

PERANCANGAN MEDIA EDUKASI MENGENAI PENGENALAN RAGAM DAN MANFAAT TEH DI INDONESIA

EDUCATIONAL MEDIA DESIGN ABOUT INTRODUCTION OF TYPE AND BENEFIT OF TEAS IN INDONESIA

Rahmatavia Annisa' Harza¹, Novian Denny Nugraha, S.Sn, M.Sn²

^{1,2}Prodi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

¹rahmataviaah@telkomuniversity.ac.id, ²dennynugraha@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Sebagai salah satu minuman yang umum dikonsumsi masyarakat, kebiasaan minum teh sudah tertanam sejak dahulu walaupun tradisi tersebut bukan berasal dari Indonesia. Berbagai jenis teh, pengolahan serta penyajiannya dapat ditemukan dari berbagai daerah. Teh Indonesia terkenal dengan mutunya yang tinggi sehingga menjadi komoditas ekspor yang unggul di Indonesia. Meskipun begitu, rata-rata konsumsi teh orang Indonesia masih rendah dengan 300gram per kapita per tahunnya jika dibandingkan dengan rata-rata di dunia yang mencapai 700 gram per kapitanya. Selain itu banyak masyarakat Indonesia yang hanya mengenal teh hitam dan teh hijau disamping banyaknya jenis teh lainnya yang juga bermanfaat bagi tubuh. Hal tentang teh Indonesia tersebut dibuat dalam bentuk media informasi dengan menggunakan metode penelitian kualitatif serta metode analisis SWOT. Studi pustaka serta kuisioner digunakan sebagai metode pengumpulan data dalam perancangan ini. Teori Desain Komunikasi Visual, teori perancangan buku, teori ilustrasi serta teori media informasi digunakan sebagai dasar dalam perancangan. Hasil akhir perancangan ini berupa *coffee table book* yang berisikan berbagai ilustrasi serta informasi mengenai teh di Indonesia. Penyajian ilustrasi dalam *coffee table book* tersebut dapat dinikmati oleh berbagai kalangan khususnya dewasa awal sehingga informasi yang disampaikan dapat diperoleh dengan baik dan menarik minat

Kata Kunci: *Coffee Table Book*, Media Informasi, Ilustrasi, Teh, Ragam

Abstract

Tea offers unique tastes based on the kind of tea leaves used. How it is served is varying as well, such as hot or iced, with or without sugar, boiled with the leaves or dip-and-wait as is the case of modern teabag. The tea is also made into cakes, snacks, as well as ice cream, cosmetic or otherwise. Although it didn't originate from Indonesia, drinking tea has been a part of our culture since long ago. It is not strange for Indonesians to be drinking tea while hanging with friends, or alone in the morning. The Indonesian tea itself is renowned for its quality that it is one of the prime exports of the archipelago. Indonesia is also the 7th largest tea producer in the world. Despite that, most Indonesians are only aware of green and black tea, eventhough there are more variants of tea from different regions in Indonesia, with different and interesting serving methods. In effort of introducing

various kinds of tea in Indonesia, as well as its benefits for the drinker, an effective and interesting Coffee Table Book prototype is made to be a media for people of age 18-20, so that it can attract people interest on Indonesian tea.

Keyword: *Coffee Table Book, Benefit, Informaion Media, Tea, Variety*

1. Pendahuluan

Teh adalah salah satu minuman yang umum dikonsumsi oleh masyarakat. Mengonsumsi teh setiap hari bukanlah menjadi kebiasaan aneh bagi orang Indonesia. Kebiasaan ini sudah tertanam lama sejak dahulu meskipun tradisi minum teh itu sendiri berasal dari Tiongkok. Teh memiliki rasa asli yang unik, manis dan rasa lainnya tergantung dari jenis teh yang dikonsumsi. Kebiasaan minum teh di Indonesia pun tidak mengenal waktu khusus. Di pagi hari saat sarapan hingga teman saat mengobrol santai bersama teman. Bahkan ketika memesan makanan di restoran, teh menjadi pilihan minumannya. Teh dapat disajikan hangat atau pun dingin, diseduh dengan cara tradisional seperti teh tubruk, maupun dinikmati secara mudah dan modern seperti teh celup. Selain digunakan untuk minuman, teh mulai dikembangkan sebagai bahan dasar kue, cemilan, es krim, hingga kosmetik. Indonesia merupakan penghasil teh ke-7 terbesar Tegal yang menggunakan poci tanah liat. Orang Tegal mengenal teko tanah liat dari pedagang China yang sedang transit di Tegal. Penyajian teh di Sumatera juga lain lagi, Sumatera Barat misalnya, mempunyai teh talua, teh dengan telur mentah yang dikocok bersama gula dengan perasan jeruk nipis sebagai minuman penambah energi.

