

Peranan Media Dan Teknologi Pada Perkembangan Budaya Minum Teh

Alit Kumala Dewi

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Denpasar
E-mail : kumalaisidps@gmail.com

Proses Review : 26 Mei - 8 Juni 2017, dinyatakan lolos 9 Juni 2017

Indonesia merupakan negara penghasil teh terbesar kelima setelah India, China, Srilanka dan Kenya. Di samping manfaat kesehatan dari teh, kesegaran, cita rasa dan aromanya yang khas, terdapat pula nilai-nilai inheren yang tetap terjaga dan tidak dapat dipengaruhi atau dihapuskan oleh perkembangan jaman seperti nilai-nilai kebersamaan, kekerabatan dll. Masyarakat yang memiliki insting bisnis atau kewirausahaan serta tanggap terhadap perkembangan jaman akan memanfaatkan pengetahuan budaya tersebut untuk membuat media-media yang berkaitan dengan teh, yang diharapkan mampu membawa pesan makna budaya, nilai-nilai, norma-norma dan kepercayaan yang dikomunikasikan secara simbolik. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana peranan media dan teknologi pada perkembangan budaya minum teh. Media sangat berperan dalam perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, sehingga kedudukan media dalam masyarakat sangatlah penting. Peran penting media dan kemampuan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan manusia untuk saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan mereka akan informasi hampir tanpa batas, jarak, waktu, jumlah, kapasitas, kecepatan dan sebagainya

Role of Media and Technology in The Development of Tea Drinking Culture

Indonesia is the fifth largest tea producer after India, China, Sri Lanka and Kenya. In addition to its health benefits, freshness, distinctive taste and aroma, there are also inherent values in tea that remain relevant and cannot be affected or eliminated by the times, such as the values of togetherness, friendship, and others that tea can offer. People who have business or entrepreneurial instincts and are responsive to the development of the era may use this cultural knowledge to create media inspired by tea, which is expected to carry the message of cultural meaning, values, norms and beliefs that are communicated symbolically. This study aims to describe the role of media and technology in the development of tea drinking culture. Media are very instrumental in changing the behavioral patterns of society, making the position of media in society very important. The important role of media as well as information technology and communication capabilities enable people to interact and meet their need for nearly unlimited information, distance, time, amount, capacity, speed and so on.

Keywords : *Description, Role, Media and Technology*

Teh merupakan minuman yang tidak asing lagi, tradisi minum teh berawal dari Cina 2737 sebelum masehi (jaman dinasti Shen Nung) kemudian berkembang dan mempengaruhi gaya hidup masyarakat di negara-negara lainnya termasuk Indonesia. Masyarakat Indonesia sudah menjadikan minum teh sebagai sebuah tradisi turun menurun. Tradisi minum teh ini awalnya hanya dimiliki kalangan bangsawan, namun kemudian sudah menjadi kebiasaan masyarakat luas. Pada pertunjukkan ‘Tradisi Minum Teh Tempoe Doeloe’ pada gelaran Festival Seni Budaya Nusantara (FSBN) di pelataran dalam Museum Sejarah Jakarta, Kawasan Kota Tua Jakarta, Sabtu (23/8) malam, tercermin bagaimana kaum bangsawan dalam hal ini mengambil contoh kebiasaan Gusti Adipati Paku Alam VII yang selalu melestarikan tradisi minum teh bersama keluarganya setiap sore hari.

Menurut KRAy. SM. Anglingkusumo selaku Kepala Harian Museum Puro Pakualaman, di Indonesia, teh pertama kali dikenap pada 1686, yakni ketika warga kebangsaan Belanda, Dr. Andreas Cleyer membawa tanaman tersebut ke Indonesia sebagai tanaman hias. “Pada 1782 Pemerintah Belanda mulai membudidayakan tanaman teh utamanya di Pulau Jawa dengan mendatangkan biji-biji teh dari China. Semenjak itu, dimulailah kebiasaan untuk minum teh,” jelasnya.

Indonesia sendiri merupakan negara penghasil teh terbesar kelima setelah India, China, Srilanka dan Kenya. Pada 1826, tanaman teh berhasil ditanam melingkapi Kebun Raya Bogor dan pada 1827 di Kebun Percobaan Cisarupan, Garut, Jawa Barat. Berhasilnya penanaman teh di Wanayasa (Purwakarta) dan di Raung (Banyuwangi) pada 1877 membuka jalan bagi Jacobus Loedewijk Levian Jacobson, seorang ahli teh, menaruh landasan bagi perkebunan teh di Jawa. Teh dari Jawa tercatat diterima pertama kali di Amsterdam pada 1835. Teh jenis Assam mulai masuk ke Jawa pada 1877 dan ditanam oleh RE Kerkhoven di Kebun Gambung, Jawa Barat (<http://www.tribunnews.com/lifestyle/2014/08/25/tradisi-minum-teh-sejak-masa-kolonial>)

Takwin (2006:37) menjelaskan bahwa, gaya hidup bukan lagi semata-mata tata cara atau kebiasaan pribadi dan unik dari individu, tetapi menjadi sesuatu yang diadopsi oleh sekelompok orang.

