

# PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL PENGENALAN MANFAAT AROMATERAPI BAGI KESEHATAN MELALUI PRODUK AROMATERAPI

Michelle Louisa<sup>1</sup>, Deddi Duto Hartanto<sup>2</sup>, Merry Sylvia<sup>3</sup>

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

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

e-mail : michellelouisa98@gmail.com

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk memperkenalkan manfaat aromaterapi bagi kesehatan melalui produk aromaterapi. Membuat *brand identity* yang sesuai dengan *personality* dari *brand* untuk membangun awareness dari *target audience*. Kemudian membuat *content marketing* melalui instagram yang dapat dijangkau oleh *target audience* dan dapat dengan mudah diakses untuk mendapatkan informasi yang dibagikan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya peminat dari produk aromaterapi dengan bahan yang lebih natural dan dengan tampilan yang cantik. Selain itu juga mulai ada yang ingin mengetahui manfaat dari produk aromaterapi yang terbuat dari *essensial oil*.

Kata kunci : *Essential oil*, Instagram, aromaterapi dan produk aromaterapi.

## ABSTRACT

Title : Visual Communication of introducing the benefits through aromatherapy products for health

This research was conducted to introduce the benefits of aromatherapy for health through aromatherapy products. Creating a brand identity that matches the personality of the brand to build awareness of the target audience. Then make content marketing via Instagram that can be reached by the target audience and can be easily accessed to get information shared. From the results of the study showed that there are enthusiasts of aromatherapy products with more natural ingredients and with a beautiful appearance. It also began to want to find out the benefits of aromatherapy products made from essential oils.

Keywords: Essential oil, Instagram, aromatherapy and aromatherapy product.

## Pendahuluan

Aromaterapi merupakan salah satu cara pengobatan alternatif dengan menggunakan minyak essential oil yang berasal dari tumbuhan dalam proses pengobatannya. Aromaterapi sendiri memiliki beberapa macam bentuk dalam penggunaannya seperti essential oil itu sendiri, lilin, diffuser, sabun, dan garam aromaterapi. Manfaat yang biasanya dirasakan dari penggunaan aromaterapi adalah merelaksasi pikiran dan memperbaiki suasana hati. Namun sebenarnya aromaterapi memiliki manfaat yang lebih dari sekedar merelaksasi pikiran dan memperbaiki suasana hati karena dalam produk aromaterapi terdapat kandungan essential oil yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan seperti gejala flu, mual, pusing bahkan jerawat. Essential oil

dapat membantu mengurangi gejala penyakit agar tidak semakin memburuk dan dapat mengurangi penggunaan obat-obatan kimia.

Salah satu produk aromaterapi yang sering ditemui adalah lilin aromaterapi. Lilin aromaterapi dapat dijumpai di toko maupun di *e-commerce* hal ini membuat lilin aromaterapi menjadi salah satu produk aromaterapi yang paling digemari karena praktis dan mudah ditemukan. Namun yang tidak diketahui dari beredarnya lilin aromaterapi yang biasanya ditemui adalah penggunaan bahan baku yang dapat berbahaya bagi kesehatan apabila digunakan secara terus menerus. Salah satu bahan baku yang sering digunakan dalam penggunaan lilin aromaterapi adalah *paraffin wax*, *paraffin wax* merupakan *wax* yang terbuat dari minyak bumi (Teknologi, 2019) dan

dapat membahayakan kesehatan apabila digunakan secara terus menerus karena menghasilkan polutan yang tidak baik bagi kesehatan dan lingkungan. Selain itu pada lilin aromaterapi yang dijual tidak terdapat petunjuk penggunaan yang aman bagi penggunaannya sehingga masih banyak orang-orang yang menggunakan lilin dalam jangka waktu yang cukup lama selama proses pembakarannya. Hal ini yang dapat membahayakan penggunaan lilin aromaterapi karena tidak ada petunjuk penggunaan yang aman. Maka dari itu bahan baku pembuatan lilin harus dipilih yang aman bagi kesehatan dan lingkungan. Salah satu bahan baku yang aman adalah *soy wax*, *soy wax* sendiri merupakan *wax* yang berasal dari kedelai yang diekstrak menjadi minyak kedelai kemudian dicampur dengan larutan hidrogen sehingga minyak kedelai dapat mengeras dan membentuk *wax* (Teknologi, 2019). Melalui penggunaan *soy wax* sebagai bahan baku pembuatan lilin, aroma yang dihasilkan dari proses pembakaran akan lebih bersih dan lebih sedikit polutan yang dihasilkan daripada menggunakan *paraffin wax*.

Hal ini menjadi permasalahan yang harus dikomunikasikan ke masyarakat luas untuk memberikan edukasi tentang dampak dari penggunaan lilin aromaterapi. Selain itu juga perlu adanya pengenalan bagaimana cara menggunakan lilin dan bahan apa yang aman sebagai bahan baku lilin agar tidak memberikan dampak buruk karena tidak adanya pengetahuan mengenai lilin aromaterapi. Melalui pemilihan produk aromaterapi yang tepat pengguna produk aromaterapi juga dapat merasakan manfaat aromaterapi yang lebih maksimal. Selain itu melalui perancangan komunikasi visual pengenalan manfaat aromaterapi bagi kesehatan melalui produk aromaterapi ini diharapkan dapat mengedukasi masyarakat agar lebih peka dan selektif dalam membeli sebuah produk apalagi produk tersebut akan digunakan sehari-hari atau dalam jangka waktu yang cukup lama karena dampak buruk yang disebabkan tidak selalu terlihat di awal masa pemakaian namun dapat menumpuk dan menjadi berbahaya bagi kesehatan maupun lingkungan. Selain itu juga diharapkan masyarakat dapat mengetahui manfaat dari essential oil yang terkandung pada produk aromaterapi agar masyarakat dapat menggunakan produk aromaterapi sesuai dengan kebutuhan.

## Metode Penelitian

### Data Primer

Data primer yang dibutuhkan adalah hasil wawancara dengan para ahli mengenai kandungan essential oil

dan *soy wax* dan wawancara dengan para pengguna produk aromaterapi. Observasi yang dilakukan adalah bagaimana selera masyarakat tentang aromaterapi dan apa saja yang mereka ketahui tentang manfaat dari aromaterapi.

### Data Sekunder

Data sekunder yang dibutuhkan berupa penelitian pustaka yang dilakukan dengan cara mencari data di internet mengenai kandungan dan manfaat dari essential oil bagi kesehatan, jurnal penelitian dan buku yang berkaitan dengan topic yang diangkat, seperti informasi tentang branding, teori pemasaran dan media promosi serta informasi mengenai kompetitor. *Target audience* perancangan dalam jangkang pendek, yaitu masyarakat Surabaya usia primer 18-25 tahun dan sekunder 25-40 tahun dengan kelas ekonomi s.e.s B-A.

### Metode Analisis Data

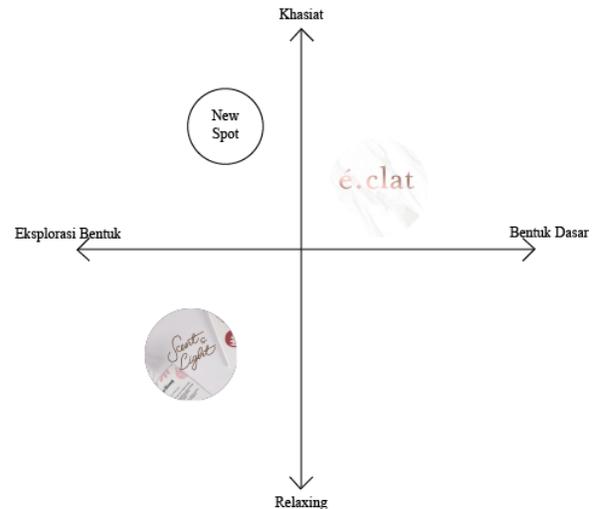
Metode analisis yang digunakan adalah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Threat*) untuk menganalisis kelebihan dan kekurangan dari *brand* kompetitor agar dapat diperbaiki sehingga menjadi kelebihan dari produk yang dapat digunakan untuk menarik konsumen.

**Tabel 1. Analisis SWOT Kompetitor**

	Éclat candle	Scent and Light
<i>Strength</i>	Memiliki banyak varian produk aromaterapi  Produk yang dibuat handmade dengan menggunakan racikan essential oil yang berbeda dari produk aromaterapi lain  Essential oil yang digunakan tidak hanya dilihat berdasarkan aromanya namun juga manfaatnya	Memiliki berbagai varian bentuk lilin yang berbeda dari lilin lainnya.  Memiliki sertifikat candle crafter KCCA & KNDA  Produk yang dibuat handmade dengan menggunakan racikan essential oil yang berbeda dari produk aromaterapi lain
<i>Weakness</i>	Produk yang dijual di <i>e-commerce</i> membutuhkan	Produk yang dijual di <i>e-commerce</i> terbatas tidak

	waktu lama untuk <i>restock</i>	semua varian dapat langsung dibeli
<i>Opportunity</i>	<p>Penggunaan produk aromaterapi menjadi tren dalam beberapa tahun terakhir</p> <p>Produk aromaterapi buatan Indonesia masih belum beragam sehingga ada peluang untuk membuat kreasi produk aromaterapi yang lebih beragam.</p>	<p>Penggunaan produk aromaterapi menjadi tren dalam beberapa tahun terakhir.</p> <p>Bentuk dari lilin buatan Indonesia masih belum unik dan beragam sehingga ada peluang untuk membuat kreasi bentuk lilin yang lebih beragam.</p>
<i>Threat</i>	<p>Harga produk aromaterapi yang berasal dari luar negeri lebih murah daripada yang ada di Indonesia.</p> <p>Banyak produk aromaterapi yang selalu <i>ready</i> di <i>e-commerce</i></p>	<p>Harga produk aromaterapi yang berasal dari luar negeri lebih murah dari pada yang ada di Indonesia.</p> <p>Macam produk aromaterapi yang dijual di <i>e-commerce</i> lebih beragam</p>

Kemudian analisis *brand matrix*, untuk mengetahui letak brand yang akan dibuat dengan *brand* kompetitor.



**Gambar 1. Bagan *brand matrix* dengan kompetitor**

### Lingkup Batasan Perancangan

Dalam perancangan komunikasi visual pengenalan manfaat aromaterapi ini terdapat beberapa batasan. Pertama, objek yang dirancang difokuskan pada identitas brand serta media promosi yang dapat meningkatkan brand awareness dan menginformasi produk yang merupakan produk aromaterapi yang berasal dari bahan-bahan alami.

### Pembahasan

Seperti yang diketahui aromaterapi memiliki efek positif karena aroma yang segar dan harum dapat merangsang saraf sensorik yang ada pada hidung dan mengirim impuls dari reseptor yang kemudian memberikan informasi ke area di otak yang mengontrol emosi dan memori serta memberikan informasi ke hipotalamus (de Laura, Misrawati, & Woferst, 2016)

Namun adanya produk aromaterapi yang dapat mengganggu kesehatan karena kandungan bahan didalamnya, maka dari itu ingin dikenalkan produk aromaterapi yang terbuat dari bahan alami sehingga dapat memberi manfaat bagi kesehatan saat digunakan. Penggunaan bahan yang alami dalam pembuatan produk aromaterapi dapat membantu untuk mengurangi pengaruh buruk yang dihasilkan dari produk aromaterapi kebanyakan. Soy wax adalah wax menjadi salah satu pilhan wax yang aman bagi kesehatan karena berasal dari minyak kedelai yang dicampur dengan larutan hidrogen sehingga mengeras dan membentuk wax. Penggunaan essential oil sebagai pemberi aroma juga memberikan manfaat bagi kesehatan.

Untuk mengenalkan produk aromaterapi maka dibuat *branding* sebagai identitas yang jelas agar mendapat kepercayaan dari calon konsumen. Dalam membangun *brand awareness* dilakukan pengaplikasian *brand identity* yang konsisten meliputi pemasangan logo pada semua komponen yang membangun identitas brand agar lebih diingat oleh konsumen. Pengaplikasian logo dilakukan pada berbagai media promosi seperti *packaging*, kartu nama, *thank you card*, *gift card*, *quotes card* sampai *merchandise*. Selain itu juga perlu dibangun *brand essence* yang merupakan inti dari merek yang diringkas menjadi identitas secara sederhana. *Brand essence* juga membahas tentang merek tersebut dan apa keunikannya (Ayuningtias, 2015).

Brand essence dari brand ini adalah produk aromaterapi cantik yang bermanfaat dan membuat relax. Brand naming dari produk aromaterapi ini adalah *Mooi Aromaè* yang mengambil poin dari brand essence yaitu produk aromaterapi dengan cantik maka dipakai kata *Mooi* yang berasal dari bahasa Belanda yang berarti cantik serta *Aromaè* yang menekankan pada aroma produk aromaterapi. Pemilihan big idea ini berdasarkan hasil dari wawancara target audience di Surabaya yang menggunakan produk aromaterapi sebagai salah satu cara untuk merelaksasi dan ada juga yang menggunakan sebagai salah satu cara untuk mengurangi penggunaan obat-obatan berbahan dasar kimia. Dari sini kemudian muncul tagline yang untuk menggambarkan produk aromaterapi dari *Mooi Aromaè* yaitu, *bring the natural vibes*. Menjelaskan bahwa dengan menggunakan produk aromaterapi ini dapat memberikan suasana yang terasa lebih alami.

*What to say* dari perancangan ini adalah memperkenalkan produk aromaterapi yang tidak hanya dapat digunakan sebagai produk untuk *relaxing* tapi juga dapat bermanfaat bagi kesehatan seperti mengurangi gejala penyakit misalnya mual, pusing dan flu. Pesan ini disampaikan menggunakan media digital instagram dan website. Penyampaian pesan bersifat *to the point* dan sederhana agar target langsung memahami isi pesan yang ingin disampaikan. Konsep visual yang diangkat oleh *Mooi Aromaè* adalah minimalis yang memberi kesan *simple*, bersih dan *to the point*.



**Gambar 2. Desain final logo**

Tipografi utama yang digunakan pada logo *Mooi Aromaè* adalah Shorelines Script yang termasuk dalam jenis font script. Jenis font ini memiliki kesan feminim, *natural* dan *relax*. Kemudian untuk kata *Aromaè* digunakan Spartan typeface merupakan jenis font sans serif. Spartan typeface dipilih untuk membangun *brand image* dari brand ini. Sans serif sendiri memiliki kesan minimalis, *simple*, *modern* dan inovatif



**Gambar 3. Desain final super graphic**

*Super graphic* yang digunakan berasal dari bahan yang terkandung dari essential oil yang digunakan saat ini yaitu lavender, peppermint dan *sweet orange*. Penggunaan *super graphic* ini dipilih agar target audience dapat lebih mengerti kandungan apa yang terkandung pada produk aromaterapi.

Strategi komunikasi periklanan dari perancangan ini adalah menempatkan brand sesuai dengan *positioning* yang telah ditetapkan agar dapat membangun *brand image* yang positif dalam benak *target audience* yang dituju, melakukan promosi secara bertahap agar dapat meningkatkan *brand awareness* dalam benak masyarakat dan melalui media promosi diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat sehingga menimbulkan rasa ingin tahu untuk mengenal dan dapat membeli produk aromaterapi. Strategi media yang dilakukan adalah dengan memperkenalkan produk aromaterapi melalui instagram dan website sebagai media sosial yang sering digunakan oleh target audience. Selain itu instaram juga digunakan sebagai media promosi yang dapat menjangkau banyak khalayak sehingga dapat lebih cepat memperkenalkan produk aromaterapi.

## Panduan Media



Gambar 4. Desain final produk aromaterapi



Gambar 5. Desain final kartu cara penggunaan



Gambar 6. Desain final kartu nama dan *thank you card*



**Gambar 7. Desain final packaging**



**Gambar 8. Tampilan feed instagram**

## Kesimpulan

Berdasarkan seluruh tahapan penelitian yang telah dilakukan pada perancangan komunikasi visual penegalan manfaat aromaterapi bagi kesehatan melalui produk aromaterapi, dapat disimpulkan sebagai berikut

Hasil dari content marketing yang dilakukan pada *account* instagram Mooi Aromae meningkat dan menghasilkan banyak impresi dengan adanya penggunaan *hashtag* yang mendukung setiap postingan sehingga dapat menjangkau lebih banyak *audience* untuk melihat postingan.

Melalui konten berupa kategori *product* lebih banyak peminatnya dibandingkan dengan kategori lain. Hal ini kemungkinan terjadi karena gambar yang ditampilkan lebih *to the point* dalam menyampaikan pesan yang ingin disampaikan.

Melalui postingan di instagram dapat menimbulkan interaksi dari *followers* untuk bertanya lebih lanjut mengenai varian produk, manfaat dan bahan baku pembuatan. Hal ini menunjukkan adanya ketertarikan *followers* terhadap produk berbahan baku alami dan pesan yang ingin disampaikan tentang manfaat aromaterapi mulai dapat tersampaikan meskipun masih sedikit yang merespon dari segi manfaat.

## Saran

Adapun beberapa saran yang disampaikan sebagai pengembangan untuk kedepannya adalah sebagai berikut

Adanya penambahan paket *hampers* untuk acara-acara tertentu seperti wisuda, ulang tahun, maupun natal.

Adanya penambahan paket yang memberi *mini gift* dalam setiap paketnya. Hal ini dilakukan untuk menarik minat target audience dalam mencoba setiap varian aroma tanpa harus membeli lagi.

## Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang telah berperan penting sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir ini dengan baik.
2. Bapak Deddi Duto Hartanto, S.Sn.,M.Si., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga dalam membimbing dan memberi pengarahan dalam tugas akhir ini
3. Ibu Merry Sylvia,S.Sn. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga dalam membimbing dan memberi pengarahan dalam tugas akhir ini
4. Ibu Dr. Listia Natadjaja,ST,MT,M.Des , selaku ketua jurusan desain komunikasi visual
5. Ibu Maria Nala Damayanti, S.Sn.,M.Hum. , selaku penguji yang telah memberi masukan yang membangun dalam perancangan tugas akhir ini
6. Ibu Cindy Muljosumarto, S.Sn.,M.Des. , selaku selaku penguji yang telah memberi masukan yang membangun dalam perancangan tugas akhir ini
7. Seluruh narasumber yang telah meluangkan waktu untuk memberi informasi yang dibutuhkan dalam perancangan ini
8. Segenap keluarga dan teman yang telah memberi dukungan secara mental dan material untuk mengerjakan tugas akhir ini
9. Mendiang oma yang telah memberikan banyak dukungan selama ini
10. Yemima yang telah menjadi teman sepenanggungan dan seperbucinan
11. Syl yang telah menjadi *support system* selama pengerjaan perancangan ini

## Daftar Pustaka

- Memilih antara Soy Wax & Paraffin Wax. (2019). Retrieved June 15, 2020, from Alina Asia Teknologi website: <https://alinaasiateknologi.com/memilih-antara-soy-wax-vs-paraffin-wax/>
- de Laura, D., Misrawati, & Woforst, R. (2016). Efektifitas aromaterapi lavender terhadap kualitas tidur ibu postpartum. *Jurnal Online*

*Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Keperawatan*, 2(2), 1024–1031. Retrieved from <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMPSIK/article/view/8265>

Ayuningtias, C. (2015). brand identity restoran dandito sebagai retoran khas balikpapan website: [https://www.academia.edu/12347785/brand\\_identity\\_restoran\\_dandito\\_sebagai\\_retoran\\_khas\\_balikpapan](https://www.academia.edu/12347785/brand_identity_restoran_dandito_sebagai_retoran_khas_balikpapan)