

PERANCANGAN BUKU TENTANG TRADISI PATEHAN DI KRATON JOGJAKARTA

Gabby Thanissia Halim¹, Obed Bima Wicandra², Asthararianty³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra Surabaya

Jalan Siwalankerto 121-131, Jawa Timur 60236

Email: gabbythanissia@gmail.com

Abstrak

Setiap negara atau golongan masyarakat memiliki kebiasaan tersendiri dalam meminum teh, begitu juga dengan Indonesia. Salah satu kota di Indonesia yang masih mempertahankan tradisi ini adalah Jogja. Di Jogja sendiri kebiasaan minum teh terbagi menjadi 2, yaitu di golongan masyarakat dan di lingkungan Kraton. Tradisi minum teh yang ada di Kraton disebut Patehan. Patehan adalah upacara menyajikan minuman (teh) untuk sultan. Upacara ini memiliki tata cara penyajian dan makna tertentu, tidak kalah dengan tradisi minum teh milik negara lain. Sayangnya tradisi ini masih kurang dikenal oleh masyarakat. Oleh karena itu, perancangan buku ini bertujuan agar tradisi ini bisa semakin dikenal dan dilestarikan oleh masyarakat.

Kata kunci: Teh, Jogja, Kraton, Patehan, Tradisi, Buku

Abstract

Title: *Book Design of Patehan Tradition in Kraton Jogjakarta*

Every nations or cultures have their own habit in drinking tea, so do Indonesia. Jogja is one of city in Indonesia who still keeps its own authentic way of drinking tea. People in common and Kraton have different way. Tea-drinking traditions at Kraton called Patehan. Patehan is an offering ceremony to Sultan. It has their own way and some meanings for serving the tea. Unfortunately this tradition still unknown by for the society. Therefore this book design had a purpose to introduce the Patehan tradition to society.

Keywords: *Tea, Jogja, Kraton, Patehan, Tradition, Book*

Pendahuluan

Budaya meminum teh telah ada sejak 6.000 tahun yang lalu. Teh berasal dari daratan Cina, dan disanalah pertama kalinya budaya meminum teh muncul. Awalnya teh bukan untuk minuman tetapi sebagai ramuan obat-obatan, kemudian barulah teh dimanfaatkan sebagai minuman. Budaya meminum teh kemudian menyebar sampai ke Jepang. Di sana budaya meminum teh dikenal dengan nama *Cha-No-Yu* yang sangat rumit dalam pelaksanaannya. Dari Jepang, budaya minum teh menyebar ke daratan Eropa. Salah satunya tradisi minum teh di Inggris yang dikenal dengan sebutan *Tea Time*.

Di Indonesia sendiri, teh baru dikenalkan pada tahun 1686 oleh seorang ahli *botanical* sekaligus dokter dari Belanda bernama Andreas Cleyer di perkebunan Batavia. Awalnya teh hanya sebagai tanaman hias, hingga pada tahun 1728, pemerintah kolonial Belanda mendatangkan teh secara besar-besaran dari Cina untuk dibudidayakan di Pulau Jawa.

Pada saat itu hanya kalangan tertentu saja yang bisa menikmati teh, seperti kaum bangsawan, dan mereka menerapkan tradisi minum teh di Eropa. Tetapi semakin berjalannya waktu, teh sudah menjadi minuman yang tidak hanya dinikmati oleh para bangsawan. Seluruh lapisan masyarakat dapat menikmatinya (Tradisi yang Ditinggalkan, 2015).

Setiap negara/golongan masyarakat memiliki budaya dan kebiasaan yang berbeda dalam menikmati teh, begitu juga dengan Indonesia. Teh menjadi sedemikian berakar dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Salah satu kota yang masih mempertahankan tradisi dalam meminum teh adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (selanjutnya disebut Jogja). Di Jogja, upacara minum teh memiliki filosofi tersendiri, selain membangun keakraban keluarga juga mencerminkan kepribadian dan pengetahuan tuan rumah yang mencakup tujuan hidup, cara berpikir, agama, apresiasi, peralatan upacara minum

teh, dan cara meletakkan benda seni dalam ruangan upacara minum teh (Kabare Magazine, 2014).

Kebiasaan minum teh di Jogja dilakukan oleh kalangan masyarakat biasa dan ada juga tradisi yang secara khusus dilakukan di lingkungan kraton. Di kalangan masyarakat, minuman teh dikenal dengan nama *Nasgitel (panas, legi, kentel)*. Sedangkan tradisi meminum teh di lingkungan kraton disebut Patehan. Patehan merupakan upacara menyajikan *unjukan* (minuman) kepada Sultan Hamengku Buwono. Selain dilakukan sehari-hari, Patehan juga dilakukan pada Lebaran, *Ngapem*, dan *Sungkeman* yang pasti berbeda dengan Patehan dihari biasa.

Upacara Patehan masih dilakukan sampai sekarang, hal inilah yang menjadikan Jogja sebagai pusat budaya teh di Indonesia (Indranto, 2015). Selain itu, dengan adanya upacara Patehan dapat mendongkrak komoditi teh Indonesia (SJ, 2015).

Tradisi meminum teh yang dimiliki oleh kraton ini memiliki keunikan tersendiri, mulai dari tahap persiapan sampai penyajian. Tetapi sayangnya tradisi ini masih kurang diketahui oleh masyarakat luas. Masyarakat kebanyakan lebih mengenal tradisi meminum teh dari Jepang dan Inggris. Padahal tradisi Patehan ini tidak kalah dengan *high tea* dan tradisi minum teh ala Jepang, dan yang lebih penting lagi tradisi Patehan ini merupakan salah satu budaya di Indonesia yang masih dilakukan sampai sekarang.

Oleh karena itu dibutuhkan sebuah media untuk mengenalkan tentang tradisi Patehan ala Kraton Jogjakarta yang memang sudah ada sejak dulu dan masih dilakukan sampai sekarang. Salah satu media yang memungkinkan untuk menyampaikan kepada masyarakat adalah buku. Buku merupakan media yang tepat karena berperan sebagai agen perubahan sosial dan budaya. Selain sebagai agen, buku juga merupakan tempat penyimpanan budaya yang penting, banyak sekali informasi yang bisa didapatkan melalui buku, yang tidak bisa didapatkan melalui media lain. Buku juga berbicara secara personal kepada orang yang membacanya, sehingga buku mampu memberikan pengaruh perkembangan kepada setiap orang yang membacanya (Baran, 2012). Dengan adanya nilai-nilai tersebut, maka buku memang merupakan media yang tepat untuk mengenalkan tradisi Patehan ini.

