

## **BAB II. MEDIA PROMOSI DAN SELENSIA MINYAK ATSIRI**

### **II.1. Landasan Teori**

Secara umum landasan teori merupakan sebagai pernyataan yang dilakukan secara jelas atau eksplisit terhadap suatu teori yang hendak dilakukan evaluasi dan penelitian yang kritis. Adapun menurut Sugiyono (2012) mengenai landasan teori ialah dasar riset yang perlu diperkuat agar penelitian memiliki dasar yang kuat dan bukan hanya sekedar penelitian percobaan. Maka dalam hal ini yang menjadi landasan teori ialah:

#### **II.1.1. Pengertian Minyak Atsiri**

Minyak atsiri ialah suatu unsur yang memiliki aroma yang diekstraksi dari akar, batang, bunga, buah-buahan, kulit kayu dan beberapa tanaman lainnya. Pada umumnya minyak atsiri tidak memiliki warna namun apabila dalam penyimpanan terlalu lama dapat mengakibatkan warna minyak atsiri menjadi keruh.

Minyak atsiri juga dapat dikatakan sebagai kelompok minyak botani karena berasal dari tanaman karena memiliki dasar dari pewangi ataupun minyak gosok dalam pengobatan alami dan memiliki aroma yang khas.

Menurut Lutony dan Yeyet (2002) mengenai minyak atsiri dapat diartikan sebagai minyak yang dapat menguap yang berasal dari tanaman. Tanaman yang dimaksud seperti kulit kayu, biji, bunga, buah, daun, akar, dan batang tanaman.

Sedangkan menurut Anto (2020) minyak atsiri ialah minyak yang merupakan hasil turunan dari berbagai tanaman rempah ataupun herbal dengan dengan ciri mudah menguap dan berbau wangi seperti tanaman aslinya.

#### **II.1.2. Manfaat Minyak Atsiri**

Manfaat minyak atsiri sendiri pun cukup beragam bagi kesehatan, selain itu minyak atsiri dapat berfungsi sebagai pengharum ruangan dan sebagai aromaterapi. Berikut ini manfaat minyak atsiri bagi kesehatan:

- a. Meningkatkan daya ingat  
Aroma minyak atsiri dapat memberikan stimulan pada sistem dalam otak. Sistem ini merupakan bagian yang penting dalam membentuk daya ingat. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil penelitian yang menganalisis mengenai aroma yang dapat memberikan dampak pada emosi maupun daya ingat seseorang.
- b. Mengurangi Inflamasi  
Minyak atsiri mengandung antioksidan dan antibiotik, yang dapat mengurangi inflamasi. Inflamasi dapat terjadi apabila peradangan terinfeksi virus, bakteri, ataupun jamur. Sehingga minyak atsiri dapat meredakan peradangan dan dapat menangkal kerusakan sel akibat radikal bebas.
- c. Mengatasi stres  
Minyak atsiri juga kerap digunakan untuk terapi mental karena pada umumnya minyak atsiri dapat memberikan stimulan pada sistem sel otak untuk mengontrol pikiran, detak jantung serta dapat mengatur sistem pernapasan yang menjadikan tubuh lebih rileks dan menjernihkan pikiran.
- d. Mengatasi gangguan susah tidur atau insomnia  
Dengan menghirup minyak atsiri dapat menenangkan pikiran dan emosi, sehingga minyak atsiri dapat meningkatkan kualitas tidur dan mengatasi insomnia.
- e. Bahan produk kecantikan  
Minyak atsiri juga dapat digunakan pada produk kecantikan, seperti *face oil* dan krim wajah. Dengan campuran minyak atsiri ini dipercaya dapat merelaksasi wajah dan membuat sistem aliran darah menjadi lebih lancar serta dapat memperlambat penuaan dini.
- f. Minyak pijat  
Bukan hanya sebagai produk kecantikan dan sebagai aromaterapi saja, minyak atsiri juga dapat dijadikan sebagai minyak pijat. Minyak atsiri dari kelapa dapat mengatasi badai pegal maupun otot yang keseleo akibat cedera.
- g. Obat masuk angin

Minyak atsiri dengan berbahan kayu putih dapat dijadikan obat masuk angin seperti demam, flu, sakit kepala, hingga mual, dapat membaik dengan mengoleskan minyak atsiri pada area tubuh yang kurang enak.

### **II.1.3. Jenis-Jenis Minyak Atsiri**

Minyak atsiri yang banyak bermanfaat bagi kesehatan tubuh serta aroma yang beraneka ragam yang wangi, karena minyak atsiri merupakan hasil penyulingan berbagai macam tanaman dan buah, berikut jenis minyak atsiri:

- Minyak atsiri adas  
Minyak atsiri dari tanaman adas dapat membantu menurunkan berat badan, selain itu dapat membantu menghilangkan jamur pada kulit.
- Minyak atsiri bunga kenanga  
Minyak atsiri dari bunga kenanga dapat mengurangi stres dan mengatasi masalah depresi, selain itu dapat dijadikan sebagai merawat rambut.
- Minyak atsiri jahe  
Minyak atsiri dari tanaman jahe bermanfaat untuk mengatasi diare, meningkatkan imun, dan mengatasi radang sendi.
- Minyak atsiri kayu putih  
Minyak atsiri dari tanaman kayu putih dapat meningkatkan konsentrasi dan mengurangi rasa kantuk, selain itu dapat membantu mengatasi masalah pada pernafasan serta membuang lendir dari dalam tubuh.
- Minyak atsiri pohon kayu putih  
Minyak atsiri dari pohon kayu putih dapat bermanfaat untuk meningkatkan tekanan darah serta dapat mengurangi perut kembung.
- Minyak atsiri kunyit  
Minyak atsiri dari kunyit bermanfaat untuk penderita reumatik dan arthritis, selain itu dapat membuat perasaan lebih tenang dan tubuh terasa hangat.
- Minyak atsiri lavender  
Minyak atsiri dari bunga lavender dapat membantu mengatasi alergi dan luka bakar, selain itu juga dapat membantu mengatasi pusing dan stress.
- Minyak atsiri lada hitam

Minyak atsiri dari lada hitam dapat digunakan sebagai terapi agar dapat berhenti merokok, selain itu dapat mengurangi rasa mual dan melancarkan peredaran darah.

- Minyak atsiri lemon

Minyak atsiri dari buah lemon dapat meningkatkan kekuatan imun dan mengurangi rasa mual.

- Minyak atsiri nilam

Minyak atsiri daun nilam dapat dimanfaatkan untuk mengatasi radang kulit, mengobati luka, kulit kering serta ruam.

- Minyak atsiri peppermint

Minyak atsiri dari daun peppermint dapat mengatasi gangguan pencernaan dan mengatasi demam, sinus, serta nyeri otot.

- Minyak atsiri serai

Minyak atsiri dari daun serai dapat mengurangi rasa nyeri pada tubuh dan dapat mengatasi radang pada kulit

#### **II.1.4. Cara Penggunaan Minyak Atsiri**

Menurut Ketaren (1985) minyak atsiri diartikan sebagai minyak yang berasal dari tanaman dengan ciri mudah menguap pada suhu ruangan tanpa mengalami dekomposisi, bau wangi dan sesuai dengan bau tanaman aslinya, serta memiliki rasa pahit namun tidak larut dalam air. Dalam penggunaan minyak atsiri memiliki beraneka ragam macam namun dipastikan terlebih dahulu produk minyak atsiri tersebut sudah terdaftar di badan pengawas obat dan makanan (BPOM), berikut ini cara aman menggunakan minyak atsiri:

- Dhirup

Menghirup minyak atsiri dapat dilakukan dengan cara dihirup langsung maupun tidak langsung. Cara menghirup secara langsung yaitu, teteskan minyak atsiri secukupnya ke air panas lalu kemudian hirup aromanya. Dan adapun cara mudah dengan menggunakan *diffuser*, alat ini akan mengubah minyak atsiri menjadi uap dan menyebarkan di udara pada ruangan sehingga dapat dihirup secara tidak langsung.

- Dioles

Minyak atsiri dapat diserap dengan mudah oleh kulit sehingga dapat digunakan untuk pijat dan campuran losion perawatan tubuh. Untuk lebih aman kombinasikan minyak atsiri bersama minyak kelapa ataupun minyak kedelai agar tidak menyebabkan iritasi pada kulit.

## **II.2. Objek Penelitian**

Secara umum objek penelitian merupakan masalah yang akan diteliti dan dianalisis sehingga memiliki makna yang sama dengan objek yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2014), objek penelitian adalah suatu karakter berupa nilai dari seseorang, objek, maupun kegiatan dengan suatu variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik suatu kesimpulan. Berikut objek penelitian yang akan dianalisis pada perancangan ini:

### **II.2.1. PT. Sinkona Indonesia Lestari**

PT. Sinkona Indonesia Lestari merupakan perusahaan yang memproduksi minyak atsiri dan turunannya untuk banyak industri, terutama pada industri perisa dan pewangi, makanan dan minuman, hingga kimia. PT. Sinkona Indonesia Lestari didirikan pada tanggal 25 oktober 1986. Kepemilikan perusahaan dibagi antara PT. Kimia Farma (Persero) Tbk, sebuah perusahaan farmasi milik negara, dan PT. Perkebunan Nusantara VIII (Persero), juga merupakan perusahaan milik negara sektor pertanian sebagai bisnis intinya. Perusahaan dijalankan oleh para profesional yang memiliki pengalaman di bidang minyak atsiri (*essential oil*) dan aromatic kimia (*aromatic chemical*) serta didukung oleh peralatan penelitian yang canggih dan lengkap.



Gambar II.1 Logo PT. Sinkona Indonesia Lestari

Sumber:

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=454124490073593&set=a.454124436740265>  
(Diakses pada 22/12/2022)

### **II.2.2. Selensia Essential Oil**

Minyak Atsiri digunakan untuk aromaterapi dan pengobatan alternatif yang menggunakan ekstrak tumbuhan untuk mendukung kesehatan. Minyak atsiri merupakan senyawa yang di ekstraksi dari tumbuhan yang mempunyai aroma yang wangi dan aroma yang unik.

Selensia merupakan merek dagang yang memproduksi minyak atsiri persembahan dari PT. Sinkona Indonesia Lestari yang didirikan pada tahun 2021. Selensia diproduksi berdasarkan pendekatan penelitian ilmiah terkini dan sesuai dengan standar Internasional. Selensia juga sudah dilengkapi oleh sertifikat BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).

Produk selensia menerapkan standarisasi dalam setiap tahapan proses dari perencanaan hingga produk sampai ke konsumen, meliputi dan tidak terbatas pada pemilihan bahan, formulasi produk, proses produksi yang dikerjakan oleh sumber daya manusia serta teknologi yang terjamin kualitasnya.

Selensia aromaterapi memformulasi produk tidak hanya pada poin fungsi atau kegunaan produk tetapi juga mengutamakan kenyamanan pelanggan melalui *blend* aroma yang senantiasa memberikan kenyamanan pada saat penggunaan. Produk Selensia juga sudah dipasarkan hingga ke mancanegara.



Gambar II.2 Logo Selensia Essential Oil

Sumber: <https://selensia.id/wp-content/uploads/2022/07/Selensia-Logo-300x153.png>  
(Diakses pada 22/12/2022)

### II.2.3. Visi, Misi dan Budaya Perusahaan

- Visi :  
Menjadi produk unggulan hasil alam Indonesia yang berkualitas untuk memberikan nilai tambah bagi pelanggan.
- Misi :
  1. Memproduksi kina, minyak atsiri dan ekstrak alami dengan kualitas ekspor untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.
  2. Mengembangkan kemitraan jangka panjang dengan pelaku produk alam Indonesia untuk menciptakan rantai pasok yang kuat dan saling menguntungkan.
  3. Bekerja secara profesional untuk meningkatkan produktivitas dan memuaskan semua pemangku kepentingan.
  4. Mengutamakan kelestarian lingkungan dalam proses perluasan usaha.
- Budaya Perusahaan :  
Kualitas (*Quality*), Kesatuan (*Unity*), Integritas (*Integrity*), Jaringan (*Networking*), Inovatif (*Innovative*), Alami (*Nature*), Bertanggung Jawab (*Accountable*).

### II.2.4. Khasiat Selensia Essential Oil

Meskipun digunakan secara luas, sedikit yang diketahui tentang kemampuan minyak atsiri untuk mengobati kesehatan tertentu. Berikut ini adalah bukti mengenai beberapa masalah kesehatan umum yang minyak atsiri dan aromaterapi telah digunakan untuk mengobati.

- Meringankan rasa cemas

Bahwa 43% seseorang yang mengalami tekanan dan kekhawatiran berlebih menggunakan terapi alternatif minyak atsiri untuk membantu meringankan gejala mereka. Banyak studi mengenai minyak atsiri telah menunjukkan bahwa aroma minyak atsiri dapat berfungsi dengan cara dioles lalu menghirup dapat mengurangi rasa cemas dan kekhawatiran seseorang.

- Meringankan sakit kepala  
Menurut studi setelah mengoleskan minyak peppermint dan lavender pada kulit dapat mengurangi sakit. Tahun 90an, penelitian kecil menemukan bahwa mengoleskan minyak peppermint dan campuran etanol pada dahi dan pelipis dapat meredakan sakit kepala.
- Membantu kesulitan tidur  
Aroma lavender telah terbukti dapat meningkatkan kualitas tidur perempuan setelah melahirkan, serta pasien dengan penyakit jantung. 15 studi tentang minyak atsiri dan gangguan susah tidur, yang dimana sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa menghirup minyak atsiri dengan aroma lavender dapat memberikan dampak yang positif pada seseorang yang mengalami gejala susah tidur.
- Memiliki sifat anti inflamasi  
Minyak atsiri telah direkomendasikan dapat membantu meredakan peradangan. Studi penelitian mendapatkan bahwa dengan menyerap kombinasi minyak atsiri dapat membantu menginduksi remisi kolitis.

#### **II.2.5. Produk Selensia Essential Oil *Single Oil***

Untuk minyak atsiri bertipe *single oil* terdiri atas 6 varian yaitu, kayu putih (*eucalyptus*), jeruk manis (*sweet orange*), jahe (*ginger*), lemon, peppermint dan lavender.





Gambar II.3 Selensia Essential Oil Kayu Putih

Sumber: <https://selensia.id/product/selensia-essential-oil-eucalyptus-10ml-copy-2/>  
(Diakses pada 22/12/2022)



Gambar II.4 Selensia Essential Oil Jeruk Manis

Sumber: <https://selensia.id/product/selensia-essential-oil-sweet-orange-10ml-copy/>  
(Diakses pada 22/12/2022)



Gambar II.5 Selensia Essential Oil Jahe

Sumber: <https://selensia.id/product/selensia-essential-oil-ginger-10ml/>  
(Diakses pada 22/12/2022)



Gambar II.6 Selensia Essential Oil Lemon

Sumber: <https://selensia.id/product/selensia-lemon-essential-oil-10ml/>  
(Diakses pada 22/12/2022)



Gambar II.7 Selensia Essential Oil Peppermint

Sumber: <https://selensia.id/product/selensia-peppermint-essential-oil/>  
(Diakses pada 22/12/2022)



Gambar II.8 Selensia Essential Oil Lavender

Sumber: <https://selensia.id/product/selensia-lavender-essential-oil/>  
(Diakses pada 22/12/2022)

## II.2.6. Kompetitor Selensia Essential Oil

Menurut Friadi (2022) kompetitor merupakan perusahaan atau perorangan yang menjual produk yang serupa dengan produk yang dihasilkan, produk itu dapat berupa barang, jasa, manfaat, bentuk, ataupun fungsinya. Kompetitor atau pesaing Selensia Minyak Atsiri cukup banyak dipasaran, harga yang diberikan pun beraneka ragam dari harga yang mahal hingga harga yang terjangkau. Berikut kompetitor Selensia Minyak Atsiri:

- **Bathaholic**

Bathaholic merupakan perusahaan aromaterapi lokal yang sudah berdiri sejak tahun 2006. Bathaholic memiliki varian frankincense, geranium, dan lemon.



