar sekarang ini, buku-buku *lifestyle* dan non-fiksi dengan bentuk fisik atau package yang memiliki tampilan yang menarik sedang mengalami penjualan yang baik. Packaging dan tampilan fisik luar buku yang menarik menjadi daya tarik utama dari penjualan buku non-fiksi yang ditunjukkan kepada audiens anak muda. Berbeda dengan novel yang bersaing ketat dimana setiap bulannya bisa muncul ratusan judul.

Karena sifat dari teh yang daunnya mendetail serta alat penyeduhannya yang tidak semua bisa didapatkan secara mudah, ditambah lagi dengan topiknya yang membahas tentang sejarah dan budaya, ilustrasi cocok untuk digunakan sebagai pendukung dari buku bertema teh yang disusun penulis. Ilustrasi merupakan pendukung dari dokumentasi, sehingga hal yang sifatnya dokumentasi seperti sejarah memerlukan ilustrasi sebagai penjelas dari suatu kejadian. Selain itu, ilustrasi yang menarik juga menjadi daya tarik bagi target. Ilustrasi disini sifatnya sebagai pendukung, sehingga teks tetap harus dibuat jelas dan lengkap.

3.1.3. Observasi Lapangan

Dari informasi yang penulis dapatkan dari Kak Indri, penulis mendatangi tempat-tempat bersejarah yang memiliki kaitan dengan teh di Indonesia, yaitu Pantjoran Tea House.

1. Pantjoran Tea House



Gambar 3. 5. Pantjoran Tea House

(Sumber: Dok. Penulis)

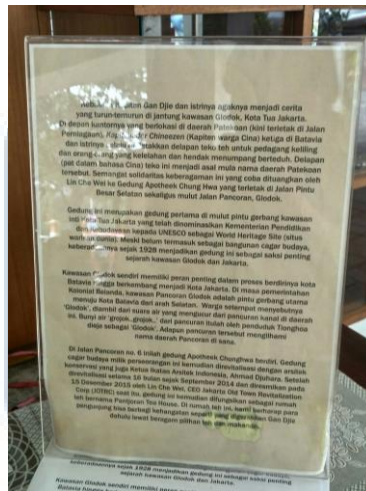
Pantjoran Tea House merupakan restoran yang berada di daerah Kota Tua di Glodok, Jakarta yang menjual berbagai makanan dan minuman, salah satunya yaitu berbagai macam varian teh. Sebelum masuk ke dalam, terdapat delapan teko dan juga beberapa gelas yang diletakkan di meja yang ada di halaman depan Pantjoran Tea house.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 6. ‘Patekoin’ di depan Pantjoran Tea House
(Sumber: Dok. Penulis)

Di depan teko-teko teh tersebut, ada tulisan “Silahkan minum! Teh untuk kebersamaan. Teh untuk masyarakat”. Menurut pegawai, teh-teh tersebut adalah teh gratis yang boleh diminum oleh siapa saja yang lewat dan kehausan. Hal ini terinspirasi dari kebaikan Kapiten Gan Djie dan istrinya yang dapat dibaca di display yang terdapat di belakang teko-teko tersebut.



Gambar 3. 7. Kisah Kapiten Gan Djie
(Sumber: Dok. Penulis)

Tertulis bahwa kebaikan Kapiten Gan Djie dan istrinya yang menjadi cerita turun-temurun di kawasan Glodok, Kota Tua Jakarta. Di depan kantornya yang

berlokasi di daerah Patekoan (sekarang Jalan Perniagaan), Kapiteinder Chineezen (Kapiten Warga Tionghoa) ketiga di Batavia dan istrinya selalu meletakkan delapan teko teh untuk pedagang keliling dan orang-orang yang kelelahan dan hendak menumpang berteduh. Delapan (pat dalam Bahasa Mandarin) teko ini menjadi asal mula nama daerah Patekoan tersebut. Semangat solidaritas keberagaman ini yang coba dituangkan ke gedung Apotheek Chung Hwa di kawasan Jalan Pintu Besar Selatan di Jalan Pancoran, Glodok.