Dengan adanya buku ini, bisa dijelaskan secara jelas tentang tradisi Patehan dan juga didukung dengan foto-foto, sehingga pembaca bisa dengan mudah mengerti dan mampu membayangkan bagaimana tradisi Patehan itu berlangsung. Selain itu masyarakat juga bisa secara tidak langsung ikut melestarikan tradisi Patehan ini.

Batasan Lingkup Perancangan

- a. Batasan lingkup perancangan ini adalah di Kraton Jogjakarta. Narasumber bisa berasal dari pemandu wisata kraton, budayawan yang memahami Patehan, dan orang dalam Kraton. Selain itu juga masyarakat Jogja dan yang tinggal disekitar Kraton.
- b. *Target Audience* adalah laki-laki dan perempuan dengan umur 18 tahun ke atas, yang memiliki ketertarikan pada teh, kuliner Indonesia, dan budaya. Merupakan kalangan menengah keatas, karena buku ini akan didesain sedemikian rupa yang memang ditujukan untuk kalangan tersebut.
- c. Waktu penelitian berlangsung pada bulan Januari s/d Mei 2016

Metode Perancangan

Data yang Dibutuhkan

- a. Data Primer
 - Tradisi Patehan yang ada di Kraton Jogjakarta.
- b. Data Sekunder
 - Artikel yang masih berhubungan dengan tradisi minum teh.
 - Foto atau audio visual yang menggambarkan situasi saat upacara/tradisi minum teh.

Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara

Wawancara adalah proses mengumpulkan informasi langsung dari narasumber yang memiliki pengetahuan tentang suatu bidang tertentu. Salah satu narasumber yang memungkinkan untuk diwawancara salah satunya adalah Ketua Dewan Teh Indonesia, Ratna Soemantri.
- b. Observasi

Aktivitas pengamatan terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena, sehingga mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan sebuah penelitian. Observasi ini nantinya akan dilakukan di lingkungan Kraton Jogjakarta, mengamati tentang prosesi dan tempat-tempat yang terlibat dalam Tradisi/Upacara Patehan.
- c. Media Cetak atau Kepustakaan dan Jurnal Digital (Internet)

Beberapa informasi lain yang diperlukan untuk perancangan bisa juga didapatkan melalui buku, majalah, surat kabar atau jurnal cetak maupun digital (Internet) yang masih berhubungan dengan perancangan ini. Seperti artikel tentang tradisi Patehan dan tentang teh Indonesia.
- b. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan metode dokumentasi menghasilkan data berupa foto atau audio visual tentang teh dan tradisinya yang mendukung perancangan ini.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah 5W1H, yaitu:

a. *What*

- Apa itu Tradisi Patehan?
- Apa Tradisi Patehan masih dilakukan sampai sekarang?
- Jenis teh apa yang dipakai dalam Tradisi Patehan?
- Apa saja peralatan yang dipakai dalam Tradisi Patehan?
- Apakah Tradisi Patehan boleh dilakukan diluar lingkungan Kraton?
- Apa makna dari Tradisi Patehan ini?

b. *When*

- Sejak kapan Tradisi Patehan ini mulai dilakukan?
- Pada saat apa Tradisi Patehan ini dilaksanakan?
- Pukul berapa Tradisi Patehan ini dilaksanakan?

c. *Who*

- Siapa saja yang terlibat dalam Tradisi Patehan?
- Siapa yang melakukan persiapan dan penyajian teh?

d. *Where*

- Di mana Tradisi Patehan ini dilaksanakan?
- Di mana tempat untuk mempersiapkan teh dan hidangan pendamping?
- Selain di Kraton, di mana lagi Tradisi Patehan ini dilakukan?

e. *Why*

- Mengapa Tradisi Patehan perlu dikenalkan kepada masyarakat?

f. *How*

- Bagaimana prosesi Tradisi Patehan ini berlangsung?

Pembahasan

Tinjauan Buku

Berdasarkan jenisnya, buku dapat dibedakan menjadi:

a. *Trade Books*

Kategori ini berisi jenis-jenis buku yang memang ditujukan untuk kalangan umum. Jenis buku yang ada dalam kategori ini merupakan segmen utama dalam industri buku, diantaranya buku-buku fiksi dan non-fiksi. Banyak yang mengatakan bahwa penerbitan buku umum bisa sangat menguntungkan, tetapi kenyataannya juga sangat beresiko karena hanya ada sedikit buku yang termasuk buku dengan penjualan terlaris, sedangkan sisanya merupakan buku yang kurang laku dan buku yang penjualannya biasa saja, tidak untung dan tidak rugi (Vivian, 2008).

b. Teks dan Referensi

Kategori ini berisi buku-buku penting dalam dunia pengajaran, ilmu pengetahuan, referensi, dan pegangan. Buku-buku yang ada dalam kategori ini berupa buku pelajaran (*textbook*) untuk sekolah dan kuliah, buku paduan memasak, dan buku untuk kalangan profesional. Penerbitan untuk buku kategori ini memiliki sifat yang lebih bertahan lama dan

mampu memberi pemasukan yang lebih stabil pada perusahaan percetakan (Vivian, 2008).

Layout

Pada dasarnya *layout* adalah tentang bagaimana mengorganisasikan elemen-elemen yang ada dalam sebuah ruang. Menurut Suriyanto Rustan, layout adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang akan disampaikan (Rustan, 2009). Secara umum *layout* (tata letak) merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen grafis seperti teks, gambar, tabel, dan lain-lain sehingga lebih menarik dan komunikatif.

Selain itu, dalam layout dikenal juga istilah *grid*. *Grid* berguna sebagai alat bantu untuk menata tipografi (isi) dan gambar (foto). *Grid* membagi bidang kerja ke dalam beberapa unit yang memberikan gambaran struktur dimana elemen desain akan ditempatkan (Dabner, 2005).