Sebagai minuman yang umum dikonsumsi masyarakat, rata-rata konsumsi teh orang Indonesia cukup rendah yaitu 300gram per kapita

di dunia, tak heran teh menjadi minuman pilihan masyarakat sekaligus menjadi komoditas ekspor yang unggul di Indonesia. Mutu teh Indonesia dikenal memiliki kandungan katekin (antioksidan alami) tertinggi di dunia dengan mayoritas jenis teh hitam dan teh hijau.

Dengan tersebar luasnya komoditi teh di Indonesia, jenis teh di Indonesia menjadi sangat beragam. Dari jenis daun teh, rasa, bahkan hingga cara penyajian teh itu sendiri berbeda di tiap daerahnya. Penyajian tersebut tergantung personal masing-masing, misalnya ditambah gula, ditambah susu atau tanpa tambahan apa-apa. Berbagai wilayah di Indonesia pun juga mempunyai cara menyajikan tehnya masing-masing. Misalnya seperti di Jawa Tengah, teh hitam atau teh merah selalu diberi tambahan gula batu sehingga teh tersebut menjadi sangat manis. Ada pula cara penyajian teh dari

per tahun dibandingkan di dunia yang mencapai 700gram. Banyak masyarakat yang belum mengetahui ragam teh yang tersebar di Indonesia. Umumnya masyarakat hanya mengenal teh hitam atau teh hijau, bahkan tidak tahu adanya acara minum teh yang ada di Indonesia, padahal banyak sekali jenis teh dan penyajian teh yang dapat dinikmati. Selain itu masyarakat memiliki pengetahuan yang minim mengenai industri teh di Indonesia. Menurut Ketua Bidang Promosi Dewan Teh Indonesia, Ratna Soemantri, sekitar 80% teh

yang dihasilkan petani Indonesia tidak memiliki merk.

Dengan mengenal ragam dan manfaat teh Indonesia, popularitas olah teh dapat meningkat

2. Dasar Pemikiran

2.1 Desain Komunikasi Visual

Menurut Sumbo Tinarbuko, desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah (komunikasi atau komunikasi visual) untuk menghasilkan desain yang paling baru di antara desain yang baru (Tinarbuko, 1998:66). Menurut Yongky Safanayong (2006:2), desain merupakan suatu disiplin yang tidak hanya mencakup eksplorasi visual, tetapi terkait dan mencakup pula aspek-aspek seperti kultural-sosial, filosofis, teknis, dan bisnis. Desain komunikasi visual atau desain grafis merupakan proses pemecahan masalah, metode kreatifitas, dan evaluasi bentuk interdisiplin dengan bidang lainnya. Desain Komunikasi Visual memiliki empat fungsi utama yaitu to inform, to enlighten, to persuade, dan to protect.

2.2 Perancangan Buku

Menurut Oxford Dictionary, buku adalah hasil karya yang ditulis atau dicetak dengan halaman-halaman yang dijilid pada satu sisi atau karya yang ditujukan untuk penerbitan. Buku dianggap berhasil jika dapat menggugah minat khalayak sasaran dan memahami isi buku tersebut. Buku sebagai sebuah karya publikasi yang memiliki daya tarik tersendiri dari bentuk fisiknya. Buku memiliki format yang mampu menarik perhatian orang untuk membacanya (Kusrianto, Adi, 2006:1). Roger Fawcett dalam bukunya *New Book Design* mengatakan, ada hal-hal yang perlu diperhatikan dalam merancang sebuah buku, yaitu *packaging/*

sehingga dapat mendukung dan meningkatkan industri teh Indonesia. Maka dari itu, penulis membuat informasi tentang ragam dan manfaat teh di Indonesia dalam bentuk buku ilustrasi.

kemasan, navigation (tidak membingungkan dan menyesatkan), dan structure.

