

## ANALISIS KOMUNITAS ONLINE THE PRECIOUS OIL

**Theodora Grace P., Stephanie Lintang L., Jason Putra D.**

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

**Abstract :** *This paper discusses an online community called The Precious Oil which is one of the online communities engaged in health. The author observes how the dynamics and social relations that occur in this community. The Precious Oil is a community branch of a well-known essential oil brand, Young Living. The Precious Oil community has very diverse members that make this community has its own characteristics. This paper was written to find out more about the online community The Precious Oil and try to analyze it based on the data that has been obtained.*

**Keywords:** *Online community, health, social*

**Abstrak :** *Dalam tulisan ini membahas mengenai sebuah komunitas online bernama The Precious Oil yang merupakan salah satu komunitas online yang bergerak dibidang kesehatan. Penulis mengamati bagaimana dinamika dan hubungan sosial yang terjadi dalam komunitas ini. The Precious Oil merupakan percabangan komunitas dari sebuah merk essential oil yang terkenal yaitu Young Living. Komunitas The Precious Oil memiliki anggota yang sangat beragam yang membuat komunitas ini memiliki karakteristiknya tersendiri. Tulisan ini dibuat untuk mengetahui lebih dalam mengenai komunitas berbasis online The Precious Oil dan mencoba menganalisisnya berdasarkan data-data yang telah diperoleh.*

**Kata kunci:** *Komunitas online, kesehatan, sosial*

### PENDAHULUAN

Komunitas ini merupakan komunitas berbasis *online* yang berfokus pada *essential oil* yang membahas semua tentang bidang kesehatan. *Essential oil* masih menjadi suatu hal yang masih asing bagi kebanyakan orang dan juga banyak orang yang belum memahami tentang hal ini dan belum mengetahui apa itu *essential oil* dan kegunaannya bagi pribadi maupun bersama. Dalam komunitas ini terdapat berbagai macam keunikan di dalamnya.

Mulai dari keunikan *essential oil* ini sendiri hingga interaksi yang terjadi di dalamnya antara anggota dan pengurus akan membahas mengenai kegunaan-kegunaan dan juga berbagi informasi mengenai *essential oil* ini, khususnya *Young Living essential oil*.

Komunitas ini kami pilih karena kami tertarik kepada komunitas yang bergerak dibidang kesehatan. Di masa pandemi saat ini, kesehatan menjadi salah satu hal penting yang harus diprioritaskan. Komunitas ini

adalah komunitas yang bergerak dibidang kesehatan dalam bentuk *essential oil*. *Essential oil* masih menjadi salah satu hal yang masih jarang dipahami dan diminati oleh masyarakat. Masih belum banyak orang yang mengetahui manfaat dan khasiat dari *essential oil*. Sehingga hal tersebut menjadi salah satu yang menjadi alasan ketertarikan kami untuk membahas komunitas ini. Kami ingin mengetahui bagaimana komunitas ini berjalan dan juga ingin mengetahui lebih detail mengenai hal-hal yang belum kami ketahui sebelumnya.

The Precious Oil merupakan komunitas berbasis kesehatan yang memfokuskan pada essential oil khususnya Young Living Essential Oil. Komunitas ini berdiri pada tahun 2018 dengan jumlah anggota kurang lebih 230 orang. Anggota dari komunitas ini terdiri dari orang-orang di berbagai wilayah di Indonesia. Dalam komunitas ini para anggota dan admin saling membagi informasi dan memberi pengetahuan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masing-masing member sesuai dengan kebutuhannya. Selain sharing yang dilakukan melalui Whatsapp Group, mereka juga mengadakan sharing melalui webinar dengan media zoom yang rutin diadakan tiap minggu dengan topik dan pembicaraan yang berbeda-beda. Tidak hanya itu, dalam wag juga memberi info mengenai promo oil yang ada di bulan itu.

Diversity and gender dalam komunitas The Precious Oil ini sebagian besar diikuti oleh gender wanita yang dimana mungkin stigma masyarakat menganggap bahwa wanita harus tahu menahu tentang kesehatan atau rawat merawat dibanding dengan pria, namun sekarang sudah tidak ada batasan dalam gender untuk mengetahui tentang hal seperti itu sehingga pria maupun wanita dapat mengikuti komunitas seperti ini. Aturan-aturan yang terdapat dalam komunitas ini dibuat oleh admin atau ketua dari komunitas ini, dan aturan-aturan yang ada antara lain harus saling menghargai satu sama lain, harus mau saling berbagi ilmu dan informasi, dan lain-lain. Dari adanya aturan tersebut, sikap seluruh anggota yang ada di dalamnya bersifat menerima dan mau mengikuti peraturan-peraturan yang sudah ada.

