

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teh merupakan minuman yang paling banyak dikonsumsi di dunia, setelah air (Sharma., 2013). Selain karena memiliki rasa yang memikat dan aroma yang harum, teh juga digemari karena manfaat kesehatannya. Dalam legenda Tiongkok dipercayai bahwa teh telah dikonsumsi sejak 3.000 tahun sebelum masehi dan banyak digunakan untuk kebutuhan pengobatan (Hilal & Engelhardt 2007). Minum teh juga sudah menjadi salah satu budaya masyarakat Indonesia yang mulai dikenal dan dibangun sejak zaman penjajahan. Pada dasarnya semua jenis teh berasal dari tanaman yang sama, yaitu *Camellia Sinensis* (De Mejia, 2009). Kriteria pemetikan dan proses produksi merupakan faktor yang menyebabkan adanya perbedaan karakteristik pada masing - masing jenis teh. Selain teh hitam dan teh hijau yang sudah lebih dikenal, dewasa ini di Indonesia mulai dikenal teh putih sebagai jenis teh yang kaya akan kandungan antioksidan.

Catatan menunjukkan bahwa teh putih dipercayai berasal dari Dinasti Song (620 -1279) dan awalnya khusus dikonsumsi oleh keluarga kerajaan (Sharma, 2013). Teh putih dipetik dari daun teh yang sangat muda dan belum mekar (peko) yang diselubungi oleh rambut halus berwarna putih keperakan (Van Der Hoof 2012). Dengan proses pemetikan yang unik ini, teh putih memiliki kandungan antioksidan, polifenol, dan *flavonoid* yang paling tinggi dibanding jenis teh lainnya dan kadar kafein yang lebih rendah (Hartoyo 2003). Alih-alih mengalami oksidasi penuh seperti halnya pada teh hitam, tahap pemrosesan teh putih tidak mengalami oksidasi (Bartlett, 2004). Hal ini yang menyebabkan terjaganya kandungan antioksidan secara alami di dalam teh putih.

Melihat kandungan antioksidan yang tinggi, teh putih diduga memiliki manfaat kesehatan, diantaranya *cardioprotective* (baik untuk jantung), *neuroprotective*

(baik untuk saraf), anti-diabetes, anti kanker, dan anti mikroba (Dias, 2013). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa lembaga seperti *University Hospitals of Cleveland*, *Case Western University*, dan Pusat Penelitian Teh dan Kina (PPTK). Sayangnya manfaat kesehatan yang dimiliki teh putih masih belum banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia dan pemanfaatannya juga masih terbatas. Berangkat dari kondisi itu, maka tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih jauh peluang komersialisasi teh putih di Indonesia, khususnya sebagai produk minuman teh putih, selaras dengan perkembangan perilaku konsumen Indonesia.

Teh Putih mempunyai harga yang tinggi dan menjadikan teh putih sebagai symbol status sosial seseorang. Karena harganya yang tinggi itu yang menyebabkan tidak banyak orang yang mengkonsumsinya sehingga teh putih menjadi kurang populer. Dilansir dari situs *Ballitri (Balai Penelitian Tanaman Industri dan Penyegar)*, 17 Juni 2018, harga teh putih yang merupakan produk impor dari China dan Taiwan seperti Supreme Grade berkisar Rp155.00,-/kemasan 30g dan High Grade Rp.120.000,/ 30g. Dan proses pembuatannya yang rumit seperti yang dikatakan narasumber *Specialist Tea Indonesia* Oza Sudewo (2020) di wawancara di tempat tinggalnya, mengatakan bahwa teh putih adalah teh yang eksotis. Karena, pengambilan daun harus masih kuncup sebelum matahari terbit dan memiliki bulu-bulu halus segera dijemur selama beberapa hari dan tidak boleh terkena air sedikitpun serta tidak boleh teroksidasi dan dijual di pasaran dengan perkilonya yang cukup mahal.

Dalam penelitian Fakultas Kedokteran UPN Jakarta, Merlina Dewiastuti (2016: 21-23) memaparkan bahwa perempuan remaja menuju dewasa berusia 25-30 tahun adalah sebuah awal penuaan dini secara intrinsic akan dimulai. Peneliti mencari relevansi antara faktor penuaan dini dan juga hasil penuaan dini yang terjadi pada rentang usia tersebut. Kesimpulannya sebanyak 67,35% dari 136 subjek perempuan telah kehilangan kolagen sebanyak 5% secara keseluruhan secara berkala setiap tahunnya akibat pola hidup mereka dan juga produksi radikal bebas yang terjadi secara biologis. Dan kemunculan radikal bebas secara intrinsik

hanya bisa dikurangi dengan konsumsi antioksidan dan *flavonoid* cukup tinggi yang berada dalam teh putih dan biji-bijian. (Zhaluku, dkk., 2016: 735)

Kurangnya pengetahuan serta peminat teh putih di Indonesia menjadikan teh putih lebih banyak diminati di pasar Eropa. Dikarenakan media informasi yang masih kurang di masyarakat sendiri menyebabkan pengetahuan perempuan tentang khasiat antioksidan teh putih masih minim. Pada rentang umur remaja menuju dewasa perempuan di Indonesia cenderung mengalami penuaan dini akibat gaya hidup dan produksi kolagen yang menurun akan sangat berdampak untuk kesehatan kulit. Oleh karena itu, penulis merancang media informasi berupa buku ilustrasi mengenai teh putih sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan minat perempuan dewasa di Kota Bandung.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis menyimpulkan inti permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut:

1. Terlalu sedikit masyarakat yang mengetahui tentang teh putih khususnya masyarakat Bandung.
2. Kurangnya paparan informasi dan media terkait manfaat dan kegunaan teh putih bagi kesehatan dan kulit.
3. Minimnya media promosi yang dibuat oleh merk dagang teh putih dalam tahap mempromosikan produk mereka.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, penulis dapat merumuskan:

1. Bagaimana merancang buku ilustrasi mengenai teh putih Gombang kepada masyarakat khususnya perempuan di Kota Bandung?
2. Bagaimana strategi visual yang dapat memberi edukasi kepada wanita?

1.4. Tujuan Perancangan

Perancangan ini memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Menghasilkan media informasi mengenai teh putih Gambung sehingga dapat memperkenalkan kepada masyarakat di Kota Bandung.
2. Merancang sebuah visualisasi yang menjadi media utama untuk media informasi agar dapat di mengerti oleh perempuan.

1.5. Ruang Lingkup

Dalam mengerjakan perancangan diperlukan batasan-batasan masalah yang jelas sehingga pembahasan yang dibicarakan tidak meluas. Adapun batasan-batasan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Apa : jenis teh putih memiliki banyak manfaat dan khasiat yang di punya. Namun di karenakan kurang media informasi yang baik menyebabkan wanita dewasa tidak mengetahui manfaat dan khasiat dibalik teh putih itu tersebut
2. Siapa : Perempuan berusia 25-30 tahun, SES A-B+
Perempuan usia tersebut penulis pilih karena usia tersebut merupakan usia untuk mencegah dan merawat penuaan dini serta mengurangi kehilangan kolagen yang berlebih. Umur tersebut juga merupakan *potential audience* untuk memaparkan khasiat yang akan mengubah mereka untuk membeli.
3. Tempat : Kota Bandung
4. Waktu : Januari 2020 – Juli 2020
5. Mengapa : Perancangan media informasi ini bertujuan untuk memperkenalkan teh putih dan khasiatnya jarang diketahui masyarakat luas terutama Kota Bandung, juga untuk media mempromosikan merk dagang the putih.
6. Bagaimana : Media informasi teh putih asal Jawa Barat ini dilakukan dengan

cara merancang sebuah buku berisikan literasi mengenai khasiat produk didukung oleh ilustrasi.

1.6. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam perancangan media informasi ini dengan menggunakan metode kualitatif. Menurut Meleong (2005:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara memahami fenomena yang di alami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, tindakan dan lain lain yang dideskripsikan melalui kata kata.

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Berikut adalah empat metode yang digunakan penulis sebagai pedoman pengumpulan data:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2008: 199) kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner akan dilakukan dengan *random sampling*. *Random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel (Sugiyono, 2003: 74).

Penulis akan melakukan *random sampling* melalui kuesioner yang akan disebarakan melalui media sosial seperti fitur InstaStory di Instagram.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung untuk dapat mengetahui adanya objek, situasi, indeks dan makna untuk mengumpulkan data. Penulis melakukan observasi mengenai pengembangan produk dagang di kebun teh Gambung Ciwidey, Jawa Barat untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan masyarakat mengenai teh di Indonesia.

3. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab oleh orang tertentu kepada sebuah sumber informasi. Oleh karena itu, penulis melakukan wawancara

untuk mendapatkan informasi mengenai teh putih kepada salah satu *Specialist* teh di Indonesia dan Pusat Penelitian Teh & Kina lalu juga ke penjual teh putih .

4. Studi Pustaka

Hasil penelitian akan semakin kredibel apabila didukung dengan foto-foto atau karya tulis akademik yang telah ada (Sugiyono, 2008: 83). Penulis mencari informasi dari literasi melalui jurnal terdahulu, buku konvensional dan buku *digital*.

1.6.2. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan penulis untuk merancang pembuatan media informasi mengenai teh putih asal Jawa Barat ini analisis matriks. Menurut Didit (2019: 104) bahwa analisis matriks adalah membandingkan objek visual dengan diujarkannya dan dinilai menggunakan tolak ukur yang sama.

1.7. Kerangka Perancangan

<p>Fenomena Dan Objek Penelitian</p> <p>Penting : Masih banyak tidak mengetahui teh putih dan juga manfaat nya. Genting Masalah : Nilai dan khasiat dari teh putih sangatlah banyak dan masih kurangnya pengetahuan bahwa antioksidan dari teh putih lebih tinggi dari jenis teh lainnya.</p>	
<p>Lata Belakang</p> <p>Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai teh putih di karenakan teh putih terbilang mahal, namun sebagian dari Pembeli yang mayoritasnya perempuan. Mereka mengkonsumsi teh putih untuk menurunkan berat badan kolesterol. Sementara manfaat utama kaya antioksidan yang tinggi sebenarnya untuk kesehatan kulit</p>	
<p>Identifikasi Masalah</p> <p>Kurangnya media informasi yang mengangkat mengenai teh putih di bandung dan minimnya pengetahuan masyarakat mengenai teh</p>	
<p>Fokus Masalah</p> <p>Teh putih yang seharusnya di ketahui dari nilai manfaat nya karena mempunyai kadar antioksidan yang tinggi lalu dapat mencegah dan mengobati dalam tubuh maupun luar tubuh</p>	
<p>Hipotesa Masalah</p> <p>Asumsi dan Hipotesa Masalah bahwa teh putih adalah teh yang eksotis dikarenakan dari cara proses hingga menikmatinya dan terlebih teh putih mempunyai banyak manfaatnya.</p>	
<p>Opini</p> <p>Menurut dari beberapa sumber teh putih adalah jenis teh yang <i>elegant</i> dan eksotis. Karena mulai dari proses pemetikannya sampai menghidangnya dan mempunyai banyak manfaat lebih dari jenis teh lainnya. Namun masih banyak</p>	<p>Issue</p> <p>Terdapat dari situs <i>Mongabay</i> “ Teh putih terhitung mahal namun mempunyai banyak manfaatnya di bandingkan jenis teh lainnya”</p>
<p>Solusi</p> <p>Menghasilkan media informasi yang baik mengenai teh putih asal Jawa Barat. Sehingga dapat memberikan edukasi dan menaikkan pembelian dari produk teh putih.</p>	
<p>Metode</p> <p>Melakukan pengumpulan data dengan cara : melakukan survei kepada Specialist Tea, para ahli dan distributor dari teh putih yang berada di Jawa Barat. Mencari informasi yang valid dan memecahkan masalah untuk perancang media</p>	<p>Perancangan</p> <p>Membuat media informasi untuk memberi edukasi kepada masyarakat.</p>

Tabel 1.1. Kerangka Penelitian

Sumber: Abdillah Aziz, 2020

1.8 Pembabakan

1 BAB 1 PENDAHULUAN

Memaparkan latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan perancangan, metode penelitian, kerangka penelitian, dan pembabakan laporan.

2. BAB 2 DASAR PEMIKIRAN

Menjelaskan teori-teori atau dasar menganalisis yang akan dipakai sebagai pijakan untuk merancang

3. BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH

Menelaah data yang diperoleh menggunakan landasan teori, dengan perbandingan, tabel atau uraian sebab akibat, untuk konsep dan strategi perancangan.

4. BAB 4 KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

Menjabarkan strategi dan hasil perancangan.

5. BAB 5 PENUTUP

Mendeskripsikan kesimpulan akhir mengenai rangkuman dan saran dari penelitian.