2.3 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan suatu gambar yang memiliki fungsi sebagai sarana untuk menjelaskan suatu kejadian. Kata ilustrasi berasal dari bahasa Belanda, *ilustratie*, yang artinya hiasan dengan gambar atau pembuatan suatu yang jelas. Ilustrasi menjelaskan tentang makna sebuah tulisan sehingga membantu pembaca memahami makna dari tulisan tersebut. (Rohidi, 1984)

2.4 Warna

Menurut Santoyo (2005:17) warna dibagi menjadi dua menurut asal kejadiannya, yaitu warna aditif dan subtraktif. Warna aditif adalah warna yang berasal dari cahaya dan disebut spectrum. Warna aditif terbentuk dari dua atau warna cahaya sehingga membentuk sebuah warna baru (warna RGB). Sedangkan warna subtraktif adalah warna yang berasal dari bahan yang disebut pigmen. Ketika dua warna pigmen atau lebih dicampurkan akan mengurangi intensitas dan jenis warna cahaya yang terpantul dari pigmen tersebut (warna CMYK). Louis Prang (1876) mengatakan warna dapat menjadi tiga bagian, yaitu hue (warna murni, tanpa diterangkan atau digelapkan), value (gelap terangnya warna), intensity (cerah atau suramnya warna, dikenal juga dengan saturation/chroma).

2.5 Layout

Layout adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk

mendukung konsep atau pesan yang akan dibawa (Rustan, 2009:0). Layout bertujuan memperlihatkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif sehingga memudahkan khalayak menyerap informasi yang disajikan. Pada layout terdapat beberapa prinsip dasar dalam membuat suatu layout yang baik, yaitu sequence (urutan), emphasis (penekanan), balance (keseimbangan), dan unity (kesatuan).

2.6 Tipografi

Tipografi merupakan seni merancang dan menyusun tata letak huruf untuk menghasilkan suatu kesan sehingga membantu pembaca merasa nyaman melihat tulisan baik dari segi keterbacaan maupun estetika. Roy Brewer (1971) mengatakan tipografi dapat memiliki pengertian luas yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak. Dalam pengertian lebih sempit tipografi hanya meliputi pemilihan, penataan dan berbagai hal bertalian pengaturan baris-baris susunan huruf (typeset), tidak termasuk ilustrasi dan unsur-unsur lain yang bukan susunan huruf pada halaman cetak. Tipografi digunakan agar teks mudah dibaca (readability) dan dikenali setiap

huruf dan kata teks tersebut (legibility). Tipografi membuat sebuah tulisan lebih menarik sehingga pembaca mau membaca keseluruhan teks.

2.7 Media Informasi

Media merupakan salah satu komponen komunikasi dalam pembawa pesan dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) (Criticos, 1996), dan informasi merupakan data yang telah diolah menjadi bentuk lain yang lebih berguna bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang (Gordon B. Davis, 1990: 11). Media Informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi. Menurut Sobur (2006) media informasi merupakan alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses dan menyusun kembali informasi visual. Media Informasi digunakan sebagai penunjang informasi yang tepat sasaran sehingga bermanfaat bagi pembuat dan dibutuhkan oleh masyarakat.

3. Konsep dan Hasil Perancangan

3.1 Konsep Pesan

Pesan yang ingin disampaikan melalui perancangan ini kepada target audience berusia 18-25 tahun, agar dapat lebih mengenal teh di Indonesia yang menjadi salah satu komoditi utama di Indonesia. Sebagai masyarakat yang tinggal di negara produsen teh terbesar ke-7 di dunia, sebaiknya dapat memahami industry teh itu sendiri. Persebaran teh di masyarakat sebenarnya cukup luas namun konsumsi teh yang masih rendah dibanding negara lainnya cukup menjadi

perhatian. Dalam memahami teh tersebut diperlukan pengenalan mengenai teh kepada masyarakat melalui perancangan berupa media buku ilustrasi yang informatif. Perancangan ini diharapkan dapat menambah minat masyarakat terhadap teh Indonesia. Sehingga konsumsi teh masyarakat Indonesia meningkat dan mutu teh Indonesia yang terbaik dapat dinikmati oleh masyarakat.