Prinsip Layout

a. *Sequence* (Urutan)

Sequence disebut juga urutan perhatian. Informasi yang disajikan dalam sebuah layout harus diurutkan sesuai dengan urutan yang mana yang dibaca terlebih dahulu. Jika tidak ada urutan dalam penyampaian informasi, maka informasi itu akan membuat pembaca kesulitan dalam menangkap pesannya. Kecenderungan membaca seseorang digambarkan seperti huruf Z, C, L, T, dan I.

b. *Emphasis* (Penekanan)

Salah satu pembentuk *emphasis* adalah kontras. Kontras ini juga merupakan elemen yang membentuk *sequence*. Kontras bisa muncul dengan mengatur ukuran, posisi, warna, bentuk, dan masih banyak lagi. Kontras bisa juga muncul dari elemen yang memiliki daya tarik kuat sehingga membuat orang tertarik untuk membaca.

c. *Balance* (Keseimbangan)

Keseimbangan dalam dunia desain grafis ada 2 macam, yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris. Keseimbangan simetris dapat dibuktikan secara matematis, sedangkan keseimbangan asimetris lebih bergantung pada visual. Keseimbangan asimetris lebih bisa memberikan kesan yang dinamis dan lebih efektif, cocok untuk desain yang modern, muda, *hi-tech*, dan bersahabat. Sedangkan keseimbangan simetris memiliki kesan yang lebih formal sehingga lebih cocok untuk desain yang konvensional, profesional, dan terpercaya.

d. *Unity* (Kesatuan)

Unity berkaitan dengan kesatuan dari elemen-elemen yang terlihat dan yang tidak terlihat, seperti pesan yang dibawa dalam konsep desain tersebut. Kesatuan bisa terlihat dari warna, tipografi, dan elemen-elemen desain lainnya dalam sebuah konsep desain (Rustan, 2009).

Elemen *Layout*

a. Elemen Teks

Elemen teks dalam sebuah *layout* terdiri dari judul, *deck*, *by line*, *bodytext*, sub-judul, *pull quotes*, *caption*, *callout*, *kickers*, *initial caps*, *indent*, *lead line*, spasi, *header & footer*, *jumps*, *signature*, *name plate*, dan *masthead*.

b. Elemen Visual

Terdiri dari foto, *artworks*, infografis

c. Elemen yang Tidak Tampak

Elemen yang tidak tampak ini berupa *margin* dan *grid*. *Margin* yang menentukan jarak antara ujung kertas dengan bagian yang akan diisi oleh elemen-elemen *layout*. Sedangkan *grid* berfungsi untuk mempermudah dalam penyusunan *layout*, *grid* berada didalam margin. *Grid* membagi halaman menjadi beberapa kolom, bisa berupa garis vertikal maupun horisontal. (Rustan, 2009).

Fotografi Sebagai Ilustrasi

Fotografi sebagai ilustrasi menekankan pada informasi atau pesan apa yang ingin disampaikan, sehingga lebih sering digunakan untuk periklanan, surat kabar, majalah, dan buku karena dapat memberikan informasi yang lebih mendalam. (Santoso, 2014).

Secara mendasar seorang pemula harus terlebih dahulu mengenal segitiga *exposure* yang terdiri dari ISO, *Aperture*, dan *Shutter speed*. Kombinasi dari segitiga *exposure* tersebut bisa menghasilkan berbagai macam teknik fotografi. Pada dasarnya teknik fotografi ada beberapa macam, diantaranya *blurring*, *panning*, *depth of field*, dan *freezing*.

Tinjauan Tradisi Minum Teh di Indonesia

Ditengah perkembangan zaman dan munculnya banyak gaya hidup modern, tradisi minum teh merupakan salah satu tradisi yang tidak ditinggalkan oleh masyarakat, karena selain menawarkan kenikmatan dan kesegaran, teh juga memiliki manfaat kesehatan (Yulianti, 2010).

Bagi beberapa negara, minum teh bukan sekadar aktivitas biasa, negara-negara tersebut menjadikan minum teh sebagai sebuah kultur dan tradisi yang memiliki tahapan ritual yang unik. Teh memiliki kelas tersendiri, karena minum teh merupakan tradisi yang mencakup aspek-aspek sosial, etika, dan estetika yang bisa diwariskan dari generasi ke generasi. Di dalam sebuah upacara minum teh, terkandung tradisi-tradisi yang mencerminkan simbolisme dan formalisme seseorang, selain itu upacara minum teh juga sebagai bentuk penghormatan terhadap orang lain (Minum Teh itu Tradisi Dunia, 2014).

Tradisi Minum Teh di Indonesia

Teh mulai masuk di Indonesia pada tahun 1686. Pada saat itu teh dibawa oleh seorang ahli *botanical* dan juga dokter dari Belanda yang bernama Andreas

Cleyer. Pada saat itu teh hanya sebagai tanaman hias, baru pada tahun 1728 pemerintah Kolonial Belanda mendatangkan teh dalam jumlah besar untuk dibudidayakan di Pulau Jawa.

Pada masa itu, hanya kalangan bangsawan yang bisa menikmati teh. Tetapi semakin berjalannya waktu, teh menjadi minuman yang bisa dinikmati oleh semua kalangan (Tradisi yang Ditinggalkan, 2015). Di Indonesia, tidak semua daerah memiliki ciri khas pada tradisi minum tehnya. Hanya ada beberapa daerah yang memiliki ciri khas tersendiri pada tradisi minum teh, diantaranya Solo, Tegal, Padang, dan Jogja (Indarto, 2015).

Masyarakat Jogja mengenal teh dengan sebutan *Nasgitel*. Menikmati teh biasa dilakukan oleh masyarakat di kedai atau *angkringan* yang ada di pinggir jalan sambil ditemani makanan-makanan seperti sate telur, tahu dan tempe *bacem*, dan masih banyak lagi. Teh yang biasa digunakan juga khusus, kebanyakan warung atau *angkringan* menggunakan merek tertentu karena memiliki citarasa dan aroma yang khas, menyeduhnya juga menggunakan gula batu (Dianta, 2013). Yang perlu dicatat adalah mereka tidak menggunakan teh celup kemasan (Nurindiani, 2015).