Gambar 3. 8. Foto lukisan Apotheek Chung Hwa di Pantjoran Tea House
(Sumber: Dok. Penulis)

Gedung tersebut merupakan gedung pertama di kawasan Kota Tua Jakarta yang telah dinominasikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan kepada UNESCO sebagai World Heritage Site. Meski gedung ini belum termasuk bangunan cagar budaya, keberadaannya sejak 1928 menjadikan gedung ini sebagai saksi penting sejarah kawasan Glodok dan Jakarta.

Kawasan Glodok sendiri memiliki peran penting dalam proses berdirinya kota Batavia hingga berkembang menjadi Kota Jakarta. Di masa pemerintahan Kolonial Belanda, kawasan Pancoran Glodok adalah pintu gerbang utama menuju kota Batavia dari arah Selatan. Warga setempat menyebutnya 'Glodok' dari suara air yang mengucur dari pancuran kanal di daerah ini. Pancuran tersebut mengilhami

nama Pancoran. Sekarang, gedung ini telah direvitalisasi dan difungsikan kembali menjadi rumah teh bernama Pantjoran Tea House.

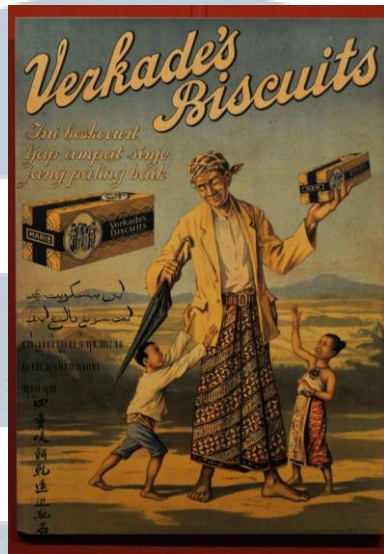
3.1.4. Study Existing



Gambar 3. 9. The Story in a Cup of Tea karya Ratna Somantri (<https://books.google.co.id/books?id=E3xxBAAQBAJ>)

Penulis melakukan *study existing* terhadap buku The Story in a Cup of Tea karya Ratna Somantri. Kelebihan dari buku ini yaitu dari segi fotografi sebagai ilustrasi pendukung konten buku. Selain itu, pemilihan *typeface sans serif* menjadi pilihan yang tepat bagi target audiens karena sifat buku yang memiliki banyak teks, sehingga akan mudah dan tidak cepat membuat capek ketika dibaca. Ukuran dari buku yaitu sekitar 20 cm x 15 cm memudahkan pembaca dalam membawa buku kemana saja.

Kekurangan yang ada di buku ini adalah warna yang warna warni dan tidak konsisten, sehingga tidak terdapat kejelasan mengenai psikologi warna yang ingin diterapkan dalam buku ini kepada pembaca.



Gambar 3. 10. Iklan Verkade's Biscuits
(<https://id.pinterest.com/pin/452611831291831231/>)

Penulis juga melakukan study existing terhadap iklan *vintage* Verkade's Biscuits.

Teknik gambar yang digunakan oleh advertising *vintage* masa lalu sering kali menggunakan gambar manual. Elemen seperti garis yang *framing* juga merupakan elemen yang seringkali muncul dalam desain *vintage*. Selain itu, warna-warna yang lebih earthy dipilih sebagai *color palette*-nya. Namun, *typeface* yang digunakan oleh iklan ini terdapat lebih dari 3 dimana standar dari pemilihan *font* sekarang ini adalah 3 jenis. *Grid* yang belum baku terlihat dari teks yang bertabrakan dengan garis *border* yang berada di luar halaman.

3.2.

Metodologi Perancangan

Perancangan penulis disusun berdasarkan teori Landa (2011, hlm. 73-91) dalam bukunya yang berjudul *Graphic Design Solutions*. Menurut teori ini, terdapat 5 tahapan dalam proses perancangan, yaitu,

1. Orientasi

Orientasi merupakan proses pengumpulan bukti-bukti fakta serta inti dari masalah yang diperoleh dari fenomena seputar permasalahan yang ada melalui berita, yang kemudian dilanjutkan dengan kuesioner yang disebar pada target yaitu dewasa muda usia 22-27 tahun yang berdomisili di daerah Jabodetabek untuk memperoleh data untuk mendukung permasalahan yang ada pada target. Proses tersebut dilanjutkan dengan wawancara dengan tokoh ahli, seperti pembicara, editor penerbit, dan pecinta teh guna mendapatkan data pendukung yang lebih mendalam dan spesifik. Setelah melakukan pendalaman masalah, penulis melanjutkan dengan mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam pengumpulan konten untuk buku ilustrasi, yaitu melalui studi pustaka serta observasi, yang dilakukan dengan terjun ke lapangan untuk mengumpulkan konten yang dibutuhkan.

