

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teh adalah satu minuman paling diminati di dunia. Banyak orang di belahan dunia menikmati kegiatan minum teh. Berawal dari Bangsa Mongol yang menemukan teh secara tidak sengaja setelah daun kering jatuh ke air yang mendidih. Tradisi minum teh pun lahir dan disebarluaskan keluar negara.

Menurut catatan resmi, awal tanaman teh masuk ke Indonesia pada tahun 1684 dibawa oleh Andreas Cleyer dengan menanam teh (*camellia sinensis*) ke Jakarta. Teh menjadi salah satu komoditas terbesar dalam tanam paksa oleh Belanda. menjadikan tradisi minum teh menjadi tradisi luhur yang sampai sekarang masih langgeng di masyarakat. Seperti halnya budaya masyarakat yang beragam. Setiap daerah pun memiliki tradisi minum teh yang berbeda satu sama lainnya. Salah satu contohnya tradisi minum teh khas Tegal yang diberi nama Moci.

Merupakan akronim dari kata minum (teh) dan poci yang berarti tempat menyeduh teh yang dibuat dari tanah liat. Aktivitas Moci diartikan sebagai kegiatan minum teh dengan menggunakan gerabah poci khas Tegal. Tanah liat disebut juga lempung adalah partikel mineral berkerangka dasar silikat. Yang mana dia akan menjadi kaku atau menyusut saat kering dan menjadi lengket saat basah. Sifat inilah menjadikan tanah liat sebagai bahan membuat gerabah atau perkakas yang terbuat dari lempung yang dibakar. Tradisi Moci ini menggunakan gerabah poci dan cangkir sebagai perkakas utamanya.

Berbeda dengan resep dahulu yang hanya menggunakan daun teh Slawi yang sepat dan pekat. Moci masa kini menggunakan daun teh khas Slawi yang dipadu teh melati. Teh melati adalah salah satu jenis teh herbal, yang mana merupakan sebutan untuk teh yang tidak terbuat dari tanaman teh atau *camellia sinensis*. Melati dicampurkan bersama teh untuk menambah aroma wangi. Terakhir, cangkir poci diisi bongkahan gula batu untuk menciptakan rasa manis yang samar dan terasa lebih kuat saat makin lama diseduh. Sehingga terciptalah

rasa WASGITEL, atau wangi, sepet (sepat), legi (manis), kentel (kental) yang menjadi cita rasa teh tradisi Moci khas teh Tegal. Tradisi inilah yang menemani warga Tegal sembari berdiskusi dan mempererat tali silaturahmi.

Begitu pula dengan ciri khas tradisi minum teh daerah lainnya. Setiap daerah memiliki tata cara minum teh yang berbeda. Namun karena karakteristik rasa teh yang tidak jauh berbeda satu sama lainnya, teh khas daerah kurang diminati. Selain itu pamor teh juga masih kalah dengan *trend* kopi yang perkembangannya semakin menjamur di era modern. Berbanding lurus dengan berdirinya kedai kopi dan *cafe*, baik dari merek lokal maupun internasional yang makin menjamur di Indonesia. Hal ini berdampak pada turunnya angka konsumsi teh hingga pada bagian kurang.

Berdasarkan data FAO tahun 2009, Indonesia memproduksi 150 ribu ton teh yang terdiri dari 80% teh hitam dan 20% teh hijau. Indonesia merupakan negara pengekspor teh terbesar urutan ke-5 di dunia dengan pangsa produksi sebesar 5,1 % dari total produksi teh dunia sebesar 3,2 juta ton. Namun berbanding terbalik dengan dengan hal tersebut, konsumsi teh bagi orang Indonesia pun masih terbilang rendah. Seperti yang diungkapkan oleh Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil saat membuka *West Java Bandung Tea Festival* (WJBTF) 2019 di Gedung Sate, Kota Bandung, Jumat (2/8/19), beliau berkata bahwa rata-rata konsumsi teh di Indonesia hanya 300 gram per orang. Yang mana tertinggal jauh dengan standar global, karena rata-rata setiap orang minum teh sebanyak 700 gram per hari.

Dalam menghadapi permasalahan ini, Umi Azizah selaku Bupati Tegal juga memberi seruan dan nasihat untuk masyarakat saat memberi sambutan dalam acara *Guci Tea Festival*. Umi berkata, “Bagi orang Tegal, aroma teh wasgitel tak pernah lekang oleh zaman. Saat teh hangat dituang dari gerabah poci ke dalam cangkir keramik yang berisi gula batu. Di situ biasanya obrolan hangat tanpa sekat pun dimulai. Lebih dari kebiasaan, minum teh dari poci atau moci adalah sebuah tradisi, *lifestyle* warga Tegalan yang sudah bertahan sejak lama”. Tak hanya mengajak masyarakat untuk menaikkan popularitas teh, Bupati Tegal juga berpendapat jika sektor pariwisata dapat dikemas dengan baik dan dijalankan bersama-sama melalui sinergitas elemen masyarakat dapat

berimbas pada sektor-sektor yang lainnya. Yang mana akan memajukan industri di Tegal menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Mengutip permasalahan sebelumnya, penulis ingin merancang kampanye untuk tradisi Moci yang ditargetkan untuk masyarakat Tegal sebagai upaya untuk melestarikan budaya minum teh Moci. Dengan menggunakan ilmu dan kemampuan yang telah didapatkan penulis selama menempuh pendidikan di program studi desain komunikasi visual.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam perancangan media promosi ini, ditentukan fokus masalah dalam karya media informasi adalah:

1. Apa itu tradisi Moci khas Tegal?
2. Bagaimana pengetahuan masyarakat terhadap tradisi Moci khas Tegal?
3. Bagaimana cara merancang kampanye tradisi Moci khas Tegal?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mendeskripsikan tradisi Moci khas Tegal.
2. Untuk memaparkan pengetahuan masyarakat terhadap tradisi Moci khas Tegal.
3. Untuk merancang kampanye tradisi Moci khas Tegal.

1.4 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah dan rumusan masalah tersebut, ruang lingkup masalah yang terdapat dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Apa
Budaya minum teh Moci adalah tradisi khas Tegal yang patut dikenalkan kepada masyarakat sebagai budaya luhur di masa kini.
2. Siapa
Target utama dari perancangan ini adalah dewasa muda berusia 20-30 tahun di Tegal dan sekitarnya.

3. Di mana

Pengumpulan data dan perancangan dilakukan di Tegal dan Bandung, dengan beberapa cara.

4. Kapan

Pengumpulan data hingga melakukan proses perancangan karya dilakukan dari Februari – Juli 2020.

5. Kenapa

Agar nilai meningkatkan jumlah konsumsi teh oleh orang Tegal dan melestarikan tradisi Moci di dalam masyarakat Tegal.

6. Bagaimana

Perancangan kampanye tradisi Moci dibuat untuk memberi informasi tentang kegiatan minum teh sebagai budaya luhur khas Tegal. Kampanye dibuat sesuai dengan minat masyarakat dan menggunakan ilmu Desain Komunikasi Visual.

1.5 Metode Pengumpulan Data

A. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Sarwono: 2006). Dalam pengumpulan data studi pustaka, penulis mencari dan mengkaji berbagai media informasi baik cetak maupun digital yang berhubungan dengan perancangan media promosi tradisi Moci.

B. Wawancara

Wawancara adalah instrumen penelitian. Kekuatan wawancara adalah penggalian pemikiran, konsep dan pengalaman pribadi pendirian atau pandangan dari individu yang diwawancara (Widiatmoko, 2013:30). Untuk mendapatkan data yang valid, penulis akan melakukan wawancara terstruktur dengan dengan seorang ahli ilustrasi, tokoh budaya Tegal, serta khalayak sasaran.

C. Observasi

Teknik pengumpulan data, di mana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004:104). Observasi dilakukan pada beberapa infografik kampanye budaya atau tradisi serupa sebagai objek penelitian, guna mengambil deskripsi dan data pendukung lainnya. Selain itu observasi dilakukan juga kepada proses pembuatan Moci untuk data yang faktual.

D. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang (Sugiyono 2013:240). Dalam hal ini dokumentasi yang dimaksud adalah dengan melakukan mengumpulkan dokumen dengan cara menggali, memotret dan sejenisnya. Dokumentasi berupa foto, gambar, buku, dan arsip yang mendukung penelitian tentang media promosi.

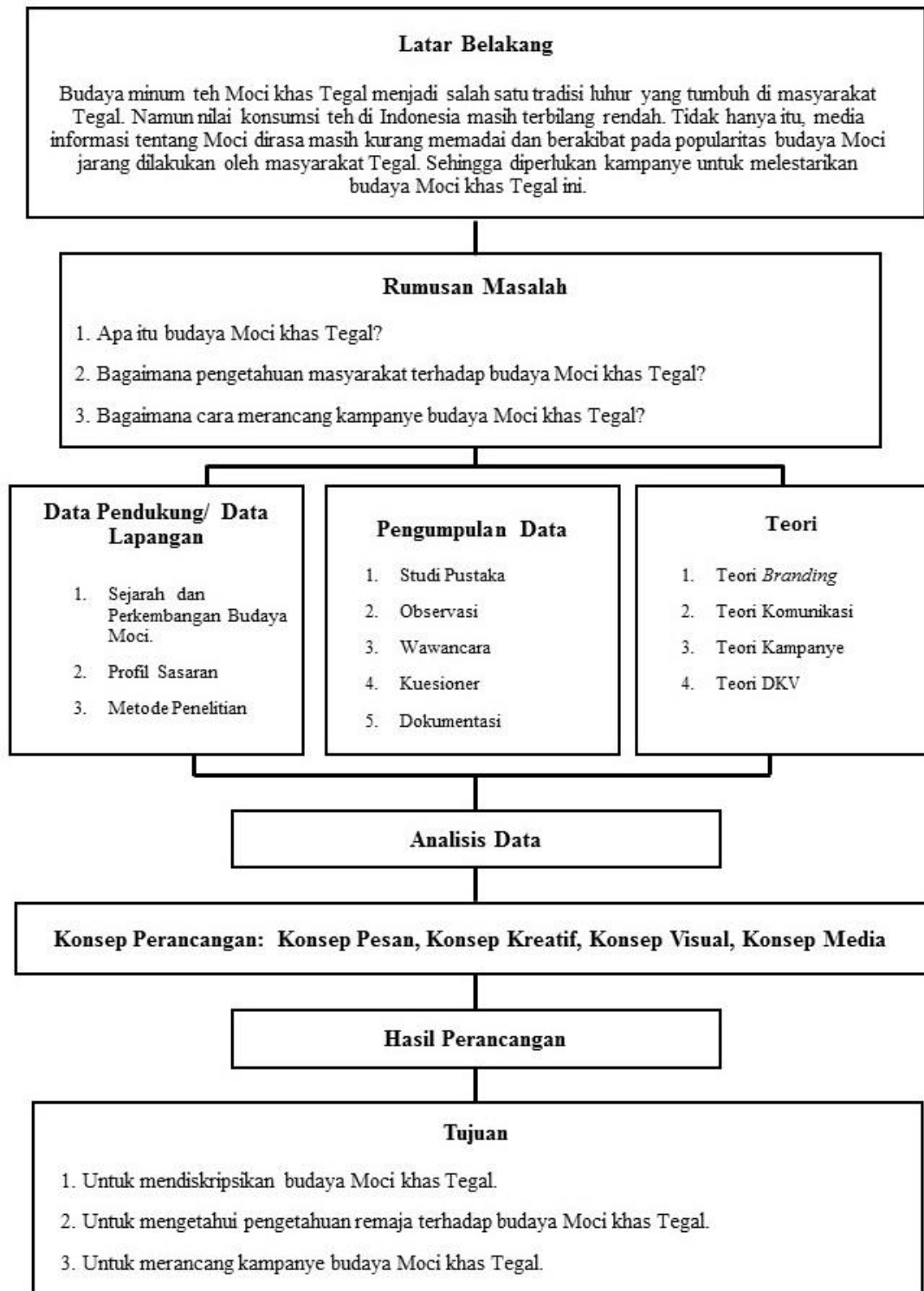
E. Kuesioner

Kuesioner adalah cara untuk memperoleh data dalam waktu yang relatif singkat, karena banyak orang dapat sekaligus dihubungi (Widiatmoko, 2013:35). Dalam perancangan kampanye tradisi Moci ini, kuesioner disebarkan kepada responden yang memenuhi kriteria guna mendapat data pengetahuan responden terhadap tradisi Moci. Serta mengetahui saran dan pandangan mereka tentang kampanye budaya dan tradisi yang menarik.

1.6 Metode Analisis Data

Dalam penulisan ini, dibutuhkan metode analisis agar lebih terperinci dan memudahkan dalam menguraikan masing-masing data. Metode analisis tersebut adalah analisis teknik SWOT dan analisis data visual. Dalam mengembangkan konsep ide perancangan. Analisis SWOT memperhitungkan faktor internal yang terdiri dari *Strength* dan *Weakness*, serta faktor luar yang terdiri dari *Opportunity* dan *Threat* (Soewardikoen, 2013:62).

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1.1 Kerangka Perancangan

Sumber: T. Ayu Widyastuti, 2020

1.8 Pembabakan

Dalam penulisan ini, dibutuhkan gambaran singkat tiap bab agar lebih terperinci dan memudahkan dalam menguraikan masing-masing bab. Bab-bab tersebut adalah:

1. Bab I Pendahuluan

Informasi umum yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, kerangka perancangan, dan pembabakan.

2. Bab II Dasar Pemikiran

Dasar pemikiran yang mengutip dari teori-teori berdasarkan berbagai sumber seperti buku maupun jurnal ilmiah yang relevan untuk digunakan sebagai dasar untuk merancang media promosi tradisi Moci, dengan menggunakan teori anak dan teori desain komunikasi visual.

3. Bab III Data dan Analisis Masalah

Data-data hasil pengamatan yang berasal dari instansi yang berkaitan dengan penelitian, data khalayak sasaran, data proyek sejenis yang pernah dilakukan dan penilaiannya. Teknik analisis yang akan dipakai adalah analisis data SWOT.

4. Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep pesan (ide besar yang akan dibawa), konsep kreatif (pendekatan), konsep media (media yang akan digunakan, perencanaan media, biaya media), dan konsep visual (jenis-jenis huruf, bentuk, warna, gaya visual). Serta penjabaran dari hasil perancangan yang dibuat.

5. Bab V Penutup

Merumuskan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.