Gambar II.9 Bathaholic

Sumber: <https://images.tokopedia.net/blog-tokopedia-com/uploads/2020/10/8.-Bathaholic-300x300.jpg>  
(Diakses pada 22/12/2022)

- **Botanina**

Botanina merupakan perusahaan aromaterapi lokal yang berdiri pada tahun 2014. Botanina memiliki varian *cold & flu kids*, *cold & flu infant*, *cold & flu adult*, *mood & mind*, dan *love speel*.



Gambar II.10 Botanina

Sumber: <https://botanina.com/wp-content/uploads/2020/10/eo-all-variant.jpg>  
(Diakses pada 22/12/2022)

- **Nares**

Nares merupakan produk aromaterapi lokal yang berasal dari kota Yogyakarta. Nares memiliki varian akar, bunga, cengkeh, pala, jahe, sereh dapur, dan sereh wangi.



Gambar II.11 Nares

Sumber: <https://images.tokopedia.net/blog-tokopedia-com/uploads/2020/10/5.-Nares-300x300.jpg>  
(Diakses pada 22/12/2022)

- **Nusaroma**

Nusaroma merupakan produk minyak atsiri lokal yang berdiri pada tahun 2004. Nusaroma memiliki varian nilam, pala, serai, jagung, magnolia, jeruk purut, teh hijau, dan lainnya.



Gambar II.12 Nusaroma

Sumber: <https://images.tokopedia.net/blog-tokopedia-com/uploads/2020/10/7.-Nusaroma-300x300.jpg>  
(Diakses pada 22/12/2022)

- **Organic Supply Co.**

Organic Supply Co. merupakan produk lokal yang berdiri pada tahun 2015. Organic Supply Co. memiliki varian bergamot, *blue tansy*, lavender, kapulaga, dan peppermint.



Gambar II.13 Organic Supply Co.

Sumber: <https://images.tokopedia.net/blog-tokopedia-com/uploads/2020/10/2.-Organic-Supply-Co.-300x300.jpg>  
(Diakses pada 22/12/2022)

### **II.3. Analisis Permasalahan**

Secara umum analisis merupakan kegiatan yang terdiri dari serangkaian seperti, membandingkan, memilah, serta mengkaji sesuatu untuk diklasifikasikan kembali berdasarkan parameter tertentu lalu selanjutnya ditentukan keterkaitannya kemudian mengambil kesimpulan. Agar mendapatkan suatu solusi permasalahan pada perancangan ini, peneliti menggunakan metode Analisis SWOT, Kuesioner, dan Wawancara. Hasil analisisnya sebagai berikut:

#### **II.3.1. Analisis SWOT**

Analisis SWOT merupakan rekognisi berbagai ragam aspek secara terstruktur dalam mencetuskan program perusahaan. Teknik analisis ini didasarkan pada akal sehat yang dapat memaksimalkan kekuatan, dan peluang, namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan serta ancaman. Menurut Galavan (2014) analisis SWOT adalah analisis untuk merancang suatu program yang efisien untuk diterapkan sesuai pasar dan keadaan masyarakat, peluang serta ancaman yang digunakan untuk mengetahui lingkungan luar lalu pada kelemahan dan kekuatan yang diperoleh melalui analisis pada perusahaan. Hasil analisis SWOT pada perancangan ini dapat dilihat sebagai berikut:

- Kekuatan (*Strength*)
  1. Dibawah perusahaan yang berkompeten dibidangnya
  2. Bahan alami yang digunakan sudah bersertifikat BPOM
  3. Memiliki aneka ragam macam varian aroma.
- Kelemahan (*Weakness*)
  1. Kurangnya Informasi dan edukasi mengenai produk Selensia Essential Oil.
  2. Merek dagang yang masih baru.
  3. Harga produk yang relatif mahal.
- Peluang (*Opportunity*)
  1. Pendistribusian produk sudah tersebar diseluruh Indonesia hingga ke mancanegara.

2. Dengan dibawah perusahaan PT. Kimia Farma dapat lebih mudah memberikan edukasi ke calon konsumen pentingnya minyak atsiri bagi kesehatan.
  3. Bahan alami yang digunakan terpercaya sehingga dapat menaikkan minat pembeli
- Ancaman (*Threats*)
    1. Banyaknya kompetitor dengan produk yang sejenis.
    2. Produk lainnya memiliki harga yang lebih murah.
    3. Banyaknya kompetitor yang lebih dulu terjun ke dalam bisnis minyak atsiri.

Tabel II.1 Strategi Analisis SWOT  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

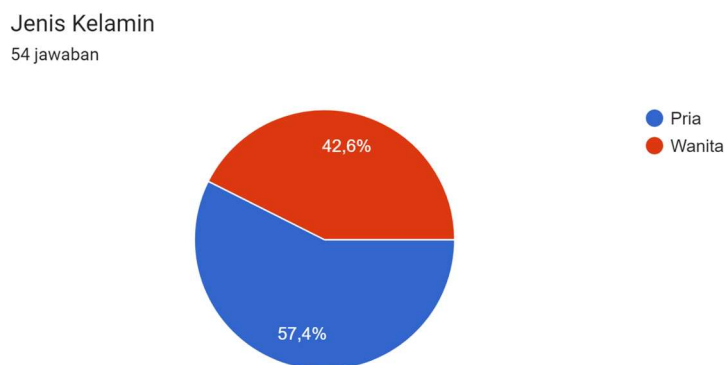
Internal Eksternal	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
<b>Peluang</b>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (S3-O3) Banyaknya varian aroma serta menggunakan 100% bahan alami dapat menjadi nilai lebih untuk calon pembeli.</li> <li>• (S1-O2) Dibawah naungan perusahaan yang berkompeten. Dapat mempermudah penyebaran informasi ke calon konsumen.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-O</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (W1-O2) Dengan diproduksinya produk Selensia di seluruh Indonesia dapat mengedukasi calon konsumen yang lebih luas.</li> <li>• (W3-O3) Dengan bahan alami yang terpercaya dapat menaikkan kepercayaan calon konsumen.</li> </ul>
<b>Ancaman</b>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-T</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (S1-T1) Dibawah naungan perusahaan PT. Kimia Farma Tbk. Dapat bersaing</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-T</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (W1-T1) Mempromosikan Selensia ke khalayak luas agar dapat terus bersaing dengan kompetitor.</li> </ul>

	<p>dengan produk sejenis.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• (S3-W3) Dengan varian aroma yang beragam, dapat bersaing dengan kompetitor sejenis yang lebih dahulu.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (W3-T2) Memberi diskon atau hadiah berupa souvenir agar calon konsumen merasa tidak merasa terbebani dengan harga yang relatif mahal.</li> </ul>
--	---	---

### II.3.2. Kuesioner

Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner dalam bentuk *form* dan disebarakan secara *online*. Dari *form* kuesioner tersebut peneliti mendapatkan 54 respon dari 100 responden yang dibagikan. Dan berikut hasil survei kuesioner yang dibagikan kepada responden:

Berikut ini pertanyaan mengenai biodata responden. Pertanyaan pertama, peneliti menanyakan kepada responden mengenai “Jenis kelamin”, 57,4% menjawab “Pria”, dan 42,6% menjawab “Wanita”.

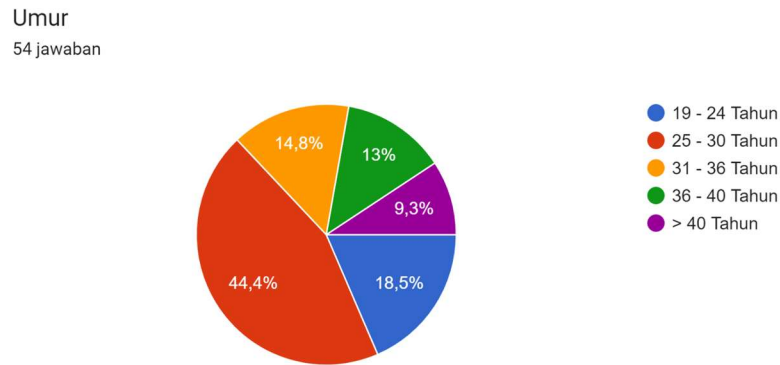


Gambar II.14 Hasil Kuesioner Jenis Kelamin  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Pertanyaan kedua, peneliti menanyakan kepada responden mengenai “Umur”, 18,5% menjawab “19 hingga 24 Tahun”, 44,4% menjawab “25 hingga 30 Tahun”,

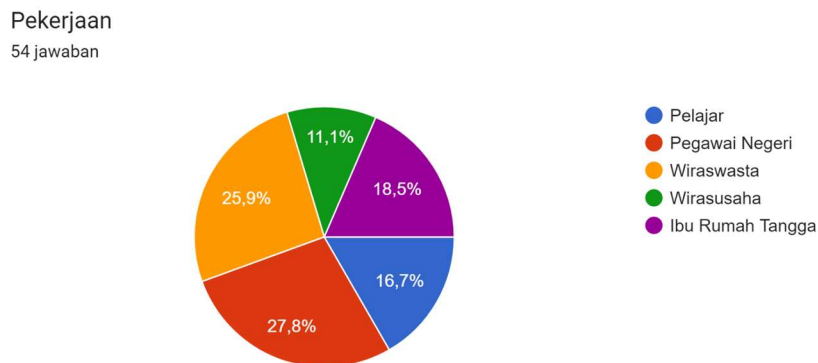


14,8% menjawab “31 hingga 36 Tahun”, 13% menjawab “37 hingga 40 Tahun”, dan 9,3% menjawab “lebih dari 40 Tahun”.



Gambar II.15 Hasil Kuesioner Umur  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Pertanyaan ketiga, peneliti menanyakan kepada responden mengenai “Pekerjaan”, 16,7% menjawab “Pelajar”, 27,8% menjawab “Pegawai negeri”, 25,9% menjawab “Wiraswasta”, 11,1% menjawab “Wirausaha”, dan 18,5% menjawab “Ibu rumah tangga”.



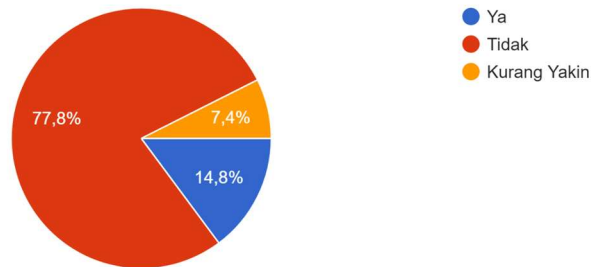
Gambar II.16 Hasil Kuesioner Pekerjaan  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Berikut ini pertanyaan mengenai Selensia Minyak Atsiri. Pertanyaan pertama, peneliti menanyakan kepada responden “Apakah anda Selensia Minyak Atsiri?”,

14,8% menjawab “Ya”, 77,8% menjawab “Tidak”, dan 7,4% menjawab “Kurang yakin”.

1. Apakah anda mengetahui Selensia Minyak Atsiri?

54 jawaban



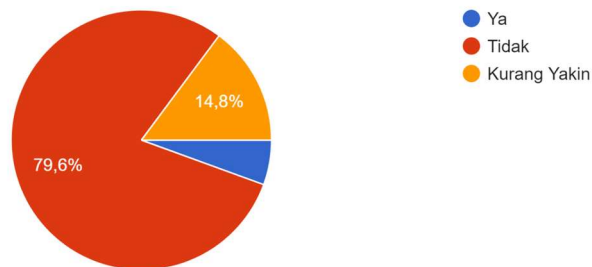
Gambar II.17 Hasil Kuesioner Mengenai Selensia Minyak Atsiri

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Pertanyaan Kedua, peneliti menanyakan kepada responden “Apakah anda mengetahui khasiat dari produk Selensia Minyak Atsiri?”, 5,6% menjawab “Ya”, 79,6% menjawab “Tidak”, dan 14,8% menjawab “Kurang yakin”.

2. Apakah anda mengetahui khasiat dari produk Selensia Minyak Atsiri?

54 jawaban

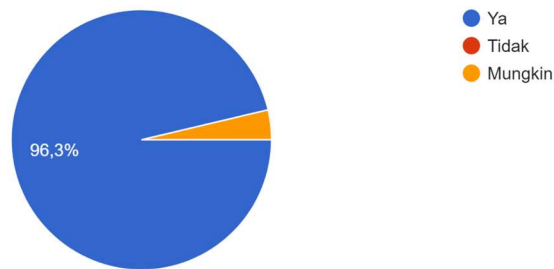


Gambar II.18 Hasil Kuesioner Mengenai Khasiat Selensia Minyak Atsiri

Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Berikut ini pertanyaan mengenai media promosi. Pertanyaan pertama, peneliti menanyakan kepada responden “Apakah anda sering melihat media promosi?”, 96,3% menjawab “Ya”, 0% menjawab “Tidak”, dan 3,7% menjawab “Mungkin”.

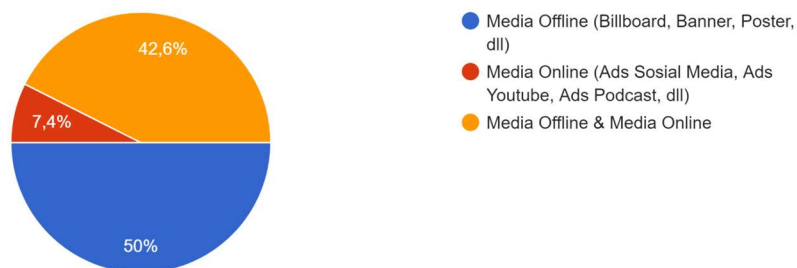
1. Apakah anda sering melihat media promosi?  
54 jawaban



Gambar II.19 Hasil Kuesioner Mengenai Media Promosi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Pertanyaan kedua peneliti menanyakan kepada responden “Media promosi manakah yang sering anda temui?”, 50% menjawab “Media *Offline*”, 7,4% menjawab “Media *Online*”, dan 42,6% menjawab “Media *Offline* dan Media *Online*”.

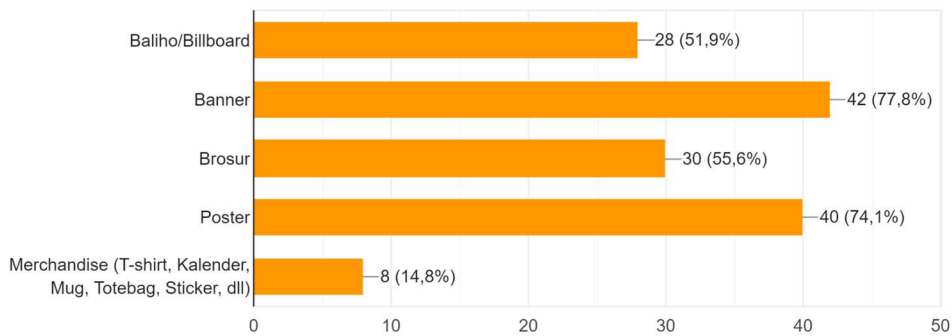
2. Media promosi manakah yang sering anda temui?  
54 jawaban



Gambar II.20 Hasil Kuesioner Mengenai Media Promosi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Pertanyaan ketiga peneliti menanyakan kepada responden “Menurut anda, media cetak manakah yang cocok untuk mempromosikan suatu produk?”, 51,9% menjawab “Baliho”, 77,8% menjawab “Banner”, 55,6% menjawab “Brosur”, 74,1% menjawab “Poster”, dan 14,8% menjawab “*Merchandise*”.

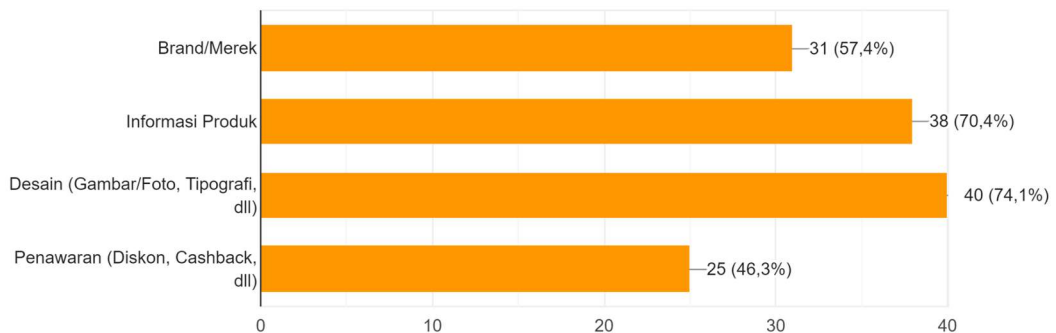
3. Menurut anda, Media cetak manakah yang cocok untuk mempromosikan suatu produk?  
54 jawaban



Gambar II.21 Hasil Kuesioner Mengenai Media Promosi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Pertanyaan keempat peneliti menanyakan kepada responden “Saat anda melihat media iklan, hal manakah yang menjadi fokus utama anda?”, 57,4% menjawab “Merek”, 70,4% menjawab “Informasi produk”, 74,1% menjawab “Desain”, dan 46,3% menjawab “Penawaran”.

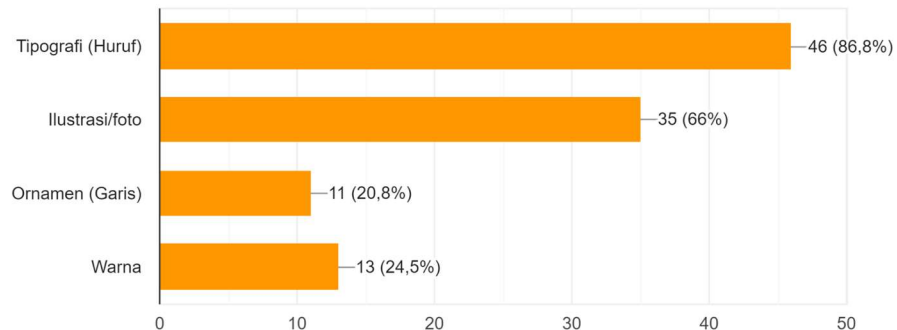
4. Saat anda melihat media iklan, hal manakah yang menjadi fokus utama anda?  
54 jawaban



Gambar II.22 Hasil Kuesioner Mengenai Media Promosi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Pertanyaan kelima peneliti menanyakan kepada responden “saat anda melihat desain pada media promosi, hal manakah yang anda lihat terlebih dahulu?”, 86,8% menjawab “Tipografi”, 66% menjawab “Ilustrasi atau foto”, 20,8% menjawab “Ornamen”, dan 24,5% menjawab “Warna”.

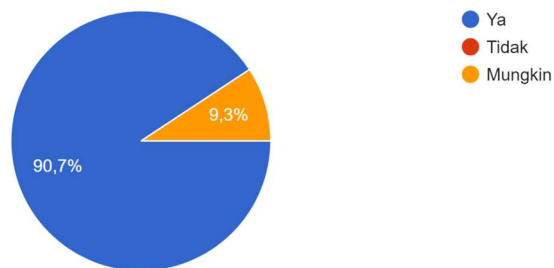
5. Saat anda melihat desain pada media promosi, hal manakah yang anda lihat terlebih dahulu?  
53 jawaban



Gambar II.23 Hasil Kuesioner Mengenai Media Promosi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Pertanyaan keenam peneliti menanyakan kepada responden “Apakah media promosi dapat menjadi keputusan anda dalam membeli suatu produk?”, 90% menjawab “Ya”, 0% menjawab “Tidak”, dan 9,3% menjawab “Mungkin”.

6. Apakah media promosi dapat menjadi keputusan anda dalam membeli suatu produk?  
54 jawaban



Gambar II.24 Hasil Kuesioner Mengenai Media Promosi  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

### II.3.3. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang berlangsung antara narasumber dan pewawancara yang dapat dilakukan dua individu atau lebih dengan maksud mengumpulkan data-data berupa informasi. Menurut Sugiyono (2017) wawancara

merupakan pertemuan dua individu untuk bertukar informasi dan persepsi melalui wawancara, sehingga dapat menafsirkan makna dalam suatu tema tertentu.

Sesi wawancara dalam penelitian ini dilakukan pada Kamis, 12 Januari 2023 di kantor Selensia yang beralamatkan Jl. Cihampelas No.16 Kota Bandung, Jawa Barat. Yang menjadi narasumber pada wawancara ini yaitu Hilman Firmansyah selaku Manajer SDM Selensia.