Masalah atau resiko yang sering terjadi dalam komunitas adalah exogenous seperti contohnya adalah pada saat pemesanan sering terjadi kesalahan dengan pihak pusat yang dimana terjadinya kesalahan pengiriman, kesalahan pemesanan. Untuk penanganannya, ketua dari komunitas ini yang mengkoordinasikan kepada pihak pusat bahwa ada kesalahan, sehingga ketua komunitas sebagai mediator antara pelanggan dengan pihak pusat untuk menyampaikan pesan.

Aset yang dimiliki komunitas ada dua yaitu ekonomi (non fisik) berupa dana yang ada dalam komunitas ini berasal dari

penjualan produk oil yang dijual secara online kepada siapapun yang membutuhkannya. Sosial (non fisik) berupa adanya kepercayaan antar anggota yang terlihat dari interaksi antar anggota ketika salah satu bertanya mengenai oil apa yang sebaiknya digunakan ketika ia sakit atau ketika anaknya sakit, dari hal tersebut juga terlihat adanya pengetahuan anggota yang saling memberi informasi mengenai oil-oil apa saja dan percampuran oil apa saja yang cocok digunakan sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu

#### **METODE**

Pada analisis sosial komunitas online ini, peneliti menggunakan metode Participatory Action Research atau PAR. PAR merupakan riset yang dilakukan dengan cara berpartisipasi diantara masyarakat di dalam sebuah komunitas yang bisa mendorong adanya aksi-aksi yang bisa membawa perubahan. Participatory Action Research (PAR) atau penelitian tindakan adalah sebuah metode penelitian yang dilakukan secara partisipatif antara masyarakat di dalam suatu komunitas (Tampubolon, 2013). Kurt Lewin (1890-1947) menciptakan istilah penelitian tindakan ini pada sekitar tahun 1934 (Mills, 2000). Menurut Lewin, penelitian tindakan merupakan proses yang memberikan kepercayaan pada pengembangan kekuatan pemikiran diskusi, reflektif,

keputusan dan tindakan oleh orang-orang yang berpartisipasi dalam penelitian kolektif tentang 'masalah pribadi' yang mereka miliki bersama (Adelman, 1993, hal.8). Penelitian tindakan merupakan salah satu pendekatan penelitian ilmiah yang mempunyai dua tujuan yaitu mengambil tindakan (untuk perbaikan) dan membangun pengetahuan atau teori tentang tindakan (Sugiyono, 2015). Penelitian tindakan atau *participatory action research* dapat didefinisikan sebagai sejenis penelitian refleksi diri kolektif yang dilakukan oleh partisipan dalam hubungan sosial antara satu sama lain untuk memperbaiki beberapa kondisi atau situasi dimana mereka terlibat. Partisipan ini mencakup peneliti dan pemangku kepentingan yang biasanya disebut sebagai "subjek" penelitian (Lune, 2017). Participatory action research dapat diaplikasikan dalam sekolah, ruang kelas, rumah sakit, dan dalam konteks masyarakat. Dalam melakukan penelitian tindakan, diperlukan adanya kesamaan-kesamaan untuk menarik disiplin ilmu (Lune, 2017).

- Pendekatan yang sangat ketat, namun reflektif atau interpretatif, untuk penelitian empiris
- Keterlibatan individu yang aktif secara tradisional dikenal sebagai subjek sebagai partisipan dan kontributor

- dalam perusahaan riset
- Integrasi beberapa hasil praktis yang terkait dengan kehidupan nyata peserta dalam proyek penelitian ini
  - Sebuah spiral langkah, yang masing-masing terdiri dari beberapa jenis perencanaan, tindakan, dan evaluasi

## HASIL DAN ANALISIS

### Analisis Geografis

Komunitas ini memiliki banyak anggota dari berbagai daerah yang tidak memungkinkan anggota untuk berdiskusi dengan bahasanya masing-masing. Maka dari itu, bahasa Indonesia digunakan komunitas ini sebagai bahasa utama dalam berkomunikasi sehari-hari. Media komunikasi yang digunakan dalam komunitas ini adalah WhatsApp Group. Fitur-fitur pendukung dalam WhatsApp adalah fitur last seen, fitur centang biru atau fitur yang dapat mengetahui siapa saja yang sudah membaca pesan tersebut. Kemudian juga adanya fitur group video call dan group call. Dalam komunitas The Precious Oil para anggota juga bebas untuk bertanya dan memberikan informasi seputar kesehatan sehingga dapat meyakinkan anggota lainnya. Sebagian besar informasi yang dibagikan

didapatkan dari ahli-ahli kesehatan yang kemudian disebarluaskan melalui komunitas ini.