Kata Kunci : Akrab, Informatif, Ramah, Sehat

3.2 Konsep Kreatif

Dalam merancang media mengenai pengenalan ragam dan jenis teh di Indonesia diperlukan suatu konsep kreatif agar informasi yang disampaikan menarik dan efektif bagi masyarakat. Konsep kreatif dalam perancangan ini menggunakan media buku ilustrasi. Buku tersebut disajikan mirip dengan coffee table book yang biasanya berisikan foto atau gambar tanpa teks yang panjang. Buku ini tetap disesuaikan dengan target audience yaitu masyarakat usia 18-25 tahun dengan ilustrasi dengan penggambaran karakter yang muda dan modern. Warna yang digunakan adalah warna-warna cerah yang agar menarik serta memberi kesan fresh. Tipografi yang digunakan dalam buku yaitu jenis sans serif agar terkesan modern dan rapih sebagai kontras dengan ilustrasi yang disajikan. Teks dalam buku disampaikan secara ringkas tetapi juga informatif. Dengan perancangan seperti ini diharapkan masyarakat khususnya dewasa muda (target audience) dapat mengenal dan mulai melestarikan teh di Indonesia.

3.3 Konsep Perancangan

3.3.1 Konsep Media Utama

Perancangan mengenai teh ini menggunakan media buku ilustrasi sebagai bentuk media utamanya. Buku ilustrasi dipilih menjadi media utama karena ilustrasi dapat menyampaikan tambahan daripada hanya menggunakan teks. Selain itu ilustrasi dapat menarik perhatian target audience sehingga mulai tertarik dengan teh di Indonesia dan mengenalnya lebih dalam.

3.3.2 Konsep Komunikasi

Dalam perancangan mengenai ragam dan manfaat teh ini diperlukan strategi komunikasi agar informasi yang akan disampaikan dapat diterima serta menarik perhatian target audience. Pada perancangan ini, penulis dapat menggunakan

AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) sebagai konsep komunikasinya.

1. *Attention* (Perhatian)

Sampul depan buku ilustrasi yang akan dirancang menjelaskan isi dari buku tersebut disertai dengan ilustrasi dan judul pada sampul buku agar menarik perhatian masyarakat melihat buku dari sampul depannya dahulu. Media pendukung seperti poster dan merchandise dapat menjadi media promosi untuk menarik perhatian masyarakat.

2. *Interest* (Minat)

Teh secara tidak sadar menjadi salah satu tradisi di Indonesia. Buku mengenai teh sendiri khususnya buku ilustrasi mengenai teh Indonesia jarang ditemui di masyarakat. Ilustrasi yang digunakan ilustrasi yang dapat mencakup semua kalangan. Buku ilustrasi ini tidak hanya membahas ragam dan manfaat teh saja namun juga menjelaskan teh secara umum di Indonesia, seperti sejarah, tahap produksi teh, perkembangan teh di Indonesia, serta resep-resep teh populer pada saat sekarang

3. *Desire* (Keinginan)

Ketika ketertarikan masyarakat terhadap buku tersebut itu muncul, masyarakat tersebut berkeinginan untuk membeli buku tersebut.

4. *Action* (Aksi)

Pembaca menjadi lebih paham terhadap perkembangan teh di Indonesia dan diharapkan masyarakat dapat mengkonsumsi teh lebih sering. Dengan demikian konsumsi teh rata-rata di Indonesia, produksi teh, dan kesehatan masyarakat Indonesia dapat meningkat. Mutu teh Indonesia yang baik tidak hanya dapat dikonsumsi oleh luar negeri dan kalangan atas tetapi juga masyarakat lainnya.

3.3.3 Konsep Visual

Perancangan buku ilustrasi ini membutuhkan konsep visual sebagai acuan dalam konsistensi buku secara keseluruhan. Visual tersebut juga digunakan sebagai ciri khas dari sebuah karya agar dapat diingat dan dibedakan dengan karya lainnya. Perancangan buku ini menggunakan ukuran buku persegi dengan hardcover serta menggunakan ilustrasi yang simple dengan teknik pewarnaan cat air secara digital



Gambar 1 Contoh Ilustrasi Teh
Sumber: Pinterest

Perancangan ini menggunakan dua tipe huruf, sans serif “Gothan Black” sebagai judul dan subjudulnya, dan serif “Adobe Garamond” sebagai isi dari buku ilustrasi ini.

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJ
1234567890.,:; ' " (!?) +*/*/=**

12 **The quick brown fox jumps over the lazy dog. 123456**
18 **The quick brown fox jumps over the**

Gambar 2 Huruf Henriette Black
Sumber: Rahmatavia Annisa’ Harza

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,:; ' " (!?) +*/*/=

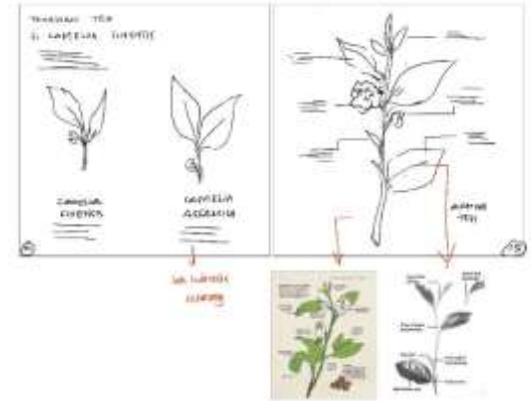
12 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890
18 The quick brown fox jumps over the lazy dog. 1234567890

Gambar 3 Huruf Adobe Garamond Pro
Sumber: Rahmatavia Annisa’ Harza

Perancangan ini juga memerlukan juga media pendukung sebagai penyokong penyebaran media utama. Media pendukung yang digunakan adalah

poster, postingan social media serta merchandise seperti stiker, pin, tas dan lainnya