Berbeda dengan kalangan masyarakat umum, Kraton Jogja memiliki cara tersendiri dalam tradisi minum teh. Ada beberapa kalangan yang menyebut tradisi minum teh ala kraton ini dengan sebutan Patehan, ada juga yang hanya menyebutnya sebagai upacara minum teh atau *Royal High Tea*. Tradisi ini merupakan tradisi menyajikan minuman (*unjukan*) kepada Sultan Hamengku Buwono. Tradisi minum teh yang ada di Jogja berawal dari kebiasaan sehari-hari di kraton, kemudian seiring berjalannya waktu, tradisi minum teh bisa juga dinikmati oleh masyarakat di luar kraton (Indarto, Tradisi Minum Teh di Kraton Jogjakarta, 2015).

Tradisi Patehan

Patehan berasal dari bahasa Jawa yang artinya teh atau penyedia teh. Bukan berasal dari kata “patih” seperti banyak asumsi banyak orang. Patehan berarti menyajikan *unjukan* atau minuman kepada Sultan. Upacara Patehan telah berlangsung sejak Kraton Jogja berdiri. Nama Patehan ini diambil dari sebuah *gedhong* yang berada di sisi selatan Bangsal Srimanganti, yaitu *Gedhong Patehan*. Pada zaman dahulu, prosesi pemberian teh untuk Sultan dilakukan 2 kali dalam sehari, yaitu pada pukul 2 siang dan 4 sore. Tetapi sekarang dilakukan setiap hari satu kali pada pukul 11 siang.

Dalam melaksanakan upacara ini, ada peraturan dan tata cara tersendiri. Prosesi Patehan dilakukan oleh 5 orang abdi *dalem* wanita yang disebut “*keparak*”. Kelima orang yang membawa sajian untuk Patehan

memiliki nama sebutan dan tugas yang berbeda. Kelima *keparak* tersebut berjalan secara beriringan dan berurutan sesuai dengan jabatannya, yang berada dibarisan paling depan disebut *Songsong*, yang bertugas membawa payung untuk memayungi *keparak* yang membawa *Klemuk*. Dalam urutan jabatan, *keparak Songsong* memiliki jabatan yang paling rendah. *Keparak Klemuk* bertugas membawa *klemuk* atau kendi yang terbuat dari tembaga sebagai tempat air yang diambil dari sumur keramat yang ada di *Gedhong Patehan*. Jabatan yang dimiliki oleh *Keparak Klemuk* ini yang paling tinggi diantara keempat *keparak* lainnya.

Di belakang *keparak Klemuk*, ada *keparak* yang bertugas membawa nampan yang berisi 2 teko yang berisi teh yang ditutupi kain putih, yang disebut *Sebintang*. Pada barisan keempat, ada *keparak* yang bertugas membawa 2 teko yang berisi kopi yang ditutupi oleh kain putih juga. Dan *keparak* di barisan terakhir bertugas membawa *ceret* yang berisi air panas. Para *keparak* tersebut membawa minuman yang diolah di *Gedhong Patehan* menuju ke Gedung Pusaka.

Selain *keparak*, ada juga abdi dalem yang bertugas di *Gedhong Patehan* yang disebut *reso* yang berarti *ngerumat* atau merawat. Tugasnya adalah untuk menjaga *gedhong* dan menyajikan atau menyiapkan teh yang nantinya dibawa oleh *keparak*. Setiap hari mereka menyiapkan teh, kopi, dan air masak untuk dibawa *keparak*.

Setiap abdi dalem dan *keparak* yang bertugas di *Patehan* memiliki kewajiban berpakaian sesuai dengan aturan Kraton. Abdi dalem dan *keparak* diharuskan untuk tidak memakai alas kaki, selain itu pakaian yang dikenakan juga khusus. Untuk abdi dalem mengenakan pakaian *Mataraman*. Pakaian ini terdiri dari kain batik, *Pranaan*, *Blankon*, keris, dan emblem lambang Kraton. *Keparak* juga memiliki aturan khusus dalam berpakaian. Mereka menggunakan kemben sebagai atasan, kain jarik untuk bawahan dan rambut disanggul dengan gaya gulung *tekuk*. Ketika bertugas, abdi dalem dan *keparak* wajib menggunakan *Samir* yang dikenakan di leher.

Tradisi *Patehan* ini masih dilakukan sampai sekarang. Penyajiannya tetap dilakukan baik ada atau tidak ada Sultan di kompleks Kraton. Untuk sekarang sajian teh lebih bersifat pelestarian dan sebagai sesajian. Upacara *Patehan* ini tidak terus sama, jika ada Upacara Agung, seperti pernikahan, *Ngabekten*, dan lain-lain, maka ada perbedaan dalam tata cara penyajiannya, selain itu *keparak* juga bisa bekerja sama dengan abdi *dalem* dalam melakukan penyajian teh.

Sekarang, teh yang dibuat di *Gedhong Patehan* digunakan untuk sesajian di Gedung Pusaka dan ketika ada acara besar. Sedangkan yang disajikan untuk Sultan dibuat di *pawon* (dapur) khusus. Tetapi pada zaman dahulu teh yang dibuat memang untuk disajikan kepada Sultan setiap pagi hari dan sore hari. Teh yang digunakan juga khusus, yaitu teh yang tentunya bukan teh celup, dilakukan pencampuran (teh tubruk) beberapa merk teh untuk disajikan. Rasa teh juga berbeda dengan teh biasa yang biasa dikonsumsi di rumah atau restoran. Teh ala Jogja memiliki rasa *sepet* (pahit) yang khas tetapi juga manis dan kental.

Analisis Profil Pembaca

Pembaca utama yang menjadi *target audience* dari buku yang akan dirancang ini berusia 18 tahun keatas, baik pria maupun wanita. *Target audience* juga merupakan orang yang berpendidikan setara SMA sampai perguruan tinggi, dengan kelas sosial menengah keatas. Kebanyakan juga yang tinggal di daerah perkotaan besar di Indonesia.

Target audience perancangan buku ini cenderung memiliki kegemaran membaca, baik yang membaca karena tuntutan pekerjaan maupun kegemaran untuk mengkoleksi buku. Lebih khusus lagi untuk *target audience* yang memiliki ketertarikan pada kuliner Indonesia, teh, dan tradisi Indonesia.

