

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Sejarah mencatat bahwa teh telah dikonsumsi manusia lebih dari 3.000 tahun sebelum masehi. Bukan hanya sebagai teman dalam menikmati hidangan namun sering kali sebagai obat tradisional yang ampuh menyembuhkan penyakit. Di Negara China, teh seringkali disajikan sebagai minuman penutup hidangan. Ini bukan saja karena sebuah adat istiadat melainkan karena bangsa China tahu manfaat teh bagi tubuh mereka. Saat ini khasiat teh dalam menanggulangi penyakit seringkali tergeser oleh obat-obatan modern. Masyarakat memandang teh hanya sebagai pelengkap dalam menikmati hidangan tanpa menyadari khasiatnya yang hebat. Salah satu dari jenis teh yang ada adalah teh hitam, diolah dari pucuk daun teh dan melalui proses oksidasi penuh. Oksidasi ini menghasilkan zat bernama *theaflavin* dan *thearubigin*, zat yang menjadikan teh hitam memiliki antioksidan tinggi serta khasiat yang lebih baik dibanding teh lainnya. Dengan adanya kandungan kedua zat ini, teh hitam dipercaya lebih ampuh dalam menanggulangi penyakit seperti *stroke*, diabetes, jantung, dan penyakit-penyakit lain dengan membunuh radikal bebas yang beredar dalam tubuh. Rasa teh hitam yang kental, bau yang harum dan warna yang pekat juga menjadi nilai tambah bagi minuman yang berkhasiat menakjubkan ini.

Seperti yang telah dibahas diatas, teh sebagai minuman tradisional seringkali tergeser fungsinya oleh obat-obatan / suplemen dan vitamin modern sebagai efek dari kemajuan zaman dan teknologi. Belum banyak orang yang mengetahui khasiat minuman yang satu ini. Padahal jika ditelusuri lebih dalam, teh hitam memiliki khasiat yang sangat baik untuk kesehatan. Di tengah-tengah banyaknya radikal bebas yang beredar, teh hitam merupakan minuman ampuh untuk memproteksi tubuh dari serangan penyakit.

Khasiat teh hitam dalam menangkal radikal bebas tentunya merupakan topik menarik untuk menghidupkan budaya minum teh di Indonesia. Desain Komunikasi Visual dapat berperan dalam mengemas hal ini sehingga menarik perhatian dan minat konsumen. *Branding* produk teh hitam didukung dengan promosi yang

memuat nilai-nilai edukasi tentunya akan menghidupkan citra dan nilai positif teh hitam di masyarakat.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

1.2.1 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam makalah ini adalah

1. Apa keunggulan teh hitam dibanding teh jenis lain?
2. Apa manfaat teh hitam bagi kesehatan?
3. Bagaimana proses terbentuknya teh hitam?
4. Bagaimana meningkatkan kebiasaan minum teh dalam masyarakat?
5. Bagaimana menarik perhatian masyarakat untuk mengkonsumsi teh hitam secara rutin lewat media visual?

1.2.2 Ruang Lingkup

Yang menjadi batasan masalah dalam makalah ini adalah

1. Sasaran dalam mempublikasikan teh hitam ini adalah orang tua, sebagai target market primer dan paling potensial.
2. Sasaran akan ditujukan kepada kalangan menengah ke atas sesuai dengan jenis produk yang akan dibuat.
3. Publikasi teh akan disalurkan lewat strategi pemasaran seperti *branding* beserta promosi dan termasuk didalamnya desain kemasan produk.

1.3 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan rancangan dalam makalah ini adalah

1. Menginformasikan keunggulan teh hitam dibanding teh lain.
2. Menginformasikan manfaat teh hitam bagi kesehatan.
3. Menginformasikan proses pembuatan dan asal terbentuknya teh hitam.
4. Mempublikasikan dan mempromosikan khasiat teh secara kontinyu agar diingat masyarakat.
5. Merealisasikan media visual yang tepat dan efektif demi menarik minat masyarakat untuk mengkonsumsi teh hitam.

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber dan teknik yang digunakan dalam pengumpulan dan pengolahan data adalah sebagai berikut

1. Survey atau observasi lapangan/perusahaan terkait.
2. Wawancara terstruktur dengan orang ahli.
3. Studi pustaka dari berbagai buku, majalah serta informasi internet.
4. Kuesioner untuk data yang valid.

1. Survey atau observasi lapangan/perusahaan terkait

Survey atau observasi lapangan adalah cara mendapatkan data dengan turun langsung dan mengamati apa yang terjadi di lapangan.

2. Wawancara terstruktur dengan orang ahli

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data untuk tujuan memperoleh data dimana didalamnya terdapat interaksi antara si penanya dan yang ditanya. Wawancara terstruktur adalah wawancara dengan terlebih dahulu menyusun daftar pertanyaan yang nantinya akan ditanyakan kepada orang ahli/kompeten yang memiliki pengalaman dalam bidang yang bersangkutan.

