

Desain Vernakuler pada Media Kemasan Teh Seduh

Adityo B. Hardoyo

Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung

Abstrak. *Teh adalah salah satu minuman yang banyak digemari di dunia, dihasilkan dari seduhan daun teh yang dikeringkan dengan menggunakan air mendidih. Tanaman teh pertama kali datang ke Indonesia tahun 1684, dibawa dari Jepang oleh Andreas Cleyer. Tanaman teh tumbuh baik pada ketinggian sekitar 2.000 meter, di Indonesia perkebunan teh terdapat di Jawa Barat, Jawa Tengah, Sumatra Utara, dan Sumatra Barat. Adanya peniruan budaya asing yang digabungkan dengan budaya lokal oleh kelompok atau individu menghasilkan desain vernakular pada kemasan teh. Riset ini dibagi menjadi tiga kelompok ilustrasi atau ikon pada kemasan teh berdasarkan pendekatan visual, kelompok satu berdasarkan benda keseharian, kelompok dua berdasarkan manusia, dan kelompok tiga adalah ikon heraldik. Dari ilustrasi kemasan dapat menjelaskan gaya berbusana, gaya arsitektur, dan keadaan sosial ekonomi pada saat itu. Kebanyakan desain kemasan teh menggunakan warna merah dan hijau, warna tersebut dianggap menarik, bermakna harapan dan keberuntungan, juga warna dari daun teh itu sendiri. Huruf bergaya San Serif banyak digunakan karena karakteristiknya yang kuat dan bersih.*

Kata Kunci: *Teh, Desain Vernakular, Kemasan, Merek, Ilustrasi.*

Pendahuluan

Teh adalah minuman yang dibuat dari seduhan daun muda yang dikeringkan dari tumbuhan perdu yang tumbuh dengan baik di kawasan Asia Tenggara pada ketinggian sekitar 2.000 meter di atas permukaan laut. Di Indonesia teh tumbuh dengan baik di beberapa daerah seperti; Jawa Barat (Bogor, Sukabumi, Garut), Jawa Tengah (Pegunungan Dieng, Wonosobo, Temanggung, Pekalongan), Sumatera Utara (Pematang Siantar), dan Sumatera Barat.

Banyaknya daerah di Indonesia yang menjadi penghasil teh sejak ditetapkannya sistem tanam paksa pada masa pendudukan VOC kelak menyebabkan adanya keragaman desain yang sifatnya kedaerahan atau vernakuler pada produk kemasan teh. Topik pembahasan dibatasi pada kemasan teh merek lokal yang banyak beredar di Pulau Jawa.

Sejarah Teh di Indonesia

Tanaman teh pertama kali masuk Indonesia pada tahun 1684, ketika seorang berkebangsaan Jerman bernama Andreas Cleyer membawa biji teh dari Jepang untuk ditanam sebagai tanaman hias di Batavia. Percobaan penanaman dalam skala besar dilakukan oleh ahli teh Isidorus Loudewijk Levian di Purwakarta dan Banyuwangi. Pada masa pemerintahan Gubernur Van Den Bosh tahun 1828, melalui politik tanam paksa (*culture stelsel*) teh menjadi tanaman yang wajib ditanam oleh petani. Sejak saat itu teh menjadi komoditas dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia. Hingga saat ini teh tetap diminati berbagai kalangan dan golongan, teh dapat ditemui hampir di seluruh Indonesia, mulai dari warung nasi, warung *angkringan*, kios kaki lima, supermarket, *restaurant*, hotel berbintang, bahkan sekarang ini mulai bermunculan kafe-kafe yang khusus menjual minuman teh dengan aneka rasa.

Jenis-jenis teh di Indonesia berdasarkan pengemasannya

Berdasarkan pengemasannya, teh di Indonesia dibagi menjadi beberapa jenis:

1. Teh Seduh Daun Kering

Teh seduh adalah daun teh kering yang dikemas dalam kaleng, kotak kayu, plastik, dan kertas. Namun kebanyakan kemasan yang beredar di Indonesia merupakan kemasan kertas. Takaran teh seduh dapat disesuaikan untuk mencapai kekentalan yang diinginkan dan keperluan jumlah peminumnya. Bagi masyarakat perkotaan dan bukan penikmat teh sejati, teh seduh dianggap kurang praktis, karena harus menyaring atau menyingkirkan ampas daun teh sebelum meminumnya. Kebanyakan teh seduh yang berada dipasaran dicampur dengan bunga melati untuk memberikan keharuman teh tersebut.

2. Teh Celup

Teh celup adalah daun teh cacah halus yang dibungkus dalam kantong kertas khusus berbentuk lingkaran atau kotak dengan tali. Banyak masyarakat kota yang menggunakan karena dinilai lebih praktis. Pada umumnya teh celup memiliki beberapa aroma, seperti melati dan vanilla.

3. Teh Bubuk

Teh bubuk adalah teh instan *sachet* yang memerlukan media air panas untuk menyeduhnya. Teh jenis ini kurang diminati dan tidak banyak merek yang beredar di pasaran. Teh bubuk memiliki beberapa rasa seperti *lemon tea* dan *teh tarik* (teh susu).

4. Teh Siap Saji

Teh siap saji adalah minuman teh yang dimasukkan dalam botol kaca, botol plastik, atau kotak yang langsung dapat diminum. Teh ini dianggap paling praktis karena tidak diperlukan media penyeduh lain untuk dapat menikmati teh tersebut dan kemasannya didesain sedemikian rupa agar mudah untuk dibawa. Macam rasa teh siap saji jauh lebih beragam ketiga jenis yang lain, dikarenakan penambahan zat perasa pada teh, seperti *strawberry*, apel, melon, anggur, jeruk, *peach* dan lain-lain. Bahkan dilakukan penambahan soda pada teh merek tertentu.

Kemasan, Merek, dan Desain Vernakular

Kemasan hadir dikarenakan kebutuhan manusia untuk memberi perlindungan pada barang bawaan, awalnya dibuat dari material alami seperti daun, anyaman rumput, kulit pohon, kulit labu berongga, dan kulit binatang. Selain sebagai pembungkus dan pemberi perlindungan, fungsi kemasan lebih cenderung sebagai penarik perhatian dan pembeda dari merek lain.

Merek atau *brand* merupakan pengadopsian kata dari *burn*, yang merupakan kegiatan para pemilik ternak pada pertengahan abad ke-17 untuk memberikan tanda kepemilikan ternaknya dengan memberikan simbol pemilik dengan cara mencapkan besi panas pada kulit ternak. Pemikiran penandaan tersebut, kini dipakai oleh produsen untuk memberikan jaminan kualitas yang dijanjikan pada konsumen dengan mencantumkan merek tertentu. Merek juga difungsikan sebagai pengingat bagi konsumen akan produk yang produsen pasarkan.

Menurut Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec (2007:5) “Pada tahun 1559, teh diperkenalkan di Eropa dan para pedagang menyadari pentingnya

mencantumkan nama mereka pada barang tersebut, memberikan informasi, dan meningkatkan penjualan dengan membuat produk menarik secara visual.” Kemasan dan merek merupakan faktor yang saling berkaitan terutama dalam pemasaran, terkadang konsumen membeli suatu produk karena merek tertentu dan tertarik pada kemasannya dibandingkan isinya.

Bila mengacu pada Kamus Inggris Indonesia (1981), vernakular merupakan sesuatu yang berhubungan dengan bahasa daerah, logat asli, bahasa rakyat, atau gaya bahasa sehari-hari. Sedangkan menurut Ederson, Leslie, Millintong & Rantisi (2010, dalam Vivanco, Verghese 2010, 2) *“The term vernacular design is commonly associated with the native or domestic featured of a local community in which the responses to daily life are articulated in the commodities produced by that community. This term literarry means the ordinary and ubiquitous but it also refers to qualities of specific to particular region or culture”*.

Industri teh di Indonesia banyak tumbuh dan berkembang pada masa kolonial Belanda, adanya percampuran budaya Eropa, budaya Cina, dan budaya lokal terjadi pada masa itu dalam berbagai aspek seperti; bahasa, busana, arsitektur, bahkan mitos dan kepercayaan. Dari adanya percampuran budaya tersebut, kelompok atau individu tertentu menyimpulkan sebagai sesuatu yang menarik dan pantas untuk ditampilkan dalam kemasan teh seduh.

Tipografi dan Ilustrasi

Tipografi dalam kemasan teh digunakan sebagai penyampai kesan tertentu yang ingin dihadirkan pada merek produk tersebut. Sedangkan ilustrasi digunakan sebagai pembantu penyampai pesan yang cepat dan tegas dari merek tersebut, dimana gambaran suatu merek diberikan kesan dan diperjelas kembali oleh hadirnya ilustrasi.

Tipografi dan Ilustrasi menjadi unsur yang sulit dipisahkan, dikarenakan sifatnya yang saling melengkapi, dimana pada akhirnya menjadi kesatuan didalam

kemasan, mengutip David Dabner (2004, 49) “..., *it is possible to see type functioning as an illustration.*”

Menurut Tabrani (2009, 120) “*If in word language we have word and grammar, in visual language we have image and grammar too. In image there is Image Content (the object drawn) and Image Way (the way to draw it).*”. Maka sebuah gambar merupakan bahasa yang dapat menceritakan suatu kejadian pada masa tertentu.

Pembahasan Kemasan Teh

Dari beberapa kemasan yang mencantumkan tempat dan tahun berdirinya perusahaan dapat disimpulkan beberapa merek dapat bertahan lebih dari setengah abad, dari desain kemasan tersebut dapat diperkirakan pengaruh budaya yang dominan, tren berpakaian, tren bangunan dan keadaan perekonomian pada saat itu.

Pembahasan kemasan dibatasi pada teh seduh dengan kisaran harga Rp 1.500,- sampai dengan Rp 4.500,- yang beredar dipasaran antara tahun 2011 hingga tahun 2013, dengan menggunakan kemasan kertas, dikarenakan pada kisaran harga tersebut banyak beredar berbagai merek dengan keragaman desain vernakuler. Pembahasan desain pada media kemasan teh dikelompokkan menjadi tiga bagian berdasarkan pengamatan visual, desain ilustrasi dan ikon.

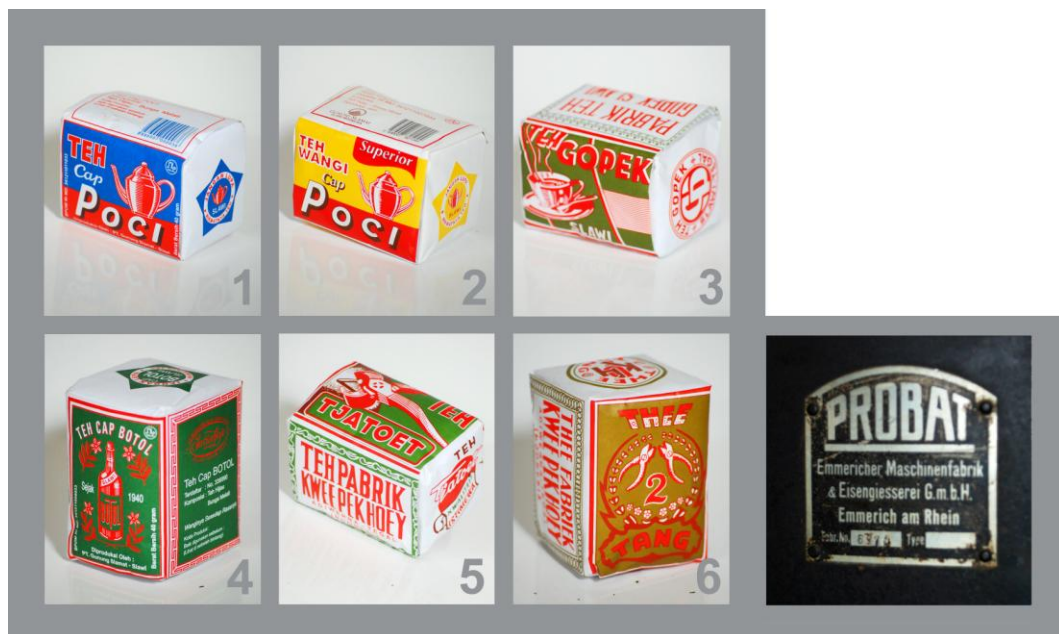
Kelompok 1, desain kemasan teh yang menggunakan ilustrasi dan ikon benda keseharian

Pada kelompok ini terdapat kecenderungan penggunaan warna merah pada judul merek dan objek ilustrasi. Adanya pengaruh budaya Cina terlihat dengan penggunaan warna merah, kuning, dan biru, yang dianggap sebagai warna keberuntungan. Sedangkan warna hijau dan hijau kecoklatan merupakan tafsiran dari warna daun teh dan warna seduhan daun teh.

Ilustrasi pada gambar 1, 2, 3, dan 4, memberikan gambaran adanya budaya minum teh yang dibawa oleh bangsa Eropa dan Cina. Benda berupa poci dan cangkir ditampilkan pada kemasan sebagai pengingat akan benda keseharian yang

berkenaan dengan peralatan meminum teh. Pengaruh budaya Eropa lebih terlihat pada gambar 3 dengan menampilkan cangkir bergaya Eropa dan garis-garis *art deco* pada kemasan. Sedangkan pada gambar 4 terlihat adanya penerapan ornamen bergaya Cina pada kemasan.

Pemakaian benda peralatan kerja seperti tang dan *tjatoet* pada gambar 5, dan 6, yang merupakan benda yang dianggap kuat, diharapkan merek tersebut memiliki kekuatan selayaknya benda yang ditampilkan.. Menurut Dabner (2004, 81) *“Display types were introduced in the 19th century because of major changes taking place in the structure of society. In Britain, the industrial Revolution brought the masses into the cities, and the need arose to communicate to a wide audience of people.”* Penggunaan huruf yang kaku pada kemasan teh terjadi karena adanya pengadopsian huruf dari industri yang tengah marak dan berkembang, banyaknya mesin-mesin yang berasal dari Eropa, seperti mesin penggilingan merek Probat keluaran Jerman yang menggunakan huruf bertipe *san serif* menjadi salah satu ciri merek keluaran Eropa, dimana mencitrakan mesin yang kuat dan handal.



Keterangan gambar:

Gambar 1, Teh cap Poci

Diproduksi oleh PT. Gunung Slamet, Slawi, perusahaan didirikan tahun 1940, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 40 gram.

Gambar 2, Teh Wangi cap Poci

Diproduksi oleh PT. Gunung Slamet, Slawi, perusahaan didirikan tahun 1940, kertas *art paper* digunakan sebagai media kemasan, berat 40 gram.

Gambar 3, Teh cap Botol

Diproduksi oleh PT. Gunung Slamet, Slawi, perusahaan didirikan tahun 1940, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 40 gram.

Gambar 4, Teh Gopek

Diproduksi oleh PT. Gopek Cipta Utama, Slawi, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 80 gram.

Gambar 5 Teh Tjatoet

Diproduksi oleh Pabrik Teh Kwee Pek Hoey, Adiwerna, Tegal, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 80 gram.

Gambar 5, Thee 2 Tang

Diproduksi oleh Pabrik Teh Kwee Pek Hoey, Adiwerna, Tegal, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 40 gram.

Kelompok 2, desain kemasan teh yang menggunakan ilustrasi dan ikon manusia

Pada kelompok ini terdapat kecenderungan menampilkan ilustrasi manusia sedang melakukan aktivitas. Warna-warna yang digunakan cenderung lebih beragam, tipografi pada kelompok ini lebih bermain dan beragam dibandingkan kelompok 1, tetapi penggunaan warna hijau tetap mendominasi.

Pada gambar 1, 2, dan 3, ilustrasi wanita digunakan sebagai ikon visual kemasan tersebut, membuktikan bahwa wanita sudah digunakan sebagai objek untuk menjual produk terutama pada gambar 3, merek teh Cap Sintren. Sintren merupakan kesenian tari tradisional daerah pesisir Jawa Barat dan Jawa Tengah, seperti; Indramayu, Cirebon, Majalengka, Brebes, Banyumas, dan Pekalongan. Selain itu minuman teh selalu hadir dalam tari sintren, sebagai salah satu *sesajen* yang disiapkan sebelum acara menari, selain air putih, kopi, kelapa, bunga, gula batu, rokok, cerutu, dan jajanan pasar.

Gambar 1 dan 2 memberikan gambaran mode pakaian dan tugas wanita pada masa itu yang cenderung sering berada dirumah untuk memenuhi keperluan keluarga. Tampilan visual kemasan gambar 2 jauh lebih baik dari gambar 1, hal tersebut menjelaskan kemasan pada gambar 1 masih memiliki keterbatasan terutama dalam teknik cetak dan material kertas pada masanya, dimana tidak adanya kesanggupan untuk mencetak gradasi pada kemasan.

Maraknya industri pertanian dapat dilihat pada gambar 4, dimana ilustrasi kemasan menampilkan pesawahan dan pegunungan, namun keberadaan pemuda

membawa bambu runcing merah yang tengah berjaga di depan gardu mengindikasikan pada masa itu tengah terjadi pergolakan. Selain itu budaya meminum teh telah menjadi keseharian bagi para petani ketika menanam, menunggu, dan memanen sawah. Sedangkan adanya pengaruh budaya Eropa terlihat pada gambar 5, *teh tjap kepala-Djenggot*, dimana ilustrasi kemasan tersebut menampilkan orang berjenggot yang mengenakan *tuxedo*, dimana pakaian tersebut kerap dikenakan orang-orang Eropa ketika menghadiri jamuan makan malam dan acara minum teh, selain itu pengadopsian gaya Eropa terlihat pada pita yang dijadikan merek teh tersebut, dimana penggunaan pita kerap digunakan pada logo dan simbol masyarakat Eropa.



Keterangan gambar:

Gambar 1, Teh cap Nyapu

Diproduksi oleh Perusahaan Teh Widodo, Pekalongan, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 40 gram.

Gambar 2, Teh cap Nyapu

Diproduksi oleh Perusahaan Teh Widodo, Pekalongan, kertas *art paper* digunakan sebagai media kemasan, berat 40 gram.

Gambar 3, Teh cap Sintren

Diproduksi oleh Perusahaan Teh Cangkir, Pekalongan, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 40 gram.

Gambar 4, Teh tjap Gardoe

Diproduksi oleh Perusahaan Teh Gunung Subur, Surakarta, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 40 gram.

Gambar 5, Teh tjap Kepala Djenggot

Diproduksi oleh Perusahaan Teh Gunung Subur, Surakarta, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 40 gram.

Kelompok 3, desain kemasan teh yang menggunakan ilustrasi dan ikon heraldik

Pada awal desain kemasan, penggunaan simbol heraldik berfungsi sebagai penanda simbol keluarga pembuat produk tersebut. Hingga saat ini simbol-simbol tersebut masih digunakan dalam desain kemasan sebagai tradisi dan kepercayaan. Pada umumnya simbol heraldik menampilkan hewan-hewan kuat, hewan mitos, dan benda-benda yang dianggap dapat memberikan harapan dan kekuatan.

Pada kelompok ini penggunaan warna merah pada kemasan lebih mendominasi, terutama pada gambar kemasan 1 dan 2, dimana sangat terlihat adanya pengaruh budaya Cina, baik dari hewan heraldik yang ditampilkan, ornamen pada kemasan, hingga pada pemilihan merek teh tersebut.

Adanya pengaruh budaya Eropa dapat terlihat pada gambar 3, dimana kemasan menampilkan huruf dan garis-garis yang bergaya *art deco*, diperkirakan pada saat itu sedang marak banguan dengan gaya *art deco*. Ilustrasi pabrik, pegunungan dan perkebunan teh tampil sebagai simbol heraldik pada kemasan ini.

Desain pada gambar 4 merepresentasikan bahwa pada masa itu adanya suatu merek yang mendominasi pasar yaitu *Frisian Flag* atau lebih dikenal dengan nama susu bendera, yang sebenarnya tidak pernah membuat produk teh. Peniruan merek dan ikon yang dilakukan oleh perusahaan dan desiner merupakan harapan akan perusahaan tersebut yang kelak dapat tumbuh besar seperti perusahaan *Frisian Flag*.



Keterangan gambar:

Gambar 1, Teh Tong Tji

Diproduksi oleh Perusahaan Teh Wangi Tong Tji, Tegal, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 40 gram.

Gambar 2, Teh Super Tong Tji

Diproduksi oleh Perusahaan Teh 2 Burung, Tegal, perusahaan didirikan tahun 1938, kertas HVS digunakan sebagai media kemasan, berat 80 gram.

Gambar 3, Teh Perbawanti Goalpara Sukabumi

Diproduksi oleh PTP Nusantara VIII, Bandung, kertas *art paper* berlapis aluminium pada bagian dalam digunakan sebagai media kemasan, berat 100 gram.

Gambar 4, Teh Bendera

Diproduksi oleh Perusahaan Sukabumi, Pematang Siantar, kertas karton digunakan sebagai media kemasan, berat 50 gram.

Kesimpulan

Desain vernakuler pada kemasan teh muncul diakibatkan adanya pengaruh budaya asing yang berbaur dengan budaya lokal, ekonomi, dan pembangunan pada masa kolonial, gaya art deco menjadi salah satu gaya populer pada masa tersebut. Desain vernakular pada kemasan teh muncul dari kalangan masyarakat atas penafsiran berbagai gaya, terutama gaya Eropa, gaya Cina, dan gaya tradisional.

Tahun pembuatan kemasan teh awal tidak diketahui dikarenakan tidak adanya data yang pasti, namun diperkirakan dibuat tidak lama setelah pabrik dengan merek tersebut didirikan pada sebelum era kemerdekaan dan setelah era kemerdekaan, sebelum adanya penyempurnaan ejaan bahasa Indonesia, ketika mesin cetak sparsi tinggi belum marak di Indonesia.

Penggunaan objek visual kemasan teh yang hingga kini masih dipertahankan cenderung dipengaruhi oleh keputusan perusahaan dan pemilik perusahaan karena image merek dan kemasan yang sudah lama melekat di masyarakat. Beberapa visualisasi kemasan diperbaharui dengan menggunakan cetak sparsi tinggi seperti kemasan teh cap Nyapu, namun tetap mengadopsi visualisasi kemasan lama dan masih mempertahankan kemasan lama di pasaran.

Merek dan ilustrasi yang banyak dipakai umumnya benda-benda keseharian, dimana pada saat itu sedang maraknya pembangunan dan industrialisasi, juga ikon manusia yang mencerminkan budaya dan tren berbusana pada masa itu, dimana ikon tersebut dijadikan sebagai target pasar atau harapan dan cerminan kalangan yang meminum teh pada saat itu. Adanya ilustrasi yang masih berhubungan dengan budaya minum teh terdapat pada beberapa kemasan, seperti; Teh Cap Poci, Teh Cap Botol, Teh Gopek, Teh Cap Sintren, Teh Gardoe, dan Teh Tjap Kepala Djenggot. Tipografi yang banyak dipakai umumnya huruf tanpa kait (*san serif*) yang berkarakter tegas, jelas, dan lugas.

Dari ketiga kelompok kemasan teh diatas dapat disimpulkan warna-warna yang paling banyak digunakan adalah warna merah, yang tergolong warna hangat, karenan warna tersebut dapat menarik perhatian dan adanya kepercayaan bahwa warna merah dapat membawa keberuntungan dan kebahagiaan. Warna hijau yang tergolong warna dingin atau sejuk juga banyak digunakan dikarenakan dapat menimbulkan kesan kontras pada warna merah, selain itu juga sebagai cerminan dari warna daun teh.

Pustaka

- Dabner, David. 2004. *Graphic Design School*. London: Thames & Hudson.
- Darmaprawira, Sulasmi. 2002. *Warna*. Bandung: Penerbit ITB.
- Enchols, John, M dan Shadily, Hassan. 1981. *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta. PT Gramedia.
- Klimchuck, Marianne, R. and Krasovec, Sandra, A. 2007. *Desain Kemasan*. Terj. Sabran Bob. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- R, Kusmiati. dkk. 1999. *Teori Dasar Disain Komunikasi Visual*. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Sujudi, Imam. 2005. *Representasi Bahasa Visual Indonesia dalam Desain Kemasan Rokok Kretek, Purapura Jurnal Desain Komunikasi Visual #2*. Bandung: Program Studi Desain Komunikasi Visual FSRD ITB.
- Tabrani, Primadi. 2009. *Bahasa Rupa*. Bandung: Kelir.
- Vivanco, E, Duran and Verghese, George. 2010. *Vernacular Design: Moving Toward a Symbiotic Relationship Between Local and Global Commoditization*. Faculty of Design, Architecture and Building, University of Technology Sydney.
- Majalah Concept, Mengemas Kemasan, Vol 03 Edisi 18'2007*. Jakarta: PT Concept Media
- Foto-foto: dok. Pribadi.