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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Teh merupakan minuman yang sangat familiar di telinga warga negara Indonesia.
1.1. Di beberapa daerah, minuman yang mudah didapatkan ini juga telah membudaya dalam kehidupan sehari-hari. Jika ditarik kembali sejarahnya, menurut KRAy. SM. Anglingkusumo (dikutip Hadi, 2014), teh pertama kali dibawa ke Indonesia oleh seorang berkewarganegaraan Belanda bernama Dr. Andreas Cleyer pada 1686 sebagai tanaman hias. Kemudian, pada 1782, pemerintah Belanda mengawali membudidayakan tanaman teh di pulau Jawa dengan cara membawa biji-biji teh dari Tiongkok. Teh yang tidak di ekspor kemudian dikonsumsi di sini, dan dari sinilah budaya meminum teh di Indonesia dimulai.

Teh merupakan minuman keseharian yang sangat umum ditemui di Indonesia. Contohnya varian yang paling sering ditemui di pasaran adalah jenis teh hitam dan teh jasmine. Apapun kelas sosial, ekonomi, budaya ataupun daerahnya, teh menjadi minuman yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya rumah makan serta restoran Indonesia yang menyediakan minuman teh dalam menunya sebagai teman makan ringan ataupun berat. Selain itu, seperti yang disebutkan Rezkisari dalam Republika (2016), tren matcha yang merupakan varian dari teh hijau yang berasal dari negara Jepang juga sedang naik di Indonesia, baik untuk minuman, makanan, ataupun dari segi kesehatan. Masyarakat tidak memiliki aturan baku dalam meminum teh, seperti

Perancangan Buku Ilustrasi..., Nibras Dhia Gaina, FSD UMN, 2017

waktu, cara penyeduhan, cangkir yang digunakan, ataupun tata cara khusus lainnya, yang mana berbeda dengan negara lain seperti Jepang yang memiliki ritual tersendiri dalam meminum teh. Walaupun begitu, menurut Lestari (2015), waktu minum teh yang paling sering digunakan oleh orang Indonesia adalah pagi hari karena dipercaya meminum teh dengan gula di pagi hari dapat memberikan energi yang cukup untuk beraktivitas hingga siang hari.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan pakar teh Indonesia, Ratna Somantri, walaupun teh seringkali dijumpai di Indonesia, pemahaman masyarakat dan apresiasi masyarakat akan teh masih rendah. Masyarakat tidak banyak mengetahui hal-hal mengenai teh di Indonesia. Padahal, teh merupakan komoditas Negara yang telah membudaya di masyarakat, dan telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia bahkan sejak jaman kolonial dahulu, mulai dari pengaruh ekonomi sampai menjadi sebuah minuman yang wajib ada di setiap rumah, restoran, dan sebagainya.

Dengan perancangan buku mengenai teh Indonesia, ini dapat memberikan wawasan dan pemahaman lebih kepada masyarakat mengenai teh Indonesia. Oleh karena, itu penulis mengajukan adanya perancangan buku mengenai teh Indonesia sebagai sarana pemberian wawasan mengenai teh Indonesia yang baik kepada masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana cara mendesain informasi mengenai teh Indonesia dalam bentuk buku yang efektif untuk usia 22-27 tahun?

Perancangan Buku Ilustrasi..., Nibras Dhia Gaina, FSD UMN, 2017

Batasan Masalah

Guna menjaga penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dituju, penulis membatasi ruang lingkup penelitian tugas akhir yang penulis
1.3. lakukan sebagai berikut,

1. Topik yang penulis bahas hanya mencakup teh di Indonesia.

1.3.1. Segmentasi, Target, Positioning

Perancangan buku ditujukkan untuk segmentasi dan target tertentu dengan positioning yang diharapkan.

1.3.1.1. Segmentasi

Segmentasi terbagi menjadi tiga bagian, yaitu secara demografis, geografis, dan psikografis.

a. Demografis

Demografis yang menjadi cakupan buku ini yaitu laki-laki dan perempuan berusia dewasa muda, yaitu usia 22-27 tahun, mahasiswa ataupun bekerja,
b. dengan Strata Ekonomi menengah keatas.

Geografis

Geografis dari perancangan buku ini adalah daerah urban atau perkotaan besar seperti Jabodetabek.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

c. Psikografis

Psikografis yang menjadi target dari perancangan buku ini adalah masyarakat urban berusia 22-27 tahun yang suka meminum teh dan memiliki ketertarikan terhadap teh namun belum memiliki pengetahuan yang banyak mengenai teh, serta peduli dengan budaya dan sejarah Negara Indonesia.

1.3.1.2. Target

Target dibagi menjadi dua, yaitu target primer sebagai target utama yang dituju dan target sekunder sebagai target kedua.

a. Target Primer

Target primer penulis yaitu laki-laki dan perempuan dewasa berusia 22-27 tahun yang tinggal di daerah Jabodetabek dengan Strata Ekonomi mengengah keatas dan memiliki ketertarikan akan teh.

b. Target Sekunder

Target sekunder penulis adalah laki-laki dan perempuan remaja usia 22-27 tahun yang tinggal di Indonesia dengan Strata Ekonomi mengengah keatas yang memiliki ketertarikan akan teh.

1.3.1.3. Positioning

Positioning yang ingin dituju buku pengenalan teh Indonesia yaitu menjadi buku ilustrasi yang menarik serta informatif dan mudah dipahami. Diharapkan setelah dilakukan perancangan buku ini, pengetahuan serta

Perancangan Buku Ilustrasi..., Nibras Dhia Gaina, FSD UMN, 2017

minat masyarakat mengenai teh Indonesia akan meningkat, serta menaikkan apresiasi yang lebih terhadap teh.

Tujuan Tugas Akhir

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan tujuan dari

1.4. penelitian ini yaitu,

1. Mendesain informasi mengenai teh Indonesia dalam bentuk buku yang efektif.

Manfaat Tugas Akhir

1.5.

1. Manfaat bagi penulis:
   a. Menambah pengetahuan penulis mengenai teh Indonesia dan cara merancang buku yang baik.
2. Manfaat bagi masyarakat:
   a. Meningkatkan pemahaman mengenai teh Indonesia seperti sejarah, budaya dan ragamnya.
3. Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara:
   a. Menjadi sumber referensi bagi mahasiswa lainnya dalam merancang tugas akhir.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA