

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengonsumsi minuman teh merupakan budaya yang sudah lama dilakukan di Indonesia, dari kalangan manapun dan tingkat apapun. Hampir semua rumah di Indonesia memiliki teh untuk di sajikan dirumahnya, selain itu teh menjadi minuman yang paling digemari masyarakat selain kopi (Anggraini, 2017:4). Kelaziman masyarakat Indonesia mengonsumsi teh, menjadikan teh sebagai minuman rutin untuk setiap pagi, sebagai minuman perjamuan untuk para tamu ketika hajatan, atau sebagai minuman untuk bersantai karena memiliki harga yang murah serta rasanya yang nikmat membuat teh banyak disukai masyarakat maupun dari kalangan bawah sampai kalangan atas (Khomsan, 2006) .

Indonesia memiliki banyak varian campuran teh sendiri, banyaknya bahan dan rempah-rempah membuat Indonesia bisa menciptakan banyak jenis campuran *tea blending*, namun masyarakat masih kurang memahami tentang *tea blending* tersebut dan cara memproses atau menyeduhnya. Dikutip dari wawancara Ratna Somantri selaku ahli *tea blending* dalam artikel wolipop.detik.com, menyeduh teh tidak boleh sembarangan, orang Indonesia sebenarnya sudah familiar dengan teh namun masih belum mengerti teh yang bagus dan juga cara penyajiannya, dan itu sangat disayangkan. Ratna sendiri merasa prihatin dengan minimnya pengetahuan masyarakat mengenai penyeduhan teh. Kebanyakan dari mereka masih keliru dalam cara menyajikannya dan itu membuat nilai teh menjadi berkurang, baik dari rasa, aroma, dan juga khasiatnya

Tea Blending seperti yang didefinisikan oleh Ratna Somantri (2022) adalah sebuah seni dalam menyeduh teh dengan mencampurkan bahan-bahan lain, seperti bunga, buah, atau berbagai herbal yang ditujukan untuk membuat racikan teh baru. Banyak sekali manfaat yang ada di dalam *Tea Blending* ini dibandingkan dengan jenis teh biasa pada umumnya, penambahan variasi bahan-bahan tersebut akan memberi khasiat lebih di dalam seduhannya. *Tea blending* ini bisa menjadi transformasi budaya teh di Indonesia, yang akan memberikan konsep baru dan variasi yang lebih luas tentang dunia teh di Indonesia. Namun belum banyak masyarakat yang belum mengerti tentang cara memproses *tea blending*, *tea blending* merupakan hal baru bagi sebagian masyarakat, beberapa media informasi dan panduan mengenai *tea blending* juga belum banyak.

Sila Tea merupakan produsen *tea blending* atau teh artisan yang punya beragam jenis campuran teh asli Indonesia yang memiliki ciri khas masing-masing dan merupakan UMKM binaan BUMN yang sudah melambung di mata dunia. Berdiri sejak 2018 oleh Redha Taufik Ardias, dikutip dari kabarbumn.com dalam artikelnya yang ditulis pada tahun 2022, Sila Tea didirikan karena melihat masyarakat Indonesia kebanyakan masih mengonsumsi teh kualitas rendah. Sila Tea ingin menghadirkan teh otentik asli Indonesia yang berkualitas tinggi dan mengembangkan kekayaan ragam teh di Indonesia yang berkualitas baik. Sila Tea memiliki unsur *Sociopreneur* dan semangat *Sustainability*, yang digambarkan akan membawa dampak positif yang *multiply*, dan akan membawa segmen teh Indonesia ke mata dunia. Sila Tea memiliki banyak variasi produk namun untuk memproses sendiri *tea blending* dibutuhkan keakuratan takaran, suhu, waktu, dan kepekatan jika ingin mengonsumsi produk tersebut dengan tepat. Tidak semua konsumen Sila Tea tau mengenai cara menyeduh *tea blending* produk Sila Tea sendiri. Sila Tea menyediakan buku panduan untuk menyeduh produk-produk mereka, namun media panduan berbentuk buku tersebut kurang interaktif bagi customer Sila Tea.

Media edukasi dan panduan tentang menyeduh *tea blending* yang ada sejauh ini melalui buku, video, dan juga website. Selain itu untuk belajar secara langsung mengenai penyeduhan *tea blending*, masyarakat harus bergabung dengan komunitas atau mendatangi toko teh atau *tea house* untuk praktik *tea blending* secara langsung, dan juga untuk bergabung ke dalam komunitas atau pergi ke toko teh atau *tea house* perlu mengeluarkan tenaga dan waktu yang banyak dan kurang praktis. Sedangkan, media *mobile apps* akan menjadi media alternatif yang menambah variasi media yang memiliki kelebihan lainnya. Media *mobile apps* akan lebih praktis, lebih interaktif, menarik secara visual, dan juga praktis untuk menjadi media edukasi dan panduan mengenai penyeduhan *tea blending*. Di Indonesia sendiri belum ada brand *tea blending* yang memiliki *mobile apps* sebagai variasi media panduan untuk penggunaannya .

Mobile apps merupakan platform atau perangkat lunak yang berguna dalam membantu mempermudah pekerjaan yang dilakukan oleh penggunanya (Cuello dan Vittone, 2013: 12). Perancangan *mobile apps* ini akan memberikan kemudahan konsumen sila dalam menyeduh *tea blending* dari produk Sila tersebut, yang kemudian akan menghasilkan pengalaman menarik dan kesan baru dalam menggunakan produk Sila.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang sebelumnya sudah dibahas, Identifikasi masalah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sila Tea sebagai brand yang menjual *tea blending* belum memiliki panduan menyeduh produknya dengan media yang lebih interaktif dan menarik
2. Media panduan menyeduh *tea blending* dari Sila belum ada yang berbentuk media aplikasi
3. Belum adanya perancangan tentang media yang diminta dari pemberi project untuk memperluas variasi media panduan menyeduh *tea blending* yang interaktif dan menarik

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana merancang *mobile apps* panduan menyeduh *tea blending* untuk produk Sila Tea yang lebih interaktif dan menarik?

1.4 Ruang Lingkup Permasalahan

Untuk memberi batasan dalam penelitian, ruang lingkup perlu dibuat, adapun ruang lingkup sebagai berikut:

a) Apa

Perancangan tugas akhir ini akan difokuskan pada pembuatan *mobile apps* untuk panduan menyeduh *tea blending* produk-produk Sila Tea yang menjadi variasi media yang interaktif dan menarik. Aplikasi ini akan menggunakan sistem media iOS dan android.

b) Siapa

Target perancangan Aplikasi ini mengacu pada segmentasi *konsumen* Sila Tea yang di dapat dari data sebelumnya

c) Dimana

Pengumpulan data dan perancangan akan dilaksanakan di Jawa Barat

d) Kapan

Pengumpulan data dan perancangan ini dilakukan dimulai dari Februari 2023

e) Kenapa

Perancangan ini dibuat untuk memberi panduan kepada konsumen Sila tentang cara menyeduh blending produk mereka, dan juga sebagai inovasi kepada brand Sila untuk meningkatkan *customer experience* mereka.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan dan identifikasi sebelumnya, maka tujuan dari pada penelitian ini adalah menghasilkan rancangan aplikasi panduan menyeduh *tea blending* untuk produk Sila Tea yang lebih interaktif dan menarik

1.6 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data akan di bagi menjadi 2 kategori, yaitu data primer yang berisi observasi, wawancara, dan kuisioner. Lalu kategori sekunder yang berisi studi pustaka seperti sebagai berikut :

A. Data Primer

a. Observasi

Metode observasi adalah sebuah metode pengumpulan data bersifat kuat secara metodologis. Observasi bukan sekedar bagias dari mengamati suatu objek, namun observasi memudahkan kita untuk memperoleh infomasi tentang dunia disekitar (Hasanah : 2017)

Observasi akan dilakukan terhadap aplikasi serupa sebagai bahan referensi dan juga bahan perbandingan dan media yang sudah ada sebelumnya.

b. Wawancara

Metode wawancara adalah proses tanya jawab yang di lakukan oleh dua orang untuk mendapatkan informasi dan ide yang hasilnya bisa disimpulkan dalam suatu topik tertentu. Metode wawancara merupakan cara untuk mengambil data dari objek yang kita teliti dengan sifat langsung atau lisan kepada narasumber yang diwawancara (Soewardikoen : 2019:53)

Pada penelitian ini wawancara akan dilakukan kepada founder dari brand Sila Tea sendiri, dan juga dilakukan kepada pakar Ui/Ux dan pakar *tea blending*

c. Kuesioner

Metode kuesioner adalah pengumpulan data yang didapatkan dengan memberi daftar-daftar pertanyaan mengenai suatu bidang yang diisi oleh para responden.

Data yang berjumlah banyak atau masif dapat dikumpulkan dengan mudah melalui kuesioner yang bersifat tertulis (Soewardikoen : 2019 : 60).

Pada penelitian ini kuesioner akan disebarluaskan kepada masyarakat yang sesuai dengan segmentasi dari *customer* Sila Tea.

B. Data Sekunder

a. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data dengan melakukan studi terhadap buku-buku, literatur, pernyataan, dan laporan yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang dipecahkan. Studi pustaka berfungsi sebagai perolehan dasar-dasar dan pendapat yang ditulis dan dilakukan dengan mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Nazir (2013 : 93)

Pada penelitian ini akan dilakukan studi pustaka terhadap berbagai data dan teori - teori yang diambil dari jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini seperti mengenai hal berikut, multimedia, aplikasi mobile, ui/ux, dan dkv.

1.7. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses menganalisa informasi-informasi dalam penelitian yang digunakan untuk menjawab suatu masalah dengan mengidentifikasi data yang telah dikumpulkan menggunakan teori-teori yang relevan (Soewardikoen, 2019 : 82-83)

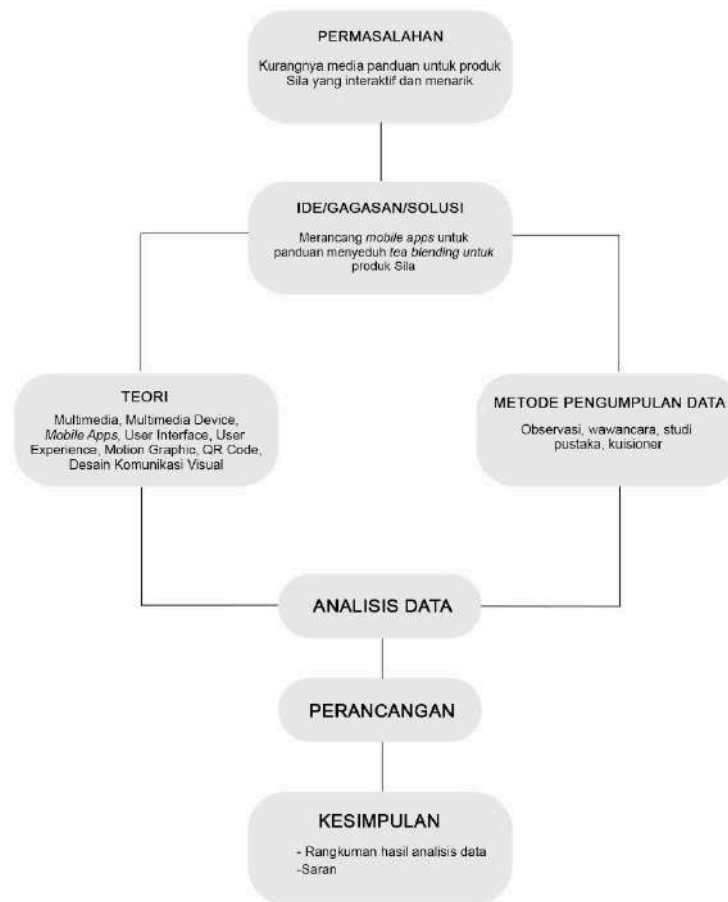
1. Analisis Visual

Analisis visual merupakan proses dalam menafsirkan suatu gambar atau visual untuk memahami informasi yang terkandung didalamnya (Soewardikoen, 2019: 88). Di penelitian ini analisis visual akan dilakukan terhadap aplikasi serupa yang sudah ada, serta analisis visual dari media yang media sebelumnya, dan objek visual dari brand Sila.

2. Analisis Matriks

Analisa melalui matriks adalah proses identifikasi beberapa data yang kemudian dibandingkan untuk diambil kesimpulannya melalui tabel perbandingan (Soewardikoen, 2019: 104). Dalam penelitian ini matriks akan digunakan untuk membandingkan informasi dari aplikasi serupa.

1.8 Kerangka Penelitian



Gambar 1. 1 Kerangka penelitian

(Sumber : Dokumen Pribadi)

1.9 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang dari permasalahan yang diambil, identifikasi masalah, memutuskan rumusan masalah, dan memberi ruang lingkup untuk batas penelitian dan juga tujuan dari perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi teori-teori yang akan dipergunakan pada penelitian ini, antara lain teori-teori yang berkaitan dengan tujuan perancangan *mobile apps* yang akan dibuat dan akan menjadi landasan dalam kerangka teori yang dibuat dan keseluruhan perancangan.

BAB III DATA DAN ANALISIS

Pada bab 3 dibahas analisa - analisa data yang sudah dikumpulkan lewat metode - metode pengumpulan data yang sudah dilakukan melalui observasi, wawancara, kuisioner, dan studi pustaka. Lalu bagian ini akan diakhiri dengan hasil analisis dan hasil kesimpulan dari hasil penelitiannya.

BAB IV PENUTUP

Bab 4 akan berisikan konsep-konsep perancangan *mobile apps* yang akan dibuat, seperti konsep pesan, konsep kreatif, konsep visual dan lainnya. Konsep-konsep tersebut akan menjadi acuan dalam perancangan prototype *mobile apps*.

BAB V KESIMPULAN

Bab 5 berupa hasil kesimpulan akhir dari perancangan *mobile apps* ini yang kemudian juga berisikan saran-saran yang dapat diharap dapat membantu perancangan menjadi lebih baik.