

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teh merupakan sebuah minuman yang awalnya berasal dari tanaman yang tumbuh liar di Negara Cina sejak dahulu-kala hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya literatur dan karya seni yang erat hubungannya dengan teh, awal-mula pengkonsumsian teh sendiri dimulai dari 3000 tahun yang lalu oleh nenek moyang masyarakat cina (Pan et al., 2022). Teh adalah minuman terpopuler didunia setelah air (FAO, 2023). Penyebaran produksi dan konsumsi teh kepada dunia dimulai dari Jepang dimana teh dibawa oleh Pendeta Buddhist di tahun 1200-an, Awal masuknya teh ke benua Eropa dibawakan oleh negara Belanda di tahun 1610 dan kemudian masyarakat Inggris mulai mengembangkan rasa kesukaan terhadap teh 50 tahun kemudian, sampai abad ke-19 Cina menjadi pemasok komoditas teh kepada negara barat, tetapi setelah kejadian *Opium Wars* Inggris mencari alternatif yaitu dengan menanam teh mereka sendiri di India dan mulai dari situlah pertanian teh mulai berkembang pesat melalui kerajaan Inggris (Drew, et al 2019).

Budaya teh termasuk sebagai budaya non-benda, menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari bagi seluruh lapisan masyarakat karena budaya ini dapat memberikan rasa identitas budaya yang kuat kepada seseorang, budaya ini juga menjadi praktik sosial yang menunjukkan *hospitality* dalam kehidupan masyarakat (UNESCO, n.d.). Kebiasaan teh ini tentunya sangat berbeda antar masyarakat yang memiliki pola hidup, kebiasaan makan, agama, dan budaya yang berbeda. Di Cina, budaya teh memiliki hubungan yang sangat erat dengan nilai agama, penganut Tao menganggap minum teh sebagai pengembangan diri dan untuk menjaga kesatuan jiwa dan raga; Umat Buddha menganggap bahwa minum teh bermanfaat untuk pemahaman mendalam tentang Zen; dan teh serta minum teh dianggap sebagai cara *hospitality* dan perwujudan kualitas humanistik oleh penganut Konghucu, sedangkan dengan budaya teh Jepang lebih mengarah kepada sisi upacara dan prosedur dimana semua aspek dari acara menuntut perhatian lebih

yang berpusat pada persiapan , pelayanan, dan konsumsi teh tersebut (Pan et al., 2022).

Salah satu negara yang memiliki budaya teh yang telah memadukan unsur nilai gaya elegan dan telah menjadi kebiasaan untuk mengkonsumsi teh adalah negara Inggris dimana budaya tersebut telah sangat melekat dan menjadi identitas masyarakat Inggris, menjadikan teh sebagai hal yang terpenting bagi masyarakat Inggris (Benwell, 2019). Kecintaan masyarakat Inggris terhadap teh bahkan membuat mereka tidak bisa hidup tanpa mengkonsumsinya mereka dapat mengalami perubahan suasana hati jika tidak mengkonsumsi teh harian mereka, sehingga terdapat pepatah "*While there is tea, there is hope.*" oleh seorang penulis abad ke-19 Arthur Wing Pinero. Adat kebiasaan teh masyarakat Inggris juga terbagi menjadi banyak jenis tergantung waktu dan tujuannya, yaitu terdiri dari *early tea, breakfast tea, morning tea, lunch tea, midday tea, afternoon tea (low tea), before dinner tea (high tea), after dinner tea, and night tea.*

Konsep *afternoon tea* dan *high tea* mungkin tidak terdengar asing karena sering kita jumpai di Hotel. Dengan adanya fenomena peningkatan minat *Tea tourism* belakangan ini (Fu, 2023) dan adanya transisi trend menjadi *cultural tourism* yang mengandung nilai tradisi sejarah serta menekankan pengalaman *tourist* (Zhou, 2023) , maka penulis merasa bahwa topik ini menarik untuk dibahas agar dapat membedakan antara *afternoon tea* dan *high tea* yang nantinya dapat menjadi dasar untuk menyediakan pengalaman *Tea tourism* yang masih memiliki nilai warisan budaya tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah ada perbedaan antara *Afternoon tea* dengan *High tea* ?
2. Bagaimana proses pelaksanaan *Afternoon tea* yang dilakukan di Inggris ?
3. Bagaimana perbedaan antara *Afternoon tea* di Inggris dengan yang diadaptasi di Indonesia

1.3 Tujuan Storytelling

1. Untuk mengidentifikasi perbedaan antara *Afternoon tea* dengan *High tea*
2. Untuk mendeskripsikan maksud dari istilah *Afternoon tea* dan apa latar belakang dari kebiasaan tersebut.

3. Untuk menganalisa perbedaan *Afternoon tea* Inggris dengan versi adaptasinya di Indonesia

1.4 Manfaat *Storytelling*

1.4.1 Kontribusi Pengembangan Teori

Memberikan pengembangan teori *Food and Beverage* yang terdapat dalam budaya teh *Afternoon tea* masyarakat Inggris dan juga mengenai *Food Tourism* yang berfokus kepada sisi minuman yaitu *tea tourism*, yang diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia pengetahuan *Hospitality and Tourism* secara khusus di dunia *Food and Beverage*.

1.4.2 Kontribusi Praktik

Diharapkan agar menginspirasi generasi muda untuk aktif terlibat dalam kegiatan *tourism* yang cultural contohnya adalah dengan mencoba *Afternoon tea* dan juga dapat mengambil kesempatan ini untuk membuat suatu bisnis yang memiliki nilai warisan budaya dengan target market yang sedang berkembang.