Keseharian dalam berdiskusi pada komunitas Precious Oil ini sangat ramai dikarenakan banyaknya pembahasan topik dalam komunitas ini sehingga anggota dan pengurus yang terdapat dalam komunitas ini menjadi aktif dalam berdiskusi. Anggota juga cukup aktif dalam bertanya maupun membagikan atau menceritakan pengalaman mereka. Topik pembahasan pada komunitas ini sangatlah beragam yang dimana tidak hanya membahas tentang kesehatan belaka namun juga anggota dalam komunitas membahas tentang kehidupan mereka seperti pekerjaan apa yang mereka lakukan, kehidupan dalam rumah tangga dan lain-lain namun semua pembahasan yang dilontarkan masih berhubungan dengan kesehatan yang dimana topik kesehatan adalah sebagai topik utama dalam komunitas ini, seperti membahas tentang obat apa yang cocok digunakan pada saat sedang mengalami sakit tertentu juga memberikan beberapa testimoni sebagai salah satu cara untuk membagikan pengalaman mereka.

### Analisis Demografis

Berdasarkan usia, anggota kelompok dalam komunitas ini terdiri dari kalangan usia 20-50 tahun.

Jenis kelamin yang mendominasi dalam komunitas ini adalah perempuan dengan tingkat pendidikan SMA hingga Sarjana. Terdapat beberapa profesi dalam komunitas ini seperti dokter, ibu rumah tangga, pengusaha, dan lain-lain. Dari data yang dapat diperoleh, asal daerah dari anggota komunitas ini beragam ada yang dari Surabaya, Yogyakarta, Banjarbaru, Jakarta, Malang, Jakarta, Tangerang, Sumsel, Palangkaraya, Banjarmasin, Ponorogo, dan Bontang. Sebagian besar komunitas didominasi dengan anggota komunitas yang berada di pulau Jawa, hal ini berpengaruh pada bagaimana mereka berkomunikasi dengan anggota komunitas yang lainnya. Dari pengamatan yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa sesekali kerap terselip kata-kata dari Bahasa Jawa.

Jumlah anggota yang termasuk ke dalam komunitas The Precious Oil adalah 230 orang. Namun, sejauh ini 42 data yang didapatkan, penulis uraikan sebagai berikut:

- Usia: 20-50 tahun
- Jenis kelamin: Pria & Wanita
- Tingkat pendidikan: SMA, Diploma, Sarjana
- Mata pencaharian: Ibu rumah tangga, wirausaha, dokter, pegawai asuransi, pegawai bank, dosen, reseller, fotografer, guru, event organizer, notaris.

- Asal daerah: Yogyakarta, Lampung, Surabaya, Banjarbaru, Malang, Jakarta, Tangerang, Sumsel, Palangkaraya, Banjarmasin, Ponorogo, Bontang.

Dalam komunitas The Precious Oil ini, anggota saling berinteraksi membahas mengenai manfaat dan kegunaan dari Precious Oil ini sehingga membuat anggota yang ada di dalam komunitas ini menyebarkan dan menginfokan kepada masyarakat bahwa oil ini sangat membantu kesehatan kita sehingga membuat penjualan dari Precious Oil ini meningkat dan juga membuat orang banyak untuk bergabung dengan komunitas ini karena banyak memberikan info, manfaat, dan juga pengetahuan kepada anggota anggotanya.

Di dalam komunitas ini anggota memiliki sebuah kebiasaan seperti penggunaan Bahasa Jawa dalam berdiskusi, dan juga memiliki beberapa panggilan khusus dalam komunitas ini untuk saling mendekati satu sama lain, panggilan yang kerap kali digunakan adalah panggilan “moms”.