Tujuan Kreatif

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan sebuah media, yaitu buku, yang menarik bagi khalayak *target audience* dan efektif serta mampu menyampaikan informasi yang ada didalamnya. Pembuatan buku ini bertujuan untuk mengenalkan dan mengedukasi masyarakat tentang Tradisi *Patehan* yang ada di Kraton Jogja. Dengan demikian masyarakat bisa mengetahui bahwa di Indonesia juga memiliki tradisi minum teh yang tidak kalah dengan tradisi minum teh yang ada di luar negeri, serta secara tidak langsung masyarakat juga bisa ikut melestarikan tradisi ini.

Strategi Kreatif

Media buku dipilih sebagai media utama dalam perancangan buku tentang Tradisi *Patehan* karena nilai-nilai yang dimiliki oleh sebuah buku, diantaranya karena buku bisa berperan sebagai agen perubahan sosial dan budaya. Selain itu, buku juga merupakan tempat penyimpanan budaya dan informasi yang penting. Banyak informasi yang bisa didapatkan melalui membaca buku, sehingga buku dijuluki sebagai jendela dunia atau jendela ilmu. Buku juga bisa berbicara secara personal kepada orang yang membacanya, dengan begitu buku mampu memberikan pengaruh secara langsung kepada setiap orang yang membacanya.

Dalam perancangan ini akan digunakan data visual berupa fotografi sebagai ilustrasi. Setiap foto memiliki pesan tersendiri yang berguna untuk membantu pembaca lebih mudah untuk memahami tentang Patehan. Selain itu dengan menggunakan fotografi akan terlihat lebih nyata. Pembahasan yang dilakukan dalam isi buku ini diantaranya sedikit tentang tradisi minum teh di Jogjakarta sebagai pendahuluan, kemudian penjelasan mengenai Tradisi Patehan. Penyampaiannya menggunakan bahasa yang sederhana namun tetap formal.

Sebagai awal, buku ini akan dicetak sekitar 250 eksemplar, kemudian akan dicetak lagi sesuai dengan pesanan. Selain itu, perancangan buku ini akan dimasukkan ke Wujudkan.com, yang merupakan sarana *crowdfunding*. Wujudkan.com merupakan sebuah *website* untuk para kreator Indonesia mendapatkan dukungan dana untuk mewujudkan sebuah kreasi. Dari *website* tersebut, selain bisa mendapat dukungan dana, bisa juga secara tidak langsung mempromosikan buku ini. Nantinya penyumbang dana akan mendapatkan *reward* sesuai bantuan dana yang diberikan, dalam hal ini *reward* berupa buku hasil perancangan maupun *souvenir*. *Souvenir* dapat berupa tas kain, dan *post card*.

Cara lain untuk mempromosikan buku ini adalah melalui sosial media, dimana *target audience* bisa melakukan *pre-order* buku ini. Sosial media yang bisa dimanfaatkan adalah *Instagram*.

Target Audience

- a. Geografis
 - Domisili : Kota besar di Indonesia
 - Wilayah : Seluruh Indonesia
- b. Demografis
 - Usia : 18 tahun ke atas
 - Jenis Kelamin : Pria dan Wanita
 - Pendidikan : SMA – Perguruan Tinggi
 - Kelas Sosial : Menengah ke atas
- c. Psikografis : Memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan menghargai budaya dan tradisi Indonesia, serta tertarik dengan kuliner, khususnya teh
- d. Behavioral
 - Gaya Hidup : *Modern*
 - Kebiasaan : Suka mengkoleksi dan membaca buku, penggemar kuliner Indonesia, khususnya teh

Format dan Ukuran Buku

Ukuran buku yang akan dibuat adalah 18 cm x 24 cm. Dengan ukuran tersebut, buku ini lebih berkesan eksklusif, sesuai dengan *target audience*-nya. Buku ini nantinya akan dicetak dengan format *full color*. Isi buku terdiri dari :

- a. Sampul depan
- b. Halaman judul
- c. Halaman hak cipta
- d. Halaman daftar isi
- e. Pengantar

- f. Halaman isi
- g. Glosarium
- h. Penulis
- i. Sampul belakang

Format buku : 2 sisi
 Ukuran buku : 18 cm x 24 cm
 Jumlah halaman : 152 halaman

Isi dan Tema Buku

Buku ini bertemakan tentang tradisi Kraton Jogjakarta yaitu tradisi minum teh yang disebut dengan Tradisi Patehan. Tradisi Patehan merupakan tradisi untuk menyajikan minuman kepada Sultan Hamengkubuwono, yang memiliki tata cara khusus dalam penyajiannya. Selain menjelaskan tentang Tradisi Patehan, buku ini juga sedikit menjelaskan bagaimana tradisi minum teh yang ada di Jogja sebagai pengantar buku.

Jenis Buku

Buku tentang tradisi Patehan ini berjenis buku non-fiksi, karena buku ini berisi tentang fakta-fakta mengenai tradisi tersebut yang datanya asli hasil riset dan penelitian. Buku ini bisa dibaca oleh semua usia, tetapi lebih khusus kepada *target audience* utama yaitu berusia 18 tahun ke atas. Jika dikhususkan lagi buku ini berjenis buku budaya/tradisi Indonesia.

Gaya Penulisan Naskah

Penulisan naskah isi buku akan menggunakan bahasa yang sederhana, tetapi juga tetap formal. Sehingga diharapkan pembaca bisa memahami dengan mudah isi buku ini. Selain itu urutan/alur dalam penulisan juga penting agar pembaca bisa memahami secara bertahap.

Gaya Visual/Grafis

Gaya visual yang akan digunakan dalam perancangan buku ini adalah perpaduan gaya desain yang memunculkan kesan modern atau terkini. Gaya visual ini terinspirasi dari buku-buku desain, yang memiliki variasi *layout* sehingga berkesan tidak monoton dan modern. Pembaca juga tidak cepat bosan dalam membaca buku ini.

Teknik Visualisasi

Teknik visualisasi yang digunakan dalam perancangan buku ini adalah fotografi. Penggunaan fotografi sebagai visualisasi lebih mampu memperlihatkan fakta yang ada secara nyata.

Teknik Cetak

Teknik cetak yang digunakan dalam memproduksi buku ini adalah teknik cetak *offset*. Teknik *offset* menggunakan film dan plat cetak yang digunakan sebagai media transfer ke permukaan kertas.

Judul Buku

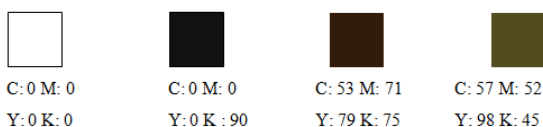
Judul yang dipilih untuk rancangan buku ini adalah “Patehan” dengan *tagline* “*The Javanese Royal High Tea*”. Judul buku ini dipilih karena bisa langsung menggambarkan isi buku. Pemilihan *tagline* dalam bahasa Inggris dapat memberikan kesan modern pada buku. Selain itu diharapkan pembaca (*target audience*) yang berusia 18 tahun ke atas, berpendidikan, dan kelas menengah keatas bisa dengan mudah memahami artinya.

Gaya Layout

Dalam perancangan buku ini akan menggunakan jenis *layout* yang biasa disebut *white space*, *layout* jenis ini memberikan banyak ruang kosong yang akan membuat pembacanya lebih nyaman, karena dalam satu halaman tidak terlalu penuh dengan isi. Selain itu juga menggunakan jenis *picture window*, dimana tampilan fotografi yang besar akan menjadi ciri utama. Buku ini akan dibuat dengan desain yang *simple*, *elegant*, dan *clean*.

Tone Warna

Konsep pemilihan warna dalam buku ini terinspirasi dari buku-buku desain dan majalah *lifestyle* yang kebanyakan menggunakan warna putih (warna kertas) dan foto yang diberikan sentuhan *tone* warna tertentu. Sehingga memberikan kesan elegan, modern, dan minimalis pada buku. Oleh karena itu, warna putih akan terlihat lebih mendominasi pada buku ini, karena digunakan sebagai *background*. Warna putih mewakili kesan yang simpel, *elegant*, dan *clean*. Selain itu warna lain yang dipakai adalah warna-warna natural seperti hitam, coklat, dan hijau. Warna tersebut dipilih selain karena merupakan warna natural, juga mampu menggambarkan kraton.



Gambar 1. Color Pallete

Tipografi

Pemilihan jenis *font* yang digunakan dalam buku ini memperhitungkan kenyamanan pembaca dan kesesuaian dengan karakter buku.

a. Judul utama

Ethos
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

b. Tagline

LULO CLEAN ONE
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

c. Teks/bodytext

Minion Pro
 A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Dalam setiap halaman ada beberapa elemen tipografi, seperti judul, *body text*, nomor halaman, dan sebagainya. Berikut adalah ketentuan *font* untuk setiap halaman:

Elemen Halaman	Typeface	Size	Leading	Tracking
Judul	Ethos	12	15	-10
Body Text	Minion Pro	10	13	20
Nomor Gambar	Lulo Clean One	6	9	-10
Keterangan Gambar	Minion Pro	7	10	20
Catatan Kaki	Minion Pro	5.5	8	20
Quote	Lulo Clean One	11	14	-10
Nomor Halaman	Lulo Clean One	6	0	-10
Judul Buku	Ethos, Lulo Clean One	5	0	-10

Cover Depan dan Belakang

Desain sampul depan akan berisi foto hasil karya penyusunan daun teh kering menjadi tulisan Patehan. Selain foto, juga ada *tagline* dan nama penulis. Dibagian punggung buku berisi judul buku dan nama pengarang serta logo penerbit. Pada sampul belakang terdapat logo penerbit dan *barcode* ISBN.

Finishing

Bagian isi buku ini menggunakan kertas *Mohawk Option – Crystal White* dengan berat kertas 118 gr. Sedangkan untuk sampul buku menggunakan kertas *Mohawk Option Cover – Crystal White* dengan berat 270 gr. Untuk bagian indeks (lembar kosong setelah sampul buku) menggunakan kertas berjenis sama dengan isi buku.

Jenis penjiilidan yang dipakai adalah *semi-hardcover* yang dijahit bagian isinya kemudian digabungkan dengan bagian sampul. Teknik menjahit ini akan membuat buku menjadi lebih awet dan tidak mudah lepas. Sampul buku juga akan diberi laminasi *doff* agar lebih awet. Buku ini juga memiliki kemasan luar, berupa *wrapping paper* yang berguna untuk melindungi buku. *Wrapping paper* menggunakan kertas berjenis sama dengan cover buku.

Media Pendukung Promosi

a. Wujudkan.com

Wujudkan.com merupakan sebuah *website* untuk para kreator Indonesia agar bisa mendapatkan dukungan dana untuk mewujudkan sebuah kreasi. Dari *website* tersebut, selain bisa mendapat dukungan dana, bisa juga secara tidak langsung mempromosikan buku ini. Nantinya penyumbang dana akan mendapatkan *reward* sesuai bantuan dana yang diberikan, dalam hal ini *reward* berupa buku hasil perancangan maupun

souvenir. *Souvenir* dapat berupa tas kain dan *post card*.

b. Sosial Media

Media untuk promosi yang digunakan adalah Instagram. Media ini fungsinya adalah untuk menarik *target audience* melalui postingan, *posting* dapat berupa foto-foto yang berkaitan dengan perancangan buku dan isi buku. Melalui media sosial ini *target audience* akan diarahkan untuk melakukan pemesanan buku melalui Wujudkan.com.

c. Pembatas buku

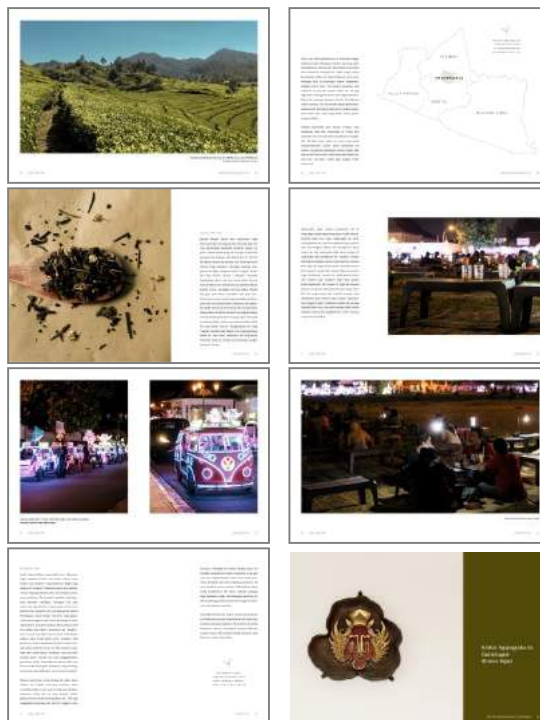
Pembatas buku akan dibuat berbentuk persegi panjang, yang akan diselipkan di dalam buku, sehingga semua pembeli buku pasti mendapatkan pembatas buku. Pembatas buku berukuran 12 cm x 4 cm.

d. Tas kain

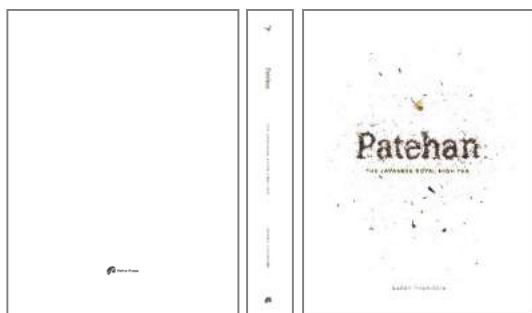
Tas ini berguna sebagai tempat untuk membawa buku, setelah membeli atau memberikan buku ini kepada pembaca. Selanjutnya tas kain ini bisa digunakan untuk keperluan yang lain.

e. Post Card

Post card dicetak 2 sisi, yang satu sisi berisi foto dan sisi lainnya berisi elemen pasti dari *post card*. *Post card* akan berukuran 10,5 cm x 14,8 cm.

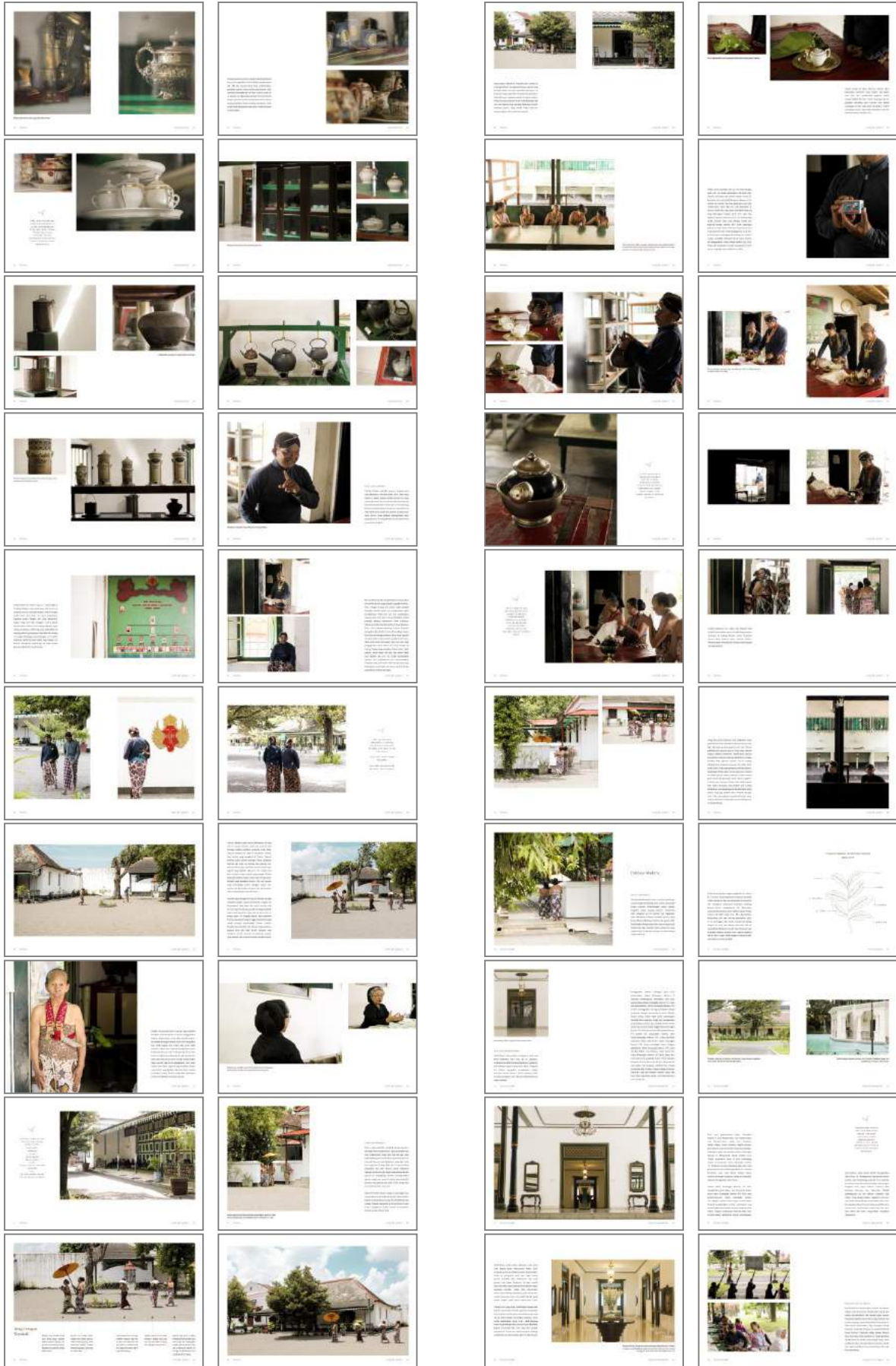


Hasil Perancangan



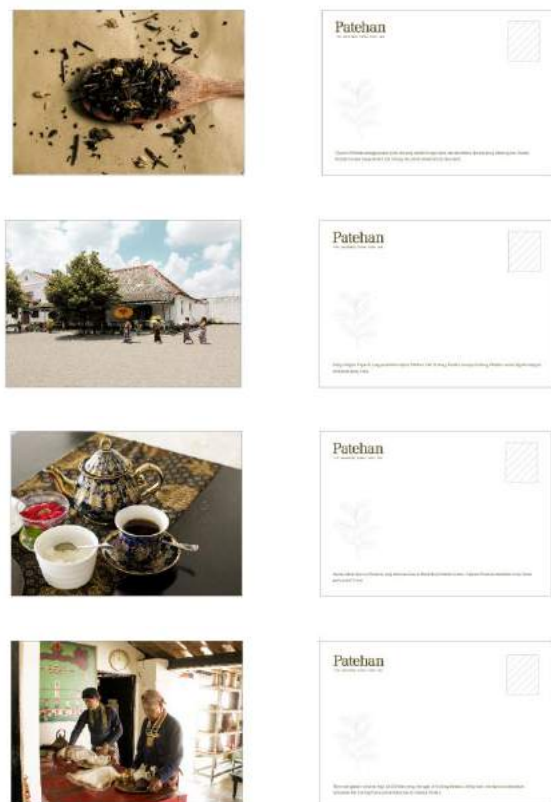
Gambar 2. Desain Sampul Depan dan Belakang



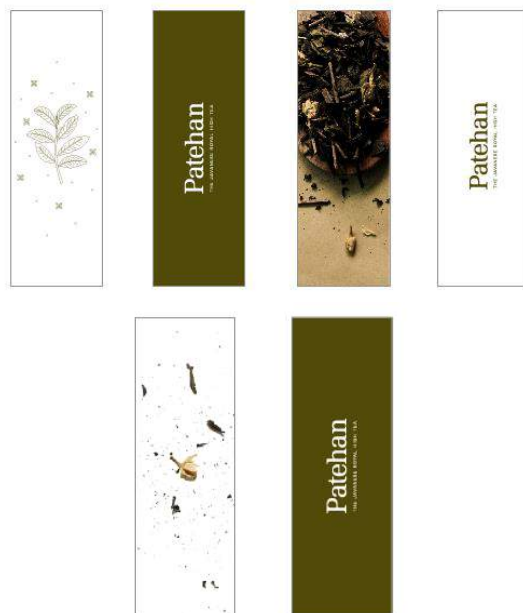




Gambar 3. Desain *Layout* Isi Buku



Gambar 4. Desain *Post Card*



Gambar 5. Desain Pembatas Buku



Gambar 6. Desain Tas Kanvas



Gambar 7. Desain Kertas Pembungkus



Gambar 8. Desain Katalog Pameran Tugas Akhir

Kesimpulan

Tradisi Patehan yang ada di Kraton Jogja merupakan salah satu tradisi yang penting untuk dikenalkan kepada masyarakat. Tidak hanya sebagai sebuah ritual biasa, tetapi Patehan juga memiliki makna. Tradisi Patehan tidak kalah dengan tradisi minum teh yang dimiliki oleh negara lain, tata cara penyajian dan aturannya juga memiliki keunikan tersendiri, dan tradisi ini masih dilakukan sampai sekarang. Sayangnya, tradisi ini masih kurang dikenal oleh masyarakat Indonesia. Masyarakat lebih mengenal tradisi minum teh milik negara lain.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, maka dirancang sebuah buku yang menjelaskan tentang Patehan dan secara tidak langsung ikut melestarikan tradisi Patehan ini. Media buku dipilih karena fungsinya, yaitu mampu berbicara secara personal kepada pembacanya, sebagai agen perubahan sosial dan budaya, serta kemampuan buku untuk menyimpan berbagai informasi.

Meskipun Patehan yang ada di Kraton bukan untuk wisatawan atau masyarakat biasa, tetapi akan lebih baik jika masyarakat Indonesia bisa mengenal tentang Patehan ini. Jika masyarakat ingin merasakan tradisi Patehan secara langsung, ada sebuah hotel di Jogja yang menyediakan acara Patehan ini.

