

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Banyak sekali produk-produk di Indonesia yang memiliki kualitas yang inovatif dan kreatif hingga dapat bersaing ke tingkat internasional, dari produk makanan, minuman, pakaian hingga obat-obatan. Di Jawa Barat sendiri juga memiliki berbagai macam produk yang berkualitas yang dapat memasarkan produknya hingga ke manca negara, seperti produk 3Second, Eiger, Erigo, Edward Forrer, Silverqueen, dan salah satunya Selensia Essential Oil yang berasal dari Subang Jawa Barat.

Selensia merupakan merek dagang yang memproduksi minyak atsiri dengan beraneka ragam varian aroma dibawah perusahaan PT. Sinkona Indonesia Lestari. Selensia Essential Oil sendiri telah didirikan dan di pasarkan secara massal pada tahun 2021. PT. Sinkona Indonesia Lestari ialah sebuah perusahaan yang memproduksi minyak atsiri dan berbagai macam minyak lainnya terutama pada industri pewangi dan perisa hingga produk kimia.

Produk-produk Selensia saat ini telah memasarkan produknya ke seluruh Indonesia hingga telah merambah ke benua Asia, Afrika, Eropa hingga ke benua Amerika. Selensia memproduksi berbagai macam produk dari minyak atsiri (*essential oil*), pembersih tangan (*hand sanitizer*), minyak pijat (*massage oil*) hingga pengharum (*scenting*).

Produk minyak atsiri yang di produksi oleh Selensia ini terbagi atas dua jenis yaitu *single oil* dan campuran minyak *blend oil*. Untuk minyak atsiri *single oil* terdiri atas 6 varian yaitu, kayu putih, jeruk manis, jahe, lemon, peppermint dan lavender. Untuk produk minyak atsiri *blend oil* terdiri dari 5 varian yaitu, Relieve (lavender, jahe, peppermint), Sweet Dream (lavender, pala, jeruk manis), Relax Fresh (jeruk manis, lavender, lemon), Focus (lavender, lemon, cajuput, rosemary, peppermint), Cheer (lavender, rosemary, jeruk manis).

Untuk produk pembersih tangan terbagi atas 7 varian yaitu, lavender, serai, daun jeruk purut, kayu putih, jeruk manis dan geranium. Sedangkan untuk produk pembersih tangan terdiri dari 3 varian yaitu, Kervilain (kunyit, lemon, serai, lavender), Kalmsen (lavender, jeruk manis, kenanga), dan Energizing (kayu putih, jeruk manis, peppermint). Harga yang ditawarkan Selensia Minyak Atsiri pun beragam tergantung varian yang akan dipilih, harga yang ditawarkan mulai dari harga Rp.150.000 hingga Rp.210.000.

Namun permasalahan saat ini belum banyak masyarakat yang mengetahui merek Selensia, dikarenakan merek Selensia terbilang baru yang didirikan pada tahun 2021. Selain itu Selensia juga belum pernah mempromosikan produknya melalui media cetak sehingga hal ini menghambat penginformasian mengenai produk Selensia ke masyarakat.

Saat ini bukan hanya Selensia saja yang memproduksi minyak atsiri melainkan banyak perusahaan lainnya yang memproduksi dengan produk yang sejenis seperti Bathaholic, Botania, Nares, Now Solutions, Organic Supply Co, Plant Therapy, Sensatia Botanicals, Wangsa Jelita, dan Young Living.

Dengan banyaknya produk yang memproduksi dengan produk yang sama menjadikan persaingan Selensia dengan kompetitornya cukup ketat dalam bersaing di pasaran. Maka setiap perusahaan bukan hanya berfokus pada produk yang diproduksi saja tetapi juga fokus pada mempromosikan serta memberi informasi mengenai manfaat dari produk-produknya ke khalayak agar dapat diterima dan diingat serta untuk menaikkan penjualan. Selensia saat ini hanya mempromosikan produk-produknya melalui media sosial.

Menurut Tjiptono (2001) promosi ialah dalam penginformasian, mengontrol, mengajak dan mengingatkan konsumen terhadap perusahaan dan bauran pemasarannya. Sedangkan adapun untuk tujuan dari promosi itu sendiri menurut Sistaningrum (2002) ada empat, yaitu memperkenalkan diri, mengajak, dan

menciptakan perilaku juga mengingatkan kembali tentang produk dan eksistensi dari suatu perusahaan yang memberikan maupun menjual produk tersebut.

Maka dari itu Selensia perlu mempromosikan produk mereka ke masyarakat entah itu melalui media *offline* maupun media *online*. Dan diperlukan suatu media promosi yang dapat menginformasikan keberadaan merek Selensia ke masyarakat melalui strategi Desain Komunikasi visual yang diharapkan dapat bersaing dengan kompetitor sejenis serta dapat memperkenalkan produk Selensia Essential Oil ke khalayak umum.

I.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari deskripsi yang diuraikan pada latar belakang masalah. Maka dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi pada Selensia, yaitu:

- Banyaknya kompetitor yang menjual produk sejenis.
- Sebagian masyarakat belum mengetahui mengenai produk Selensia Essential Oil.
- Sebagian masyarakat belum mengetahui mengenai merek Selensia Essential Oil.
- Sebagian masyarakat kurang memahami mengenai manfaat dari produk Selensia Essential Oil.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diurai diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu, Bagaimana memperkenalkan produk Selensia melalui media promosi dengan strategi Desain Komunikasi Visual kepada khalayak?

I.4. Batasan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah, maka masalah yang dibatasi pada perancangan ini yaitu:

- Objek : Banyaknya produk yang diproduksi oleh Selensia, maka peneliti membatasi permasalahan yang ada pada perancangan ini. Dalam

perancangan ini, peneliti hanya berfokus pada produk Selensia Minyak Atsiri jenis *single oil* dengan varian lavender, lemon, dan jeruk manis.

- Lokasi : Penelitian ini dilakukan di kantor Selensia yang beralamatkan Jl. Cihampelas No.16 Kota Bandung Provinsi Jawa Barat.
- Waktu : Rentang waktu pada penelitian ini yaitu pada November 2022 hingga Januari 2023.

I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan

Dalam perancangan ini memiliki tujuan serta manfaat yang akan dituju, sebagai berikut:

I.5.1. Tujuan Perancangan

- Membantu Selensia Essential Oil bersaing dengan kompetitor dalam perancangan media promosi melalui Desain Komunikasi Visual.
- Membantu Selensia Essential Oil agar dapat lebih dikenali ke khalayak luas.
- Menginformasikan produk Selensia Essential Oil dengan menarik dan kreatif.
- Meningkatkan penjualan Selensia Essential Oil melalui media promosi.

I.5.1 Manfaat Perancangan

- Manfaat Produsen
Manfaat untuk produsen agar dapat bersaing dengan kompetitor yang menjual produk sejenis dan memberikan informasi ke khalayak keberadaan merek Selensia serta diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk Selensia Essential Oil.
- Manfaat Konsumen
Manfaat untuk konsumen agar dapat mengetahui manfaat apa saja yang didapatkan dalam menggunakan produk Selensia Essential Oil.
- Manfaat teoritis
Selain untuk menambah dan memperluas wawasan peneliti dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Penelitian ini dapat dijadikan acuan kepada

peneliti lainnya yang hendak melakukan penelitian secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang sama.

- Manfaat peneliti

Manfaat peneliti dalam perancangan ini yaitu agar dapat memberikan pemahaman dan pengalaman, dalam menerapkan ilmu yang didapatkan saat kuliah dan juga bagi kemajuan mahasiswa dalam bidang Desain Komunikasi Visual.