3.4 Hasil Perancangan Media Utama

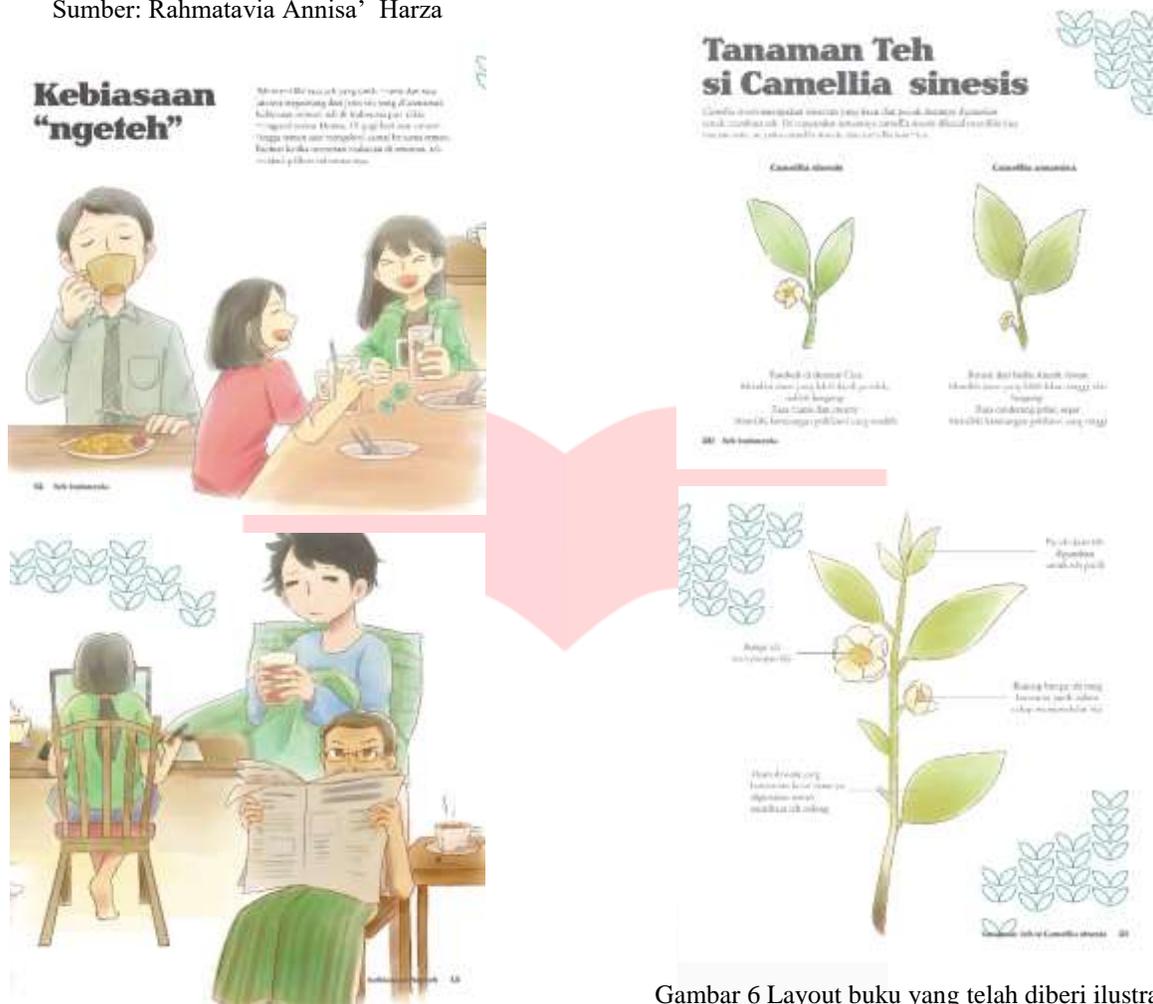


Gambar 4 Sketsa Layout Buku
Sumber: Rahmatavia Annisa’ Harza



Gambar 5 Ilustrasi yang telah diwarnai

Sumber: Rahmatavia Annisa' Harza



Gambar 6 Layout buku yang telah diberi ilustrasi dan teks

Sumber: Rahmatavia Annisa' Harza

Media Pendukung



Book Launching & Discussion
"Mengenali Industri Teh Indonesia"



Bersama



Ratna Soemantari
Founder
Indonesia Tea Institute

Teh tidak hanya menjadi kebutuhan ataupun hobi. Ternyata Indonesia punya beragam teh yang dapat kita nikmati. Temukan lebih lanjut!

10 Juli 2020 10:00
@Teapotto Bandung
Jl. Bengawan No. 25, Riza, Bandung

Registrasi:
bit.ly/DibalikSecangkirTeh

Utama anak Teapotto

021-8821115128

4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Melalui perancangan ini, disimpulkan bahwa konsumsi teh di masyarakat memang masih kurang serta kurangnya pengetahuan mengenai teh Indonesia itu sendiri. Masyarakat banyak yang tidak tahu asal mulanya teh di Indonesia, mengetahui bedanya teh hijau dan teh hitam dari warnanya. Masyarakat umumnya mengenal teh hitam, teh hijau dan beberapa teh herbal seperti teh chamomile walaupun banyak sekali ragam teh yang ada. Maka dari itu penulis membuat buku ilustrasi sebagai media dalam mengenalkan teh Indonesia ke masyarakat. Buku ilustrasi tidak hanya dapat dinikmati oleh target audience namun juga khalayak umum dapat menerima informasi yang disampaikan. dengan perancangan ini diharapkan masyarakat dapat

mengenal teh Indonesia lebih dalam lagi, meningkatkan konsumsi rata-rata masyarakat Indonesia serta dapat menikmati mutu teh indonesia yang terbaik di dunia.