Gambar II.25 Dokumentasi Wawancara Manajer SDM Selensia  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)

Pada wawancara ini, peneliti memberikan 10 pertanyaan yang diajukan kepada narasumber yang dapat berkembang menjadi pertanyaan lainnya untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas. Berikut hasil wawancara tersebut:

Tabel II.2 Tabel Pertanyaan dan Jawaban Wawancara  
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana sejarah berdirinya Selensia Essential Oil?	Sebelumnya PT. Sinkona Indonesia Lestari merupakan produksi kina dari tahun 80an. Dan pada tahun 2018 mengeksport minyak atsiri berskala ton untuk kebutuhan pembuatan parfum. Pada Tahun 2021 pihak manajemen PT. Sinkona Indonesia Lestari mengeluarkan suatu ide untuk memproduksi minyak atsiri dalam

		skala mililiter yang bisa dikonsumsi oleh khalayak luas.
2	Siapa pendiri Selensia, kapan, dan dimana Selensia didirikan?	Selensia Essential Oil diusung oleh <i>management trait</i> pihak kimia farma group. Selensia Essential Oil didirikan pada Tahun 2021 dan diproduksi di Subang, Jawa Barat.
3	Apa yang membedakan produk Selensia dengan produk sejenis lainnya?	Selensia mempunyai sertifikat BPOM dan dalam memproduksi produksi produknya Selensia melakukan penelitian terlebih dahulu. Sehingga produk Selensia aman untuk digunakan para konsumen.
4	Apakah produk Selensia telah didistribusikan ke seluruh wilayah di Indonesia?	Selensia saat ini telah mendistribusikan produk-produknya ke Aceh sampai ke Jayapura.
5	Apakah Selensia telah mempromosikan produknya ke seluruh Indonesia?	Saat ini Selensia mempromosikan produknya ke wilayah Jabodetabek, Bandung, Surabaya dan pulau Bali.
6	Media promosi apa saja yang digunakan Selensia dalam mempromosikan produk-produknya?	Saat ini Selensia hanya mempromosikan produk-produknya melalui media sosial dan melalui beberapa <i>event</i> yang diikuti.
7	Dari semua produk yang dipasarkan oleh Selensia, produk mana sajakah yang paling diminati pembeli?	Menurut data penjualan untuk Selensia Essential Oil kategori single oil yang paling diminati yaitu varian lavender, kayu putih, dan peppermint.
8	Untuk pembeli kebanyakan dari daerah mana saja dan siapa saja?	Menurut data, pembeli Selensia kebanyakan dari wilayah Jabodetabek, Bandung, Surabaya dan pulau Bali. Lalu untuk konsumen kebanyakan dari kalangan perempuan.

9	Siapa target pasar Selensia dalam mempromosikan produknya?	Untuk target pasar, Selensia tidak membatasi untuk siapa saja yang ingin membeli namun kebanyakan konsumen Selensia dari kalangan perempuan dan rentan umur dari 24 Tahun hingga 40 Tahun.
10	Apa harapan Selensia untuk kedepannya?	Dapat memberikan informasi serta memberi edukasi ke masyarakat mengenai produk Selensia bagi kesehatan.

#### II.4 Resume

Berdasarkan hasil analisis permasalahan pada perancangan ini, maka peneliti merangkum hasil tersebut sebagai berikut:

##### 1. Hasil Analisis SWOT

Selensia belum pernah mempromosikan produknya melalui media cetak ke khalayak luas sehingga calon konsumen kurang mendapatkan informasi mengenai manfaat produk Selensia namun dengan dibawah perusahaan PT. Kimia Farma Tbk, Selensia dapat bersaing dengan kompetitor sejenis serta dapat memberikan informasi serta mengedukasi khalayak dengan jangkauan yang luas mengenai informasi produk dengan melakukan promosi melalui media cetak.

##### 2. Hasil Kuesioner

Menurut hasil kuesioner yang peneliti berikan kepada responden dapat dilihat pada sub bab II.3.2 masih belum banyak yang mengetahui mengenai merek serta khasiat pada produk Selensia Minyak Atsiri. Lalu menurut hasil kuesioner mengenai media promosi bahwa promosi melalui media *offline* atau media cetak dapat memberikan informasi dan dapat menjadi keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk.

##### 3. Hasil Wawancara

Selensia didirikan pada tahun 2021 yang telah bersertifikat BPOM dan telah di distribusi ke seluruh Indonesia dari Aceh hingga ke Jayapura ini belum pernah mempromosikan produknya melalui media cetak, dan Selensia



berharap dapat memberikan informasi serta memberi edukasi ke masyarakat pentingnya produk Selensia bagi kesehatan.

### **II.5 Solusi Permasalahan**

Dari pemaparan hasil penelitian diatas, maka solusi permasalahan dalam perancangan ini yaitu dibutuhkannya suatu media promosi yang diharapkan dapat memperkenalkan merek Selensia Essential Oil dan mempromosikan serta memberikan edukasi informasi mengenai manfaat dari produk Selensia Minyak Atsiri. Selain itu dengan adanya perancangan promosi ini diharapkan Selensia Essential Oil dapat bersaing dengan kompetitor sejenisnya.