Dari data yang penulis peroleh, analisis yang didapatkan adalah dengan dominasi usia yang seluruhnya dapat digolongkan sebagai orang dewasa maka berpengaruh pada pola

komunikasi yang ada di dalamnya. Komunitas cenderung serius dan tidak begitu ramai selayaknya komunitas-komunitas yang berisikan anak-anak muda. Dari analisis jenis kelamin yaitu didominasi oleh perempuan, yang dapat kami peroleh adalah pola komunikasi di dalamnya yang kadangkala membahas mengenai topik-topik perempuan, seperti misalnya anti aging. Dari segi profesi, dikarenakan beberapa diantaranya adalah dokter, karyawan, mahasiswa yang memiliki jam kerja tertentu, maka komunitas cenderung lebih aktif mulai sore hari hingga malam hari. Sedangkan untuk ibu rumah tangga yang tidak memiliki jadwal yang tertulis maka cenderung aktif di saat yang tidak menentu. Dalam komunitas ini juga anggota komunitas dengan domisili di pulau Jawa cenderung mendominasi, maka hal tersebut berpengaruh pada bagaimana mereka bersikap dan bersosialisasi dengan anggota komunitas yang lainnya.

### **Analisis Mata Pencaharian**

Berdasarkan data yang didapatkan, terdapat beberapa mata pencaharian dalam komunitas The Precious Oil. Mata pencaharian yang terdapat dalam komunitas ini beberapa diantaranya adalah dokter, guru, ibu rumah tangga, pengusaha atau wiraswasta dan mahasiswa. Mata pencaharian tersebut berpengaruh terhadap penjualan dari produk yang berada di dalam komunitas The

Precious Oil. Produk yang dijual dalam komunitas ini adalah *essential oil* dengan merk *Young Living* yang dijual dalam bentuk satuan maupun dalam bentuk paket. Harga yang ditawarkan dalam produk ini untuk essential oil satuan dimulai dari harga 168.000 IDR - 3.259.000 IDR. Sedangkan untuk harga paket dari essential OL ini berkisar dari harga 671.000 IDR - 2.393.000 IDR. Dan yang terakhir untuk harga aksesoris dari Esensial ini berkisar dari harga 9000 - 4.638.000 IDR.

Maka jika dilihat dari harga produk yang dipasarkan dalam komunitas ini, mata pencaharian berpengaruh kepada penjualan dari komunitas ini dan penjualan produk dari komunitas ini berpengaruh kepada kehidupan dan keberlangsungan komunitas bisa bertahan hingga saat ini. dengan masih tingginya minat para anggota komunitas untuk membeli produk ini maka komunitas ini masih tetap bisa berjalan dan bertahan dari mulai awal tahun 2018 hingga 2021 saat ini. Minat yang ditunjukkan oleh para anggota juga masih cenderung tinggi terutama bisa dilihat jika pada bulan bulan tertentu atau pada setiap bulannya terdapat beberapa promosi seperti misal diskon beberapa oil atau ada program poin itu masih banyak anggota komunitas yang menunjukkan minatnya dengan langsung melakukan pembelian atau transaksi melalui website dan hal tersebut menunjukkan

bahwa minat dari para anggotanya masih tergolong tinggi. Jika minat untuk membeli produk tersebut dari para anggotanya sudah tidak terlalu tinggi maka kemungkinan komunitas ini tidak akan berjalan aktif dan mungkin akan berhenti di tengah jalan karena sudah tidak ada lagi anggota atau orang-orang yang berminat dengan essential oil ini.

### **Analisis Sejarah**

Komunitas The Precious Oil ini bermula melalui Whatsapp Group yang dimulai pada 18 Juli 2018. Komunitas ini didirikan karena munculnya minat masyarakat terhadap essential oil khususnya dengan merk Young Living. Saat ini member dari komunitas ini adalah 230 orang. Komunitas ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan memfasilitasi pengguna oil untuk memudahkan mereka menggunakan essential oil tersebut. Orang yang pertama kali mendirikan komunitas oil ini adalah Ci Yenny selaku silver leader dan founder dibantu oleh Ci Christine Jo selaku gold leader.

Hal-hal penting yang terjadi dalam pembentukan komunitas :

●18 Juli 2018 pembentuk grup Whatsapp oleh founder.

●13 April 2019 komunitas ini memiliki Instagram.

●16 April 2020 pertama kali melaksanakan webinar secara rutin. webinar pertama berjudul Bath Bomb Online DI Class melalui zoom meeting.