2. Analisis

Setelah melakukan proses pengumpulan data melalui kuesioner, didapatkan kesimpulan bahwa masyarakat memang rutin dalam meminum teh namun tidak memiliki pengetahuan yang baik mengenai teh. Wawancara yang dilakukan dengan pembicara teh juga mendukung masalah yang ditemukan dalam latar belakang serta kuesioner, dimana masyarakat masih memiliki pengetahuan rendah mengenai teh Indonesia. Kedua hal tersebut menunjukkan bahwa dibutuhkan adanya media informasi mengenai teh Indonesia. Kemudian, hasil dari wawancara terhadap pecinta teh

menunjukkan bahwa buku ilustrasi adalah yang dibutuhkan sebagai koleksi sumber informasi mengenai teh Indonesia. Dari proses tersebut, dilanjutkan dengan wawancara bersama editor KPG. Dari hasil wawancara, didapatkan informasi mengenai bagaimana standar sebuah buku dibuat, juga selera pasar yang sesuai untuk target yakni dewasa muda usia 22-27 tahun. Dari hasil penelitian yang diperoleh, ditemukan bahwa terdapat pula situs-situs bersejarah yang berhubungan dengan teh sehingga observasi ke tempat-tempat tersebut dilakukan untuk mendapatkan konten tambahan.

3. Konsep Desain

Dari analisis permasalahan yang ada melalui mindmapping serta brainstorming tentang teh Indonesia, penulis menggunakan kata kunci yang didapatkan sebagai dasar pembuatan konten yaitu *vintage*, budaya serta *simplicity*. Kemudian dilanjutkan dengan menuliskan konsep dan ide-ide untuk buku. Konsep dari buku ini yakni buku *vintage* klasik yang dibuat bersih dan rapi serta minimalis. Setelahnya konsep dikembangkan menjadi *moodboard* untuk menentukan komponen serta *mood* dari buku ilustrasi.

4. Desain

Visualisasi yang telah diperoleh dari konsep dan ide melalui *moodboard*, kemudian diaplikasikan dengan perangkat lunak desain seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator serta Adobe Indesign. Ilustrasi dibuat dengan gaya semi realis dan *watercolor* yang sesuai dengan target. Konten, aset maupun ilustrasi seluruhnya dibuat dengan warna dengan *tone* yang lebih

redup dan tidak terlalu cerah untuk memberi kesan klasik. Perancangan *layout* secara keseluruhan mengikuti kata kunci *simplicity*, dengan desain yang bersih serta tidak berisik. Agar tidak monoton, dasar dari desain yaitu *balance* diimplementasikan dalam desain *layout*.

5. Implementasi / Produksi

Proses visualisasi dari buku dilanjutkan dengan proses *printing* serta *finishing* yang sesuai dengan target segmentasi. Menurut hasil wawancara dengan editor KPG, besar buku yang sesuai dengan dewasa muda adalah buku dengan ukuran sekitar 20 x 20 cm, sehingga ukuran yang dipakai dalam buku ilustrasi teh Indonesia adalah 18 x 20 cm. Ketebalan dari buku ini yaitu 1 cm, terdiri dari 60 halaman dengan *finishing hard cover* yang *doff*. *Gimmick* yang diberikan berupa pembatas buku, terdapat 4 desain yang ada dan akan diberikan secara *random* di dalam buku. Media sekunder digunakan untuk menunjang promosi dari buku ilustrasi, sehingga penulis membuat media-media untuk kebutuhan promosi seperti *x-banner*, poster, *merchandise* yang dapat dibeli target seperti *tote bag* dan juga *mug*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA