

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Parfum adalah salah satu jenis produk yang sering memiliki harga tinggi terkait dengan kualitas untuk menarik konsumen, yang membangkitkan minat para pemalsu untuk meniru produk asli. Parfum hadir dalam berbagai aroma yang ditawarkan kepada berbagai konsumen. Aroma memiliki karakteristik sendiri yang diinfuskan di dalamnya untuk cocok dengan beragam selera konsumen, berbagai mood yang mungkin dimiliki oleh konsumen, dan berbagai situasi serta acara khusus yang mungkin mereka butuhkan atau inginkan. Parfum, antara lain, juga dapat mencerminkan gaya hidup tertentu. Effendy Lim, Vice President Multi Wangi Alami mengatakan bahwa 48% masyarakat Indonesia senang memakai parfum.

Menurut William Sicher (2023) *blind buy* sering terjadi dari kalangan remaja dan dewasa awal. Hal ini terjadi karena berbagai faktor seperti; tidak membaca *review*, tidak memiliki pengetahuan mengenai aroma *notes*, dan *review* online yang ambigu. Masih mempergunakan sistem transaksi berbasis website sehingga konsumen tidak bisa mencium bau yang diinginkannya. Pada wawancara dengan William Sicher, produsen parfum Sicher, mengatakan bahwa hasil *blind buy* yang menurut dia kurang disukai itu akhirnya dia jual ulang ke grup parfum. Kata beliau, banyak masyarakat Indonesia yang belum paham mengenai aroma-aroma *notes* yang ada di dalam parfum. Parfum mulai populer karena produk seperti HMNS yang mulai terkenal. Hal ini membuat masyarakat Indonesia makin tertarik, namun karena kurangnya pengalaman dan wawasan mengenai parfum, mereka mendapat parfum yang kurang cocok untuk mereka. Parfum menciptakan nilai yang berbeda tergantung pada persepsi konsumen. Di Indonesia, istilah *blind buy* belum populer sehingga masyarakat konsumen berpotensi dirugikan. Hal ini pernah

diingatkan oleh BPOM karena selain aroma yang tidak sesuai, parfum tersebut bisa berdampak buruk kepada kesehatan pembeli.

Menurut Vidiastana Bafagih, penting untuk mengetahui apakah konsumen menganggap parfum asli memiliki kualitas yang lebih tinggi daripada parfum palsu atau apakah mereka tidak menganggap parfum asli memiliki kualitas yang lebih tinggi daripada parfum palsu, karena jika konsumen memang menganggap parfum asli memiliki kualitas yang lebih tinggi daripada parfum palsu, maka ada potensi pasar untuk parfum asli. Namun, jika konsumen tidak menganggap parfum asli memiliki kualitas yang lebih tinggi daripada parfum palsu, maka tidak ada pasar praktis untuk parfum asli. Belum ada media informasi yang mendukung masyarakat tentang hal tersebut sehingga dari hasil survey yang penulis lakukan, penulis mendapatkan insight bahwa dibutuhkan media tentang informasi cara pembelian parfum yang aman secara online. Parfum palsu atau yang berkualitas rendah tidak hanya berdampak negatif pada penjualan parfum asli, tetapi juga dapat menimbulkan risiko kesehatan masyarakat yang signifikan. Kasus lain-lain adalah pembelian parfum yang tidak original dengan harga yang mahal. Pada tahun 2018, polisi di Jalan Mangga Besar membongkar Pabrik parfum dengan memalsukan merek terkenal. Mereka mencampur cairan beraroma dan alkohol yang mengandung metanol kandungan 26 persen pada botol parfum terkenal Pabrik tersebut mendapat omzet mencapai 26 miliar dengan menjual 200-700 ribu tiap botolnya ke orang yang tertipu. Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan DKI Jakarta Dewi Prawitasari mengatakan, terdapat efek berbahaya dari bahan campuran yang digunakan untuk parfum palsu, yaitu dapat menyebabkan iritasi pada kulit dan dapat merusak pakaian. Studi klinis telah menunjukkan bahwa beberapa bahan dalam parfum palsu dapat menyebabkan alergi kulit dan dermatitis (Thyssen et al., 2009; Cuesta et al., 2010; Arribas et al., 2013). Oleh karena itu, penulis terdorong untuk membuat media informasi melalui *UI/UX design*.

Menurut Sharon Koifman, Founder dan Remote CEO di DistantJob, Dibandingkan situs web, aplikasi lebih nyaman. Semenjak aplikasi seperti Amazon atau Zalando membuat penelusuran produk perusahaan menjadi lebih

mudah, orang-orang melakukan sebagian besar pencarian mereka secara online. Statistik terbaru menunjukkan bahwa tahun ini unduhan aplikasi seluler akan mencapai 258 miliar dibanding dengan 168 miliar pada tahun 2017. Menurut beliau, orang cenderung lebih memilih menggunakan aplikasi yang dirancang khusus untuk platform seluler daripada menggunakan situs web yang sesuai melalui peramban, bahkan jika situs web tersebut disiapkan untuk penggunaan seluler. Aplikasi menawarkan pengalaman pengguna yang lebih baik, memuat konten lebih cepat, dan dengan mudah terhubung ke perangkat pintar. Selain itu, desain aplikasi lebih cocok untuk layar seluler. Dalam hal ini, penulis tertarik untuk membuat media informasi yang dapat menambah wawasan untuk masyarakat Indonesia melalui media UI/UX.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

- Bagaimana perancangan media informasi tentang *blind buy* kepada masyarakat supaya terhindar dari kerugian pembelian parfum secara sembarangan?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam Perancangan aplikasi perawatan dan Kesehatan hewan peliharaan anjing dan kucing yaitu :

a) Demografis:

1) Jenis Kelamin: Perempuan

2) Usia: 25-36 (Milennial) tahun - Menurut artikel Proporsi Jumlah Transaksi Belanja Online Berdasarkan Kelompok Umur (2020-2021) Tercatat, ada 48% konsumen *e-commerce* berumur 26-35 tahun yang melakukan transaksi pada 2021.

3) SES: A (pengeluaran > Rp 5 juta per bulan) dan B (pengeluaran Rp 3 juta – 5 juta per bulan)

b) Geografis: JABODETABEK

c) Psikografis:

- 1) Tertarik untuk membeli parfum
- 2) Dapat membeli parfum secara online
- 3) Terbuka terhadap informasi mengenai *notes*, aroma, dan *review* parfum
- 4) Pemula dalam membeli parfum

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah untuk merancang media informasi tentang *blind buy* bagi masyarakat khususnya di daerah Jabodetabek.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian: manfaat bagi penulis, bagi orang lain dan bagi universitas

- Bagi Penulis

Dari proses perancangan aplikasi ini, diharapkan penulis dapat meningkatkan ilmu khususnya dalam hal parfum dan kampanye secara online.

- Bagi orang lain

Laporan Tugas Akhir ini dapat menambah wawasan bagi mereka untuk mengetahui *topik* mengenai kampanye dan parfum untuk lebih tertarik dengan dunia .

- Bagi Universitas

Laporan Tugas Akhir ini dapat menjadi bahan referensi atau acuan bagi mahasiswa dalam merancang kampanye terutama bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang membawa *topic* serupa.