Seperti juga, masyarakat yang mempunyai kegemaran minum teh, dapat pula menginspirasi teman-teman atau anggota keluarga lainnya untuk membentuk kebiasaan minum teh tersebut, kebiasaan merupakan berbagai bentuk perilaku dan tindakan yang diterima secara budaya, kebiasaan tersebut diwariskan secara turun menurun dan dilakukan secara rutin (Sumarwan, 2003:195).

Faktor-faktor yang dapat membuat kebiasaan minum teh menarik minat masyarakat adalah karena manfaat kesehatan dari teh, kesegaran, cita rasa dan aromanya yang khas, di samping itu terdapat pula nilai-nilai inheren yang tetap terjaga dan tidak dapat dipengaruhi atau dihapuskan oleh perkembangan jaman seperti nilai-nilai kebersamaan, kekerabatan, kekeluargaan dan lain sebagainya

Pemahaman tentang budaya suatu masyarakat dan bangsa akan memberikan produk yang dibutuhkan konsumen, seperti kebiasaan minum teh, kebiasaan (gaya hidup) tersebut diturunkan dari generasi ke generasi berikutnya sampai zaman modern.

Beberapa orang yang memiliki insting bisnis atau kewirausahaan serta tanggap terhadap perkembangan jaman akan memanfaatkan pengetahuan budaya tersebut untuk membuat media-media yang berkaitan dengan teh, sehingga diharapkan mampu membawa pesan makna budaya nilai-nilai, norma-norma dan kepercayaan yang dikomunikasikan secara simbolik, di samping itu pertumbuhan media di tengah-tengah kehidupan masyarakat memberikan peran tersendiri. Hal ini penting dimengerti karena secara eksistensi kedudukan media dan perwujudan dunia komunikasi dalam kehidupan masyarakat adalah dua esensi yang saling berkaitan. Meskipun media lebih menyentuh kepada aspek terluar dan komunikasi berada dalam aspek terdalam, namun keduanya memiliki kemutlakan yang tidak bisa dipisahkan. Berdasarkan hal di atas maka muncul pertanyaan bagaimana peranan media dan teknologi pada perkembangan budaya minum teh? fenomena atau budaya minum teh dapat dianggap penting untuk dibahas karena eksistensi kebiasaan minum teh serta nilai-nilai inheren yang ada di dalamnya akan tetap terjaga dan berkembang dari masa ke masa mengikuti perkembangan jaman

PEMBAHASAN

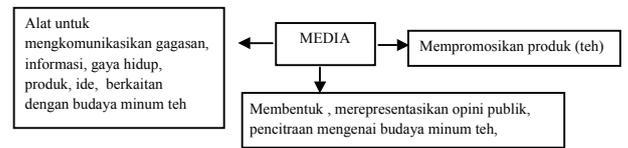
Kaitan Fenomena Atau Budaya Minum Teh Dengan Peranan Media Dan Teknologi

Kebiasaan minum teh diwariskan dari tradisi atau kegiatan tradisional Cina, segala informasi, gagasan, ide, gaya hidup, yang berkaitan dengan kebiasaan minum teh, disebarkan ke *audiens* dalam bentuk media dengan bantuan teknologi. Menurut Thwaites (2009:213) media seringkali digunakan sebagai singkatan untuk media massa, yakni institusi yang bisnisnya sebenarnya adalah penyebaran teks yang sangat luas : percetakan, televisi, film, radio, internet dan khususnya jurnalisme dan periklanan dalam semua bentuknya yang beragam. Dalam perkembangan selanjutnya, media massa mempunyai fungsi-fungsi baru, yaitu membentuk komunitas dan komunikasi virtual, seperti halnya kelompok internet di dunia maya. Media telah menjadi seperti sebuah jembatan penghubung arus informasi. Berbagai informasi di belahan dunia bagian barat, dengan segera bisa diakses oleh negara-negara di belahan timur. Media telah menjadikan dunia terasa datar, terlebih lagi dengan semakin berkembangnya teknologi, media semakin marak digunakan sebagai penggiring opini masyarakat menuju pencitraan yang diinginkan.

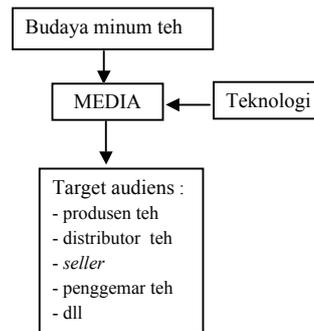
Peranan teknologi memiliki kaitan yang erat dalam bidang informasi dan komunikasi. Perkembangan teknologi sangat mempengaruhi kehidupan sosial serta cara berkomunikasi seseorang, pesatnya perkembangan teknologi menyebabkan orang dengan cepat mengetahui berita dan dengan cepat pula mengirimkan berita, sehingga pada akhirnya terciptalah komunikasi yang efektif. Perkembangan teknologi informasi saat ini dapat pula dimanfaatkan sebagai media untuk menyebarkan informasi, salah satunya menyebarkan informasi mengenai budaya minum teh ke khalayak sasarannya meliputi, produsen, distributor, seller, penggemar teh dll

Dapat digambarkan seperti di bawah ini :

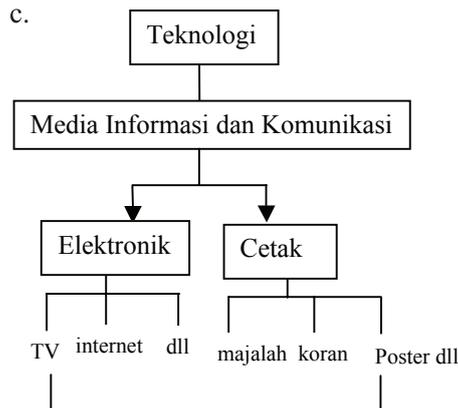
a.



b.



c.



Memudahkan dalam berkomunikasi, berinteraksi, bertukar dan mendapatkan informasi berkaitan dengan Budaya minum teh.

Kaitan Fenomena atau Budaya Minum Teh dengan Identitas

Berdasarkan pengaruh masyarakat, perkembangan budaya dan teknologi, dimana perkembangan tersebut sudah dipastikan akan sejalan dengan sistem ataupun lingkungan tempat dimana suatu teknologi itu berada. Perkembangan yang ada turut menghadirkan inovasi-inovasi baru yang berujung pada perubahan-perubahan atau pergeseran identitas. Identitas penting untuk menciptakan perbedaan, dan secara langsung dapat mempengaruhi pembentukan budaya modern. Identitas dibentuk oleh media dengan mengacu pada budaya dan kebiasaan yang ada dalam masyarakat.

Pergeseran identitas dipengaruhi oleh masyarakat contohnya di kota-kota besar, hal ini dapat dilihat dari gaya hidup masyarakatnya yang cenderung aktif, dinamis dan serba instan.

Bila dikaitkan dengan budaya minum teh, perubahan gaya hidup masyarakat akibat perkembangan budaya dan teknologi telah menciptakan kebiasaan atau cara baru dalam minum teh atau bisa disebutkan kebiasaan (budaya) minum teh modern yakni cara menikmati teh yang lebih praktis, cepat dan mudah tanpa menghilangkan atau menghapus kebiasaan (budaya) minum teh tradisional, di bawah ini adalah perbandingan identitas dari budaya minum teh tradisional dan modern.

• Identitas kebiasaan (budaya) minum teh tradisional

Pembuatan masih rumit, lama dan dengan memakai artefak-artefak tradisional

Di Indonesia ada ritual dalam penyajian teh oleh kalangan tertentu (bangsawan, keraton dll)



(1)



(2)



(3)



(4)



(5)

Nilai-nilai inheren :
kebersamaan,
Keakraban, kekerabatan dll



(6)



(7)

Dengan bantuan teknologi terciptalah artefak atau perlengkapan minum teh, sebagai media untuk melakukan kegiatan (budaya) minum teh tradisional

Sumber Gambar :

1) <http://t2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRXgVq-FRdtpGIwSP-o4hmtYsk4eOeZNzlgFV3DtOLNtrinsyHNJw>

(2) http://i.ytimg.com/vi/_FkiOI40iE4/0.jpg

(3) http://3.bp.blogspot.com/-zA-6-mtgWi0/VR_Ub8mvUDI/AAAAAAAAAVbA/rO1QPL4EKRs/s1600/jogya1.jpg

(4) http://cdn-2.tstatic.net/tribunnews/foto/bank/images/20140825_004112_tradisi-minum-teh.jpg

(5) <http://cdn2.tstatic.net/wartakota/foto/bank/images/20140824-acara-minum-teh-tempo-doeloe-di-fsbn-2014.jpg>

(6) <http://image.yes24.co.id/Upload/CatalogContent/chinese%20tea.jpg>

(7) <https://saadillahp.files.wordpress.com/2014/12/teh-poci.jpg>

• Identitas kebiasaan (budaya) minum teh modern

Nilai-nilai inheren : kebersamaan, Keakraban, kekerabatan dll masih tetap ada (terjaga)

Teh kemasan yang dapat dinikmati kapan saja dan dimana saja

Lebih praktis, cepat, mudah, menikmati teh tanpa melalui proses yang lama dan rumit



(1)



(2)



(3)



(4)

(5)

(6)

Dengan bantuan teknologi terciptalah beberapa media, salah satunya desain (Merk dan Kemasan) yang sesuai dengan gaya hidup masyarakat modern seperti teh dalam kemasan praktis (botol, tetra dll)

Sumber Gambar :

1) <http://t2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRXgVq-FRdtpGIwSP-o4hmtysk4eOeZNzlgFV3DtOLNtrinsyHNJw>

(2) http://i.ytimg.com/vi/_FkiOI40iE4/0.jpg

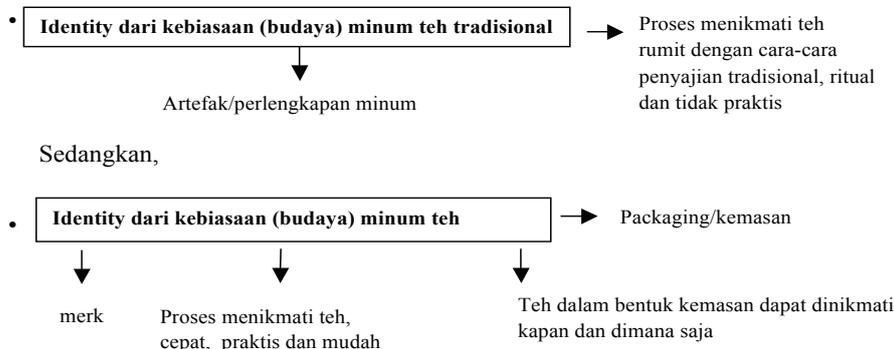
(3) http://farm4.static.flickr.com/3202/3046349023_a415d78fa8.jpg?v=0

(4) <http://sosro.com/images/prod-fruittea.jpg>

(5) <http://sosro.com/images/prod-tehbotol.jpg>

(6) http://www.ot.co.id/Testimony_files/11-TehGelas.jpg

Di bawah ini adalah gambar perbandingan identitas dari budaya minum teh tradisional dan moderi



Identitas adalah ciri, citra atau kesan, berfungsi untuk menciptakan perbedaan, memiliki sifat tidak stabil atau tidak konstan (berbeda-beda), identitas mempengaruhi pembentukan dan pergeseran budaya, di atas sudah dipaparkan perbedaan identitas (ciri) dari kebiasaan (budaya) minum teh tradisional dan modern.

Bila dikaitkan dengan fenomena kebiasaan (budaya) minum teh, pada awalnya dengan bantuan teknologi identitas dibentuk oleh media, mengacu pada budaya yang ada dalam masyarakat, kemudian media menggunakan budaya visual untuk mengkomunikasikan fenomena kebiasaan (budaya) minum teh tradisional atau modern kepada audiens atau masyarakat.

Sebuah produk dapat memiliki banyak identitas (kompleks), seperti identitas yang dimiliki kebiasaan (budaya) minum teh modern yakni merk dan kemasan, menurut Danesi (2010: 369) merk merupakan sistem signifikasi bagi produk itu sendiri, sedangkan Ferrinadewi (2008:137) mengutip pendapat dari Kotler dan Amstrong (1999:244) bahwa merk adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi keseluruhannya, yang ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan sekaligus diferensiasi produk.

Dengan banyaknya pilihan konsumen maka muncullah kompetisi produk. Kompetisi pada akhirnya mendorong kebutuhan untuk diferensiasi pasar dan kebutuhan untuk berbeda dari pasaran.



Merk menjadi sarana bagi sebuah perusahaan untuk membedakan atau menjadi pembeda perusahaan tersebut dengan perusahaan lain dalam benak konsumen

Selain merk, desain kemasan juga berfungsi untuk mengkomunikasikan perbedaan produk secara visual, dari sudut pandang penampilan, tanpa desain kemasan yang berbeda untuk semua merk produk, masing-masing produk akan tampak sama. Klimchuk (2007:33) memaparkan bahwa desain kemasan harus berfungsi sebagai sarana estetika untuk berkomunikasi dengan semua orang dari berbagai latar belakang, minat dan pekerjaan yang berbeda, karena itu pengetahuan khususnya terhadap keragaman serta perbedaan budaya dapat membantu memahami bagaimana elemen visual dapat mengkomunikasikan dengan baik suatu produk

Sumber:http://3.bp.blogspot.com/-vFIPkcoie5w/VZH-dYTY7YI/AAAAAAAAAH54/_Ws_erQ-NV4/s1600/teh%2Bbotol%2Bpaling%2Benak.jpg



(1)



(2)



(3)



(4)

Kemasan berfungsi untuk mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasaran

(1) <http://www.shanobyl.com/wp-content/uploads/2009/07/dsc04582-1024x768.jpg>

(2) <http://multiply.com/mu/annedowns/image/2/photos/upload/300x300/Q3EERQoKCjoAADt66Zc3.jpg/teh-botol.jpg>

(3) http://i87.photobucket.com/albums/k125/dennis_kawashima/PandaMaster.jpg

(4) <http://stat.kompasiana.com/files/2010/06/teh-botol-enak.jpg>

Kaitan Fenomena atau Budaya Minum Teh dengan *Imagined Network*

Pada masa sekarang, teknologi informasi dan komunikasi dapat memudahkan dalam memberikan informasi dan mendapatkan informasi dari mana saja, kapan saja, dan dari siapa saja, tidak ada lagi batasan dalam mendapatkan suatu informasi. Semakin berkembangnya teknologi informasi, maka pola pemasaran pun mengalami perubahan-perubahan yang cukup dratis. Sebelumnya televisi telah membawa perubahan besar dalam upaya mengiklankan sebuah produk, kini teknologi informasi yang dipadukan dengan teknologi komputer telah turut mengubah pola pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan.

Penggabungan teknologi informasi, teknologi komunikasi dan teknologi komputer telah melahirkan teknologi Internet, sebuah media baru yang dalam dekade ini banyak berperan dalam menciptakan budaya baru dalam pola komunikasi manusia, teknologi internet ini telah menyadarkan banyak orang tentang adanya media atau sarana baru untuk merancang strategi pemasaran.

Sebelum adanya internet sebagai media baru yang memiliki pengaruh yang sangat besar, pemasaran yang dilakukan manusia adalah pemasaran

konvensional, seperti menggunakan iklan televisi, radio, maupun cetak (majalah, koran, dll). Pola-pola pemasaran tersebut masih banyak digunakan saat ini namun posisinya mulai tergeser dengan pemasaran baru yang menggunakan sistem online dari internet. Dengan adanya internet kita dapat menyebarkan informasi, gaya hidup, gagasan, ide, produk, dll, tidak hanya di satu negara, tetapi di seluruh belahan dunia pun dapat disebarluaskan dengan mudah, karena teknologi informasi tidak mengenal batas ruang dan waktu.

Seperti halnya penyebaran informasi kebiasaan (budaya) minum teh tradisional/modern melalui beberapa media termasuk internet (web, online shop, blog dll). Dengan bantuan teknologi, mengkomunikasikan dan mentransmisikan informasi, gagasan, ide, produk dll yang berkaitan dengan kebiasaan (budaya) minum teh.

Dapat digambarkan seperti di berikut :

Sumber :

(1) <http://emmanuelibrary.files.wordpress.com/2009/01/acp-media-magazine-collage21.jpg>

(2) <http://radio1movies.com/wp-content/uploads/2010/06/Radio.jpg>

(3) http://www.mobilewhack.com/images/toshiba_satellite_a105_s4284_laptop.jpg

(4) <http://crapo.senate.gov/images/DigitalTV.jpg>

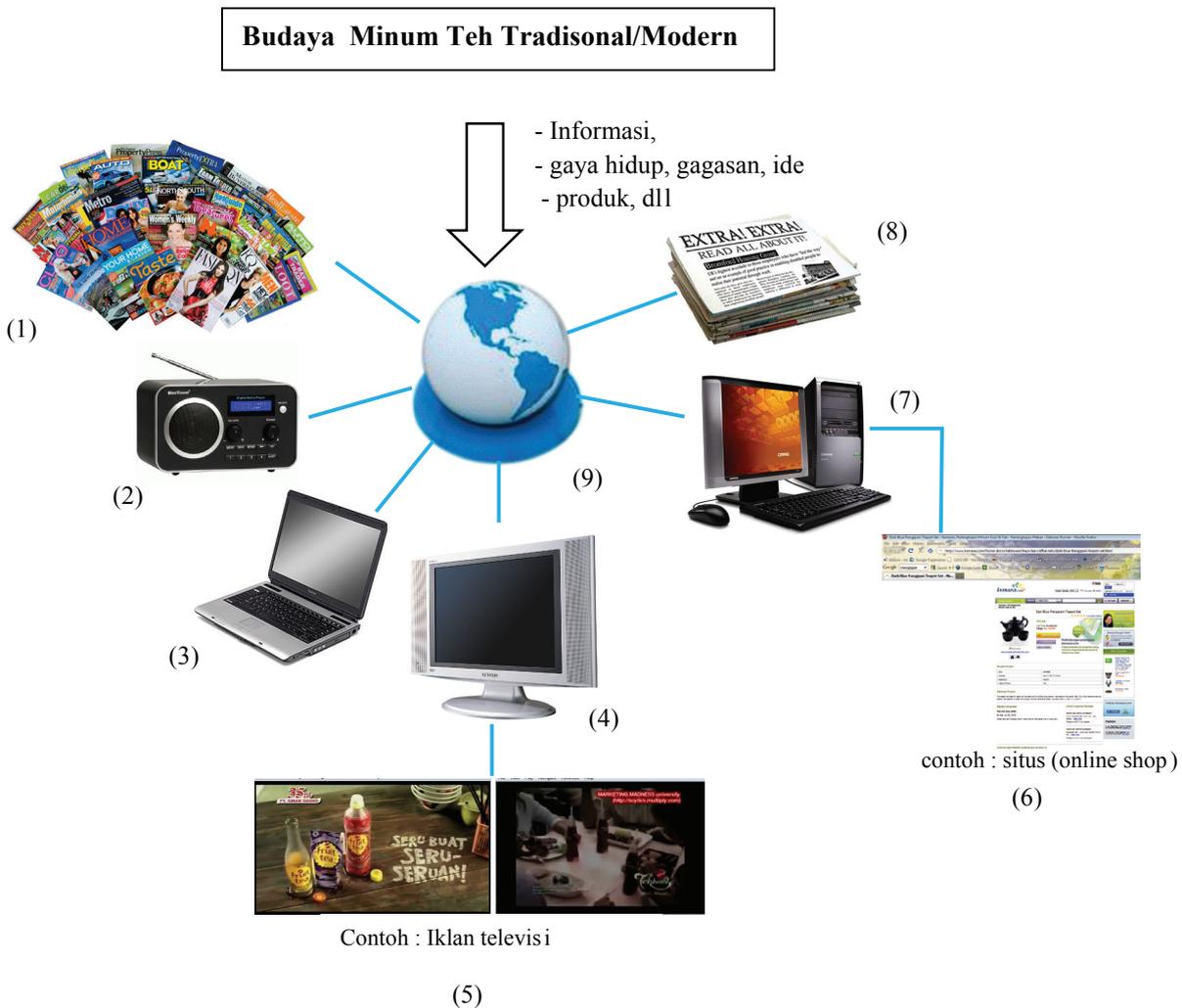
(5) www.youtube.com

(6) www.kemana.com

(7) <http://www.amitbhawani.com/blog/Images/C/compaq-desktop-computers.jpg>

(8) http://www.bromfordgroup.co.uk/image/Newspaper_20icon_1.jpg

(9) http://www.unc.edu/world/College_

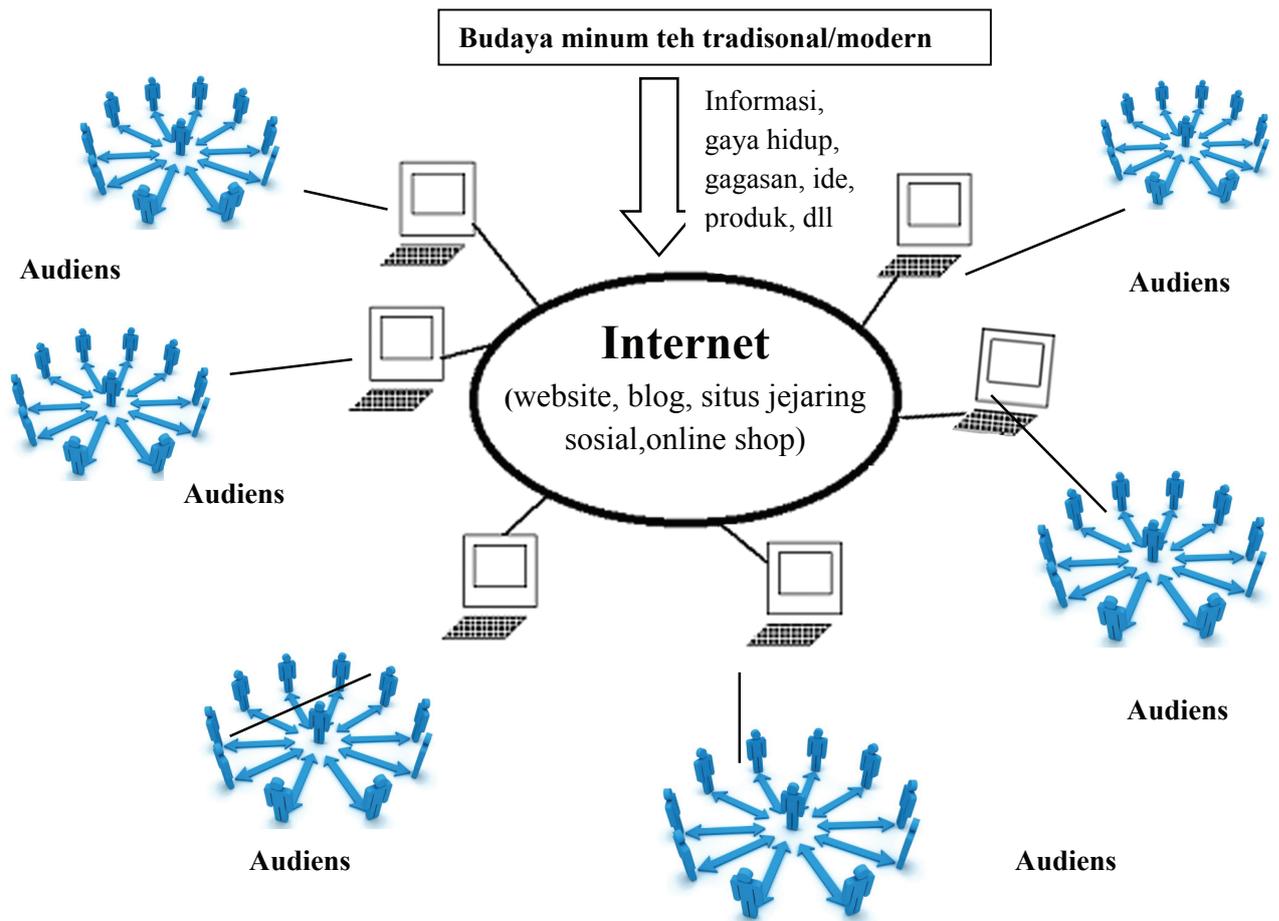


Updates_2009/world-globe.jpg

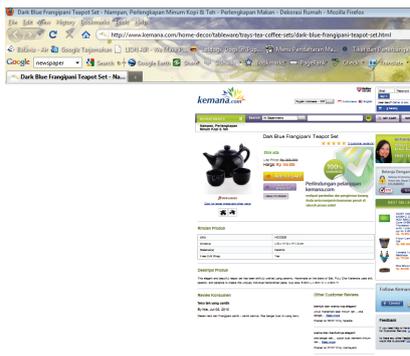
• Jaringan komunikasi (internet) mempengaruhi pembentukan budaya, jaringan ada karena adanya pola interaksi, di dalamnya terdapat proses transmisi informasi antara beberapa individu atau kelompok. Jaringan tersebut benar-benar menciptakan ruang kultural (cultural space), dunia simbolik, dimana orang berkomunikasi dan berinteraksi tanpa kehadiran secara fisik lawan-bicara (Ibrahim, 2007:97) dan menurut Windahl (2009:94-96) *in terms of communication, "network" is interconnection of individuals who are linked by patterned communication flows*

Bila dikaitkan dengan kebiasaan (budaya) minum teh tradisional/modern, seperti bagan di bawah ini, internet (website, blog, online shop dll) sebuah media baru yang dapat menyalurkan atau

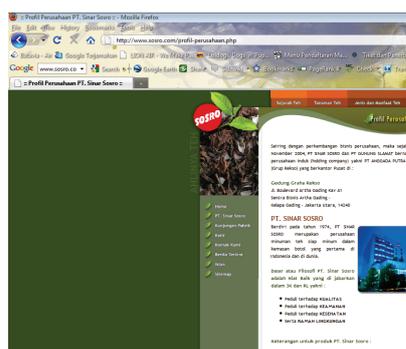
menyebarkan informasi, gagasan, ide, gaya hidup, produk dll, semua hal tersebut dapat ditransmisikan ke audiens (salah satunya, produsen teh, distributor teh, penggemar teh, seller dll) kemudian diteruskan ke orang-orang terdekat seperti keluarga, teman, kolega, dll sehingga informasi tersebut tersebar secara berkelanjutan dan turun temurun. Dapat digambarkan sebagai berikut :



contoh website, online shop, blog dll



(1)



(2)



(3)

Sumber:

(1) www.kemana.com

(2) www.sosro.com

(3) <http://karashi-san.blogspot.com/2009/05/upacara-minum-teh.html>

SIMPULAN

Fenomena kebiasaan (budaya) minum teh awalnya dibawa oleh bangsa cina kemudian menyebar ke berbagai negara dan diturunkan dari generasi ke generasi, hingga kini memberikan pengaruh dan perubahan atau gaya hidup masyarakat di sekitarnya. Di balik kebiasaan (budaya) minum teh yang sederhana, terdapat nilai-nilai inheren yang tidak berubah atau terpengaruh oleh perkembangan jaman dan perlu dipertahankan yakni nilai kebersamaan, kekerabatan, kekeluargaan dll. Sehingga fenomena atau isu kebiasaan (budaya) minum teh penting untuk dibahas lebih lanjut