Saran

1. Selalu memperhatikan konsumsi minumannya agar tidak banyak mengonsumsi gula berlebihan yang dapat menyebabkan diabetes, teh dapat menjadi salah satu opsi minuman yang baik bagi tubuh, baik itu seduhan daun teh ataupun teh herbal.
2. Meyebarkan informasi mengenai teh ini kepada khalayak yang tertarik dengan teh dan yang tidak tahan oleh kafeinnya kopi, karena teh juga mengandung kafein seperti kopi.
3. Memberikan saran dan masukan bagi penulis untuk karya lain kedepannya

Daftar Pustaka

Buku & Literasi lainnya

- Brewer, Roy. 1971. *An Aproach to Print: A Basic Guide to the Printing Processes*. London: Blandford Press
- Creswell, John W. 2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka pelajar
- Kurniawan, A., Kadarisman, A. and Hidayat, S., 2017. *Perancangan Media Informasi Berkendara Untuk Pengguna Vespa Di Jakarta*. eProceedings of Art & Design, 4(1).
- Kusrianto, Adi. 2006. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Surabaya: Penerbit Andi.
- Lestari, D.S. and Aditya, D.K., 2017. *Perancangan Media Edukasi Tanggap Menghadapi Bencana Banjir Untuk Anak-anak Di Dayeuhkolot*. eProceedings of Art & Design, 4(3).
- Martin, Laura C. 2018. *A History of Tea: The Life and Times of World's Favorite Beverage*. Tuttle Publishing
- Sugiyama, Kotaro dan Andree, Tim. 2011. *The Dentsu Way*. United States: Dentsu Inc.
- Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2005. *Dasar-dasar Tata Rupa & Desain*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Prawira, Sulasmi Darma. 1989. *Warna sebagai salah satu unsur seni & desain*. Jakarta: P2LPTK.
- Utari, A.D. and Nugraha, N.D., 2018. *Perancangan Media Informasi Mengenai Perkembangan Mixtape Di Kota Bandung*. eProceedings of Art & Design, 5(3).

Internet

- Alodokter. (13 Juni 2019). Manfaat Daun Mint untuk Kesehatan yang Sayang Dilewatkan. Diakses pada 7 April 2020, dari <https://www.alodokter.com/>
- Balittri. (29 November 2012). Mengenal 4 Macam Jenis Teh. Diakses pada 2 April 2020, dari <http://balittri.litbang.pertanian.go.id/>
- Balittri. (19 November 2019). Perbedaan Varietas Assamica dan Sinesis. Diakses pada 2 April 2020, dari <http://balittri.litbang.pertanian.go.id/>
- Binus University. (26 Agustus 2015). Jenis-jenis Warna Berdasarkan Keharmonisannya. Diakses pada 30 Maret 2020, dari <https://dkv.binus.ac.id/>
- CNN Indonesia. (18 Oktober 2019). Industri Teh Dalam Negeri Tertekan Impor dan Penurunan Ekspor. Diakses pada 29 Maret 2020, dari <https://www.cnnindonesia.com/>
- Indonesia-Investment. (22 November 2015). Teh. Diakses pada 1 April 2020, dari <https://www.indonesia-investments.com/id/>
- Jakarta Review. (19 Oktober 2019). Asosiasi Sebut Industri Teh Indonesia Lesu. Diakses pada 7 Mei 2020, dari <https://jakrev.com/>
- Kitchn. (9 Mei 2016). Your Herbal Tea Isn't Really Tea. Diakses pada 7 April 2020, dari <https://www.thekitchn.com/>
- Literasi Publik. (3 November 2017) Pengertian Literasi Media. Diakses pada 6 Mei 2020, dari <https://www.literasipublik.com>
- Official Website of West Java Province. (2 Agustus 2019). West Java Effort to Increase Indonesian Tea Popularity in the World. Diakses Pada 18 Januari 2020, dari <https://www.jabarprov.go.id/>
- RateTea.com. (8 November 2017). West Java, Indonesia. Diakses pada 5 April 2020, dari <https://ratetea.com/>
- Republika.co.id. (24 Juli 2019). Tea Master Cup Angkat Ragam Budaya Teh Indonesia. Diakses pada 13 April 2020, dari <https://republika.co.id/>
- Silver Tips. (28 September 2019). Fruit Tisanes: Noy Your Ordinary Herbal Tea. Diakses pada 10 April 2020, dari <https://www.silvertipstea.com/>
- The Spruce Eats. (25 Oktober 2019). What Is a Tisane? Diakses pada 7 April 2020, dari <https://www.thespruceeats.com/>
- Unilever Food Solution. Tradisi Minum Teh Orang Indonesia. Diakses Pada 18 Januari 2020, dari <https://www.unileverfoodsolutions.co.id/>