3. Studi pustaka dari berbagai buku, majalah serta informasi internet

Studi pustaka didapat dari berbagai buku, majalah serta berbagai sumber informasi tertulis. Dilakukan untuk mendapatkan data yang benar, terpadu dan referensi yang tepat.

4. Kuesioner untuk data yang valid

Kuesioner adalah cara mendapatkan data dengan membagikan pertanyaan kepada beberapa orang untuk nantinya mengambil sebuah kesimpulan yang digunakan untuk mendukung proyek yang dilakukan.

1.5 Skema Perancangan

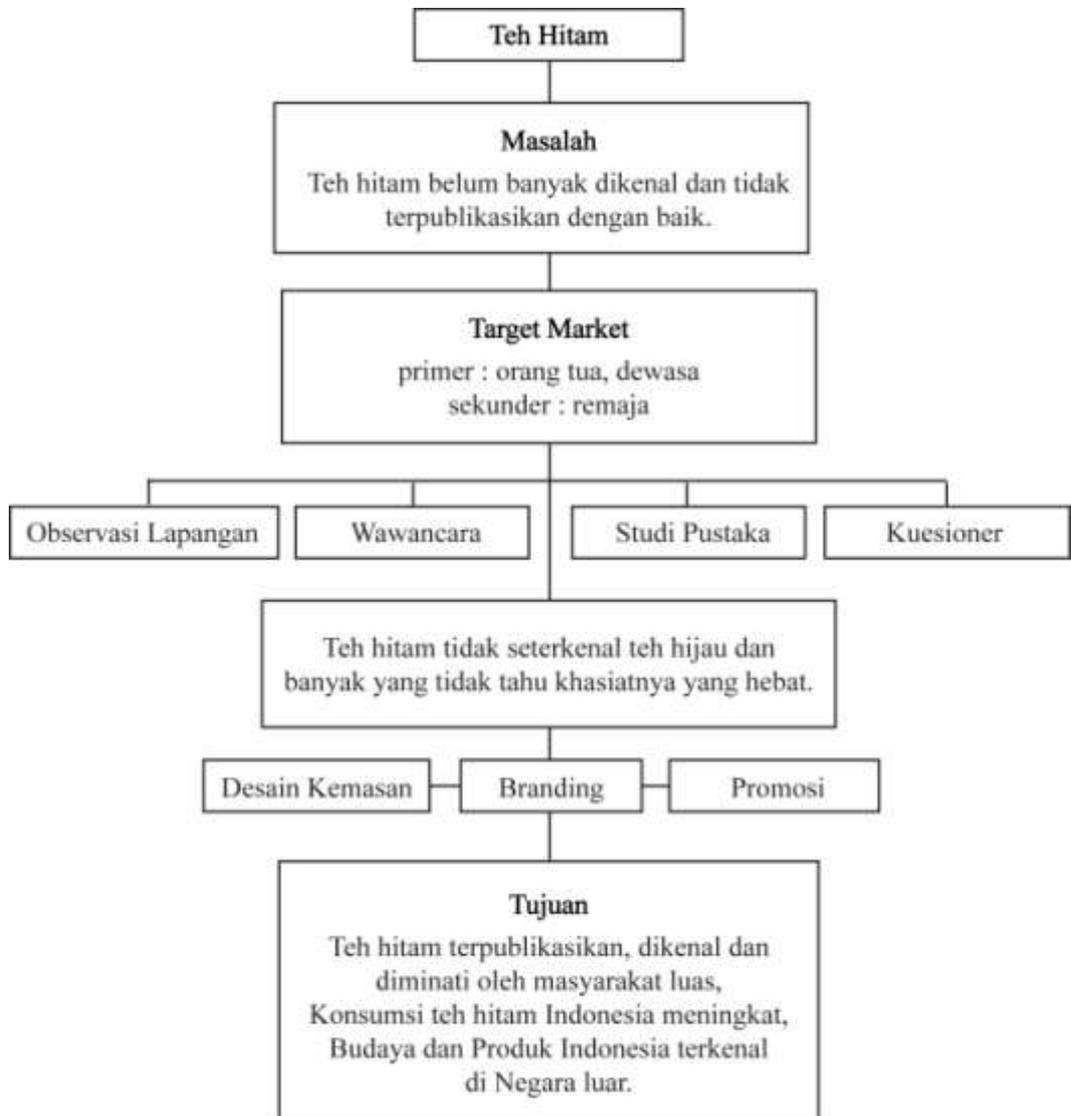


Diagram 1. Skema Perancangan

Sbr : dokumentasi penulis