Dengan pertumbuhan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, hubungan masyarakat dan budaya telah terpengaruh secara signifikan, begitu juga pada kebiasaan (budaya) minum teh yang bersifat tradisional seperti proses penyajian serta perlengkapan yang memakan waktu lama, rumit, menjadi bergeser atau terbentuklah kebiasaan (budaya) minum teh yang bersifat modern, dikatakan modern karena dilihat dari segi penyajian atau menikmati teh yang tidak membutuhkan proses panjang yang rumit, lebih praktis karena disajikan dalam bentuk kemasan sehingga lebih mudah, cepat untuk dibawa, dinikmati kapan saja dan dimana saja. Hal ini terutama juga diakibatkan dari meningkatnya aksesibilitas dan kecepatan komunikasi sehingga mempengaruhi gaya hidup masyarakat yang berbeda, menjadikan masyarakat lebih tertarik pada sesuatu yang lebih cepat, praktis, instan dan mudah

Media merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata-cara, mode, gaya hidup dan norma-norma. (Dennis McQuil, 1987:1). Media sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola tingkah laku dari suatu masyarakat, oleh karena itu kedudukan media dalam masyarakat sangatlah penting. Bila dikaitkan dengan kebiasaan (budaya) minum teh tradisional atau modern, media dengan bantuan teknologi dapat menciptakan identitas-identitas (ciri) pembanding antara keduanya seperti pada kebiasaan (budaya) minum teh tradisional identitas yang dapat ditangkap adalah seputar artefak atau perlengkapan tradisional penyajian minum teh sedangkan identitas pada kebiasaan (budaya) minum teh modern adalah pada kemasan dan merk

Peran penting media dan kemampuan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan manusia untuk saling berhubungan (relationship) dan memenuhi kebutuhan mereka akan informasi hampir tanpa batas, dan faktor jarak, waktu, jumlah, kapasitas, kecepatan dll, kini dapat diatasi dengan dikembangkannya berbagai teknologi informasi dan komunikasi mutakhir. Salah satunya dengan menggunakan satelit, yang kemudian menciptakan teknologi internet sehingga hampir tidak ada lagi batas, jarak, dan waktu untuk menjangkau khalayak yang dituju dimanapun dan kapan pun, berkomunikasi dan berinteraksi pun tanpa memerlukan kehadiran secara fisik lawan-bicara. Internet adalah cara baru sebagai lompatan teknologi yang menempatkan manusia berada pada tempat berbeda dalam waktu yang bersamaan. Dengan kehadiran internet (website, blog, situs jejaring sosial, online shop) segala informasi, gaya hidup, gagasan, ide, produk dll yang berkaitan dengan kebiasaan (budaya) minum teh dapat ditransmisikan dengan cepat dan mudah ke khalayak (audiens)

DAFTAR RUJUKAN

- Danesi, M.(2010). *Pesan, Tanda dan Makna*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ibrahim, S.(2007). *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Klimchuck, Krasovec. (2006). *Desain Kemasan*. Jakarta: Erlangga.
- Sumarwan, U.(2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Takwin, dkk. (2006). *Resistensi Gaya Hidup*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Thwaites, dkk. (2009). *Introducing Cultural and Media Studies*. Yogyakarta : Jalasutra.

Kutipan Internet:

<http://t2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRX-gVq-FRdtpGIwSP-o4hmtysk4eOeZnZlgFV3DtOLNtrinsyHNJw>

http://i.ytimg.com/vi/_FkiOI40iE4/0.jpg

http://cdn-2.tstatic.net/tribunnews/foto/bank/images/20140825_004112_tradisi-minum-teh.jpg

<http://cdn2.tstatic.net/wartakota/foto/bank/images/20140824-acara-minum-teh-tempo-doeloe-di-fsbn-2014.jpg>

<http://image.yes24.co.id/Upload/CatalogContent/chinese%20tea.jpg>

<https://saadillahp.files.wordpress.com/2014/12/teh-poci.jpg>

<http://t2.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcRXgVq-FRdtpGIwSP-o4hmtySk4eOeZNzlgFV3DtOLNtrinsyHNJw>

http://i.ytimg.com/vi/_FkiOI40iE4/0.jpg

http://farm4.static.flickr.com/3202/3046349023_a415d78fa8.jpg?v=0

<http://sosro.com/images/prod-fruittea.jpg>

<http://sosro.com/images/prod-tehbotol.jpg>

http://www.ot.co.id/Testimony_files/11-TehGelas.jpg

http://3.bp.blogspot.com/-vFIPkcoie5w/VZH-dYTY7YI/AAAAAAAAAH54/_Ws_erQ-NV4/s1600/teh%2Bbotol%2Bpaling%2Benak.jpg