Daftar Pustaka

Dabner, D. (2005). *Graphic Design School: A Foundation Course In The Principles and Practices of Graphic Design*. London: Quatro Publishing Inc.

Indarto. (2015). *Tradisi Minum Teh di Jepang dan Indonesia*. Retrieved Maret 16, 2016, from Sirup Bregas: <http://blog.sirupbregas.com/tradisi-minum-teh-di-jepang-dan-indonesia>

Indarto. (2015). *Tradisi Minum Teh di Kraton Jogjakarta*. Retrieved November 8, 2015, from Sirup Bregas Jogjakarta: <http://blog.sirupbregas.com/tradisi-minum-teh-di-kraton-jogjakarta>

Memahami Segitiga Exposure Shutter Speed, Aperture, dan ISO. (2012). Retrieved Maret 23, 2016, from Tipsfotografi.net: <http://tipsfotografi.net/memahami-segitiga-exposure-shutter-speed-aperture-dan-iso.html>

Minum Teh itu Tradisi Dunia. (2014). Retrieved Maret 16, 2016, from PT. Braga Nusa Putih: <http://www.bragateh.com/minum-teh-itu-tradisi-dunia.html>

Nurindiani, R. (2015). *Segelas Teh di Angkringan*. Retrieved Maret 17, 2016, from Truly Jogja: <http://www.trulyjogja.com/segelas-teh-di-angkringan/>

Prosesi Patehan dan Jemparingan untuk Tamu Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta. (2011). Retrieved Maret 26, 2016, from JogjaNews.com: <http://jogjanews.com/prosesi-patehan-dan-jemparingan-untuk-tamu-hotel-royal-ambarrukmo-yogyakarta>

Rustan, S. (2009). *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Gramedia.

Santoso, F. L. (2014). *Fotografi sebagai Ilustrasi. Perancangan Buku tentang Batik Mojokerto*, 104-105.

Tradisi yang Ditinggalkan. (2015). Retrieved Oktober 8, 2015, from Republika: <http://www.republika.co.id/berita/koran/gen-i/15/01/21/niiroa3-tradisi-yang-ditinggalkan>

Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa* (Vol. 8). (T. W. B.S., Trans.) Jakarta: Kencana.

Wahyudi, I. (2012). *Panning, Blurring, dan Freezing*. Retrieved Maret 23, 2016, from Panopticon Edition: <http://panopticon-idea.blogspot.co.id/2012/04/panning-blurring-dan-freezing.html>

Yulianti, A. D. (2010). *Analisis Adaptasi Upacara Minum Teh (Chanoyu) Di Indonesia*.