●18 Juli 2018 sampai sekarang masih dilakukan diskusi secara rutin atau dapat dikatakan hampir setiap hari melalui Whatsapp Group.

●Data sampai 26 Mei 2021 jumlah member komunitas ini adalah 230 orang.

Kondisi komunitas saat ini semakin berkembang dengan semakin bertambahnya anggota di dalamnya. Visi dan misi yang ada di dalamnya juga masih dijalankan hingga sekarang yaitu memperkenalkan Essential Oil sebagai alternatif dan penunjang kesehatan. Hingga saat ini pun semakin banyak orang yang mengenal Essential Oil dan bagaimana penggunaannya.

Berdasarkan latar belakang sejarah komunitas ini maka geografis, demografis dan mata pencaharian saling berhubungan. seperti yang sudah dibahas sebelumnya, geografis dari anggota komunitas ini yang didominasi oleh masyarakat yang tinggal di kota-kota besar. Lalu didominasi oleh perempuan dengan usia 20-50 an tahun dan juga dengan berbagai jenis mata pencaharian seperti dokter,

wiraswasta, mahasiswa, ibu rumah tangga, guru, dosen, dll.

Hal tersebut berpengaruh pada latar belakang sejarah terbentuknya komunitas ini. Karena tingkat pendidikan yang tergolong tinggi dan pendapatan ekonomi tergolong cukup maka anggota komunitas ini tertarik dan memiliki minat yang tinggi terhadap YLEO (Young Living Essential Oil) sehingga komunitas ini bisa bertahan dari awal dibentuk hingga saat ini.

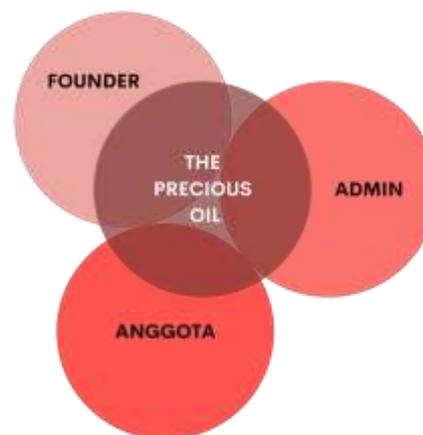
### Analisis Struktural

Lembaga atau struktur formal dan informal yang ada dalam masyarakat yang bersangkutan dalam komunitas The Precious Oil yaitu Ci Yenny sebagai founder, 35 admin, dan 230 anggota. Dari banyaknya admin yang ada, dua admin dipastikan merupakan admin percabangan kota Banjarbaru dan Surabaya. Selain itu, kemungkinan besar 33 sisanya juga merupakan admin untuk kotanya masing-masing yang bertugas untuk mengkoordinir orang-orang yang tertarik untuk bergabung dengan komunitas ini.

Masing-masing lembaga memiliki tugasnya sendiri-sendiri. Founder memiliki tugas untuk mengkoordinasikan member terutama dalam pemesanan oil dan memberitahukan informasi-informasi yang diberikan oleh pusat. Admin bertugas untuk menginvite member yang tertarik bergabung dengan komunitas

ini dan juga menyebarkan informasi kepada anggota komunitas serta membantu founder untuk mengelola komunitas. Anggota bertugas untuk menjalankan visi misi komunitas ini, menjaga keberlangsungan hidup dari komunitas ini, berbagi informasi dan berdiskusi dengan anggota dalam komunitas.

### Kaitan antar lembaga-lembaga



Lembaga berperan penting dalam kehidupan anggotanya karena memberikan informasi-informasi yang informatif terkait kegunaan oil. Selain itu lembaga juga memberikan semacam seminar-seminar secara rutin melalui zoom meeting kurang lebih seminggu sekali yang membahas berbagai hal yang berbeda di setiap pertemuannya. Disebutkan oleh founder pada Facebook, semenjak diadakannya pertemuan online melalui zoom meeting, anggota yang hadir bisa sekitar 500 orang. Dulunya sesekali

melakukan pertemuan tatap muka hanya beberapa orang yang dapat hadir karena terbatas oleh ruang dan waktu. Hal ini membuktikan bahwa sebetulnya banyak orang yang ingin mengetahui informasi lebih dalam mengenai Essential Oil yang diadakan oleh komunitas melalui zoom meeting. Manfaat yang didapatkan anggotanya tentu pengetahuan yang mungkin tidak bisa didapatkan dari tempat lain. Hal ini berpengaruh dengan anggota yang kian lama semakin terbantu dengan adanya komunitas ini atas informasi-informasi di dalamnya yang menjadikan anggota masih bertahan dan semakin bertambah hingga saat ini.

Dalam komunitas ini, lembaga yang paling berpengaruh adalah founder karena founder memiliki peran terpenting dan merupakan orang yang memiliki hak untuk mengatur komunitas ini, serta untuk memberi informasi utama di dalam komunitas dan juga mensuplai kebutuhan oil dari para anggota komunitas ini. Sedangkan yang memiliki peran paling kecil adalah admin, karena berdasarkan pengamatan, penulis menemukan bahwa admin kurang turut memberi andil dalam komunitas dan tak sering muncul dalam komunitas karena sebagian besar informasi diberikan langsung oleh founder.

### Analisis Stakeholder

Dalam komunitas ini terdapat tiga lembaga sebagai stakeholder yaitu Young Living Indonesia, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri (Kementerian Perdagangan), dan Pengawasan Kosmetik BPOM RI. Masing-masing dari lembaga memiliki tugas, hak, dan kewajibannya masing-masing.

Young Living Indonesia memiliki tugas dan kewajiban untuk mendistribusikan oil ke komunitas, menyampaikan informasi-informasi, mengadakan promo (menentukan adanya promo), serta memiliki hak untuk memberikan peraturan kepada member (leader), memberikan batasan pembelian produk.

- Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri (Kementerian Perdagangan) memiliki tugas untuk memberikan penyuluhan dan informasi (ex. mengenai tujuan peraturan *Direct Selling*). Secara keseluruhan Direktorat Jenderal PDN memiliki tugas antara lain sebagai berikut:
- Perumusan kebijakan di bidang pengendalian distribusi dan ketersediaan barang kebutuhan pokok

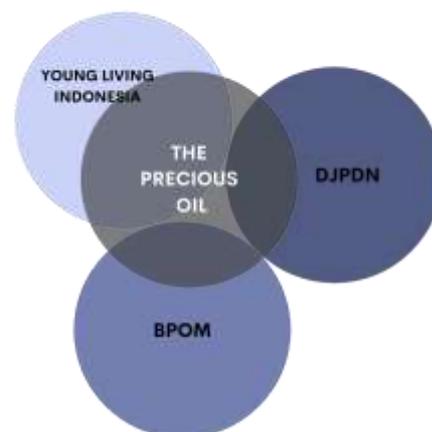
dan/atau barang penting.

- Pembinaan pelaku dan usaha distribusi, penciptaan, dan pembinaan iklim usaha, transaksi perdagangan melalui sistem elektronik. ]

Pengawasan Kosmetik BPOM RI memiliki tugas untuk memberikan penyuluhan mengenai peran badan POM (ex. Peran BPOM terhadap eksistensi dan distribusi produk), memberi informasi mengenai batasan klaim produk dan sisi negatif dari *overclaim* produk. Secara keseluruhan, BPOM mempunyai tugas utama yaitu menyelenggarakan tugas pemerintahan di bidang pengawasan Obat dan Makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Obat dan Makanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terdiri atas obat, bahan obat, narkotika, psikotropika, prekursor, zat adiktif, obat tradisional, suplemen kesehatan, kosmetik, dan pangan olahan, serta memiliki hak untuk memutuskan dan mengawasi keamanan produk yang dimiliki oleh Young Living dan sewaktu-waktu dapat memberikan teguran kepada komunitas apabila melanggar.

Terdapat satu tokoh dari pihak Young Living yaitu Christine Jo yang merupakan seorang gold member dari Young Living. Ia berperan cukup besar terhadap komunitas karena Ia memiliki ilmu dan pengetahuan yang

mungkin belum dimiliki oleh member lainnya. Pengalaman yang dimilikinya juga lebih banyak sehingga dapat memberikan informasi-informasi berguna yang tidak diketahui oleh member komunitas. Christine Jo adalah seorang gold member sehingga Ia memiliki kedudukan yang lebih tinggi. Ilmu yang Ia miliki juga mungkin ada beberapa yang belum dimiliki atau diketahui oleh yang lainnya.



## Analisis Masalah dan Tujuan

### 1. Masalah

Masalah-masalah yang dialami atau dihadapi komunitas adalah sistem yang kurang memumpuni, kurangnya tenaga kerja, terjadinya trouble atau overload di website ketika pembelian produk pada saat promo, terjadinya kesalahan pengiriman barang saat pembelian oil, terjadinya problem pada saat proses pembayaran, adanya komplain member karena nomor

virtual acc belum muncul, serta adanya komplain member di grup karena adanya kesalahan pengiriman barang (kurang atau lebih). Penyebab dari masalah-masalah tersebut dan dampak dari masalah yang muncul yaitu web yang terlalu penuh diakses secara bersamaan dikarenakan banyaknya peminat , banyaknya pembeli karena promo sehingga terjadi kesalahan pengiriman atau rekapan pesanan dari pusat atau proses pembelian di luar jam kerja, sehingga mungkin akan di proses keesokan harinya.

Jika masalah-masalah tersebut dikelompokkan berdasarkan masalah utama dan masalah turunannya, maka masalah utamanya yaitu terletak pada sistem yang kurang memumpuni dan kurangnya tenaga kerja, sedangkan masalah turunannya adalah terjadinya trouble ketika pembelian oil pada saat promo, terjadi problem pada saat proses pembayaran, kesalahan pengiriman oil kepada member, dan terjadi komplain di *WhatsApp* komunitas.

Keterkaitan antara masalah satu dengan yang lainnya saling

berhubungan karena berasal dari akar masalah yang sama yaitu sistem yang kurang memumpuni dan kurangnya tenaga kerja, maka setiap pusat mengadakan promo, masalah turunan kerap terjadi. Mulai dari web yang overload akibat diakses secara bersamaan oleh banyak orang, kemudian proses pembayaran juga jadi terhambat karena VA atau *virtual account* mengalami *error*. Kemudian juga akibat dari banyaknya orderan yang masuk, terjadi keterlambatan serta kesalahan pengiriman entah berupa salah alamat antara satu dengan lain, dan juga kesalahan jumlah atau variasi orderan. Akhirnya yang sering muncul adalah komplain dari member akibat barang yang tak kunjung datang ataupun barang yang salah saat diterima.



## 2. Tujuan

Potensi-potensi yang dimiliki komunitas yaitu pemberharuan sistem, menambah tenaga kerja, mengatasi permasalahan saat overload, barang datang tepat waktu, mengatasi masalah pembayaran, dan mengirim barang sesuai dengan pesanan.

Persiapan harus dilakukan sebelum adanya promo karena sebelumnya banyak adanya kekurangan dan komplain. Untuk memperbaiki masalahnya perlu dilakukannya perbaharuan dan

menambah kapasitas penggunaan akses di website, menambah tenaga kerja agar pada saat saat genting seperti pada saat promo ini tidak kewalahan dan tidak terjadi banyak kesalahan, diperlukannya ketelitian extra pada saat pengiriman barang agar barang yang dikirim sesuai dengan pesanan konsumen, kemudian memperbaiki sistem pembayaran, dan juga membuat nomor virtual acc agar konsumen diberikan tempat untuk komplain.



komunitas ini terdiri dari berbagai kalangan masyarakat yang memiliki berbagai jenis pekerjaan dengan rentan umur 20-50 tahun dan didominasi oleh perempuan. Komunitas ini masih terus berjalan dan berkembang hingga saat ini. Terdapat masalah dan juga kendala yang ditemukan dalam komunitas ini. Stakeholder dalam komunitas ini juga cukup jelas dengan adanya founder, admin, dan juga anggota.

## KESIMPULAN

Komunitas The Precious Oil adalah sebuah komunitas yang bergerak dibidang kesehatan, khususnya *essential oil*. Anggota

Diskusi dalam komunitas ini dilakukan melalui *whatsapp* grup dan juga ada beberapa webinar yang dilakukan melalui *zoom meeting*. Pembahasan yang dibahas dalam komunitas ini pasti tidak jauh dari poin-poin kesehatan dan manfaat dari *essential oil*. Info-info dibagikan di forum diskusi oleh founder dan juga admin-admin di dalam komunitas ini.

## REFERENSI

- Lune, H. (2017). *Qualitative Research Methods for the Social Scienses*. Pearson Education Limited: England.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Tindakan (Action Research). *Prosiding Seminar Nasional Jurusan PGSD FIP UNP, Vol 1, No 1*.
- Tampubolon, R. (2013). *Participatory Action Research (PAR)*. Diakses melalui <https://bantuanhukum.or.id/participatory-action-research-par/>