

cleannote

Clean is a Lifestyle

Volume 02 / MARET - APRIL 2009



- **ODOR MANAGEMENT**
- **LANGUAGE OF PERFUMERY**
- **PUBLIC TOILETS**





Berbagai permasalahan global dunia yang berkaitan dengan masalah kebersihan, kesehatan dan lingkungan hidup pada akhirnya memaksa masyarakat di berbagai negara untuk berkumpul mengadakan World Toilet Summit, yang menghasilkan pembentukan World Toilet Organization (WTO) pada tanggal 21 November 2001 dan bertempat di Singapura dimana Indonesia melalui Ibu Naning Adiwoyo dari Inias Resource Center termasuk dalam salah satu penandatanganan pembentukan WTO.

Wellcome Space

Pada saat kita turun dari pesawat atau mengunjungi suatu tempat umum seperti mall, restaurant, tempat hiburan, dan lain-lain, ada satu tempat yang ada didalam pikiran kita yang menjadi tujuan utama dengan segala macam teka teki yang berkecamuk dikepala kita "jauh nggak ya ...?", "bersih nggak ya ...?", "ada tisunya nggak ya...?" Kalau tidak terpaksa, rasanya malas sekali untuk ke toilet ditempat tersebut ... tidak nyaman rasanya.

Tanpa kita sadari bahwa toilet dapat menjadi duta dari kebersihan suatu tempat yang kita tuju. Toilet bersih adalah cerminan dari budaya masyarakatnya, bersih

toiletnya berarti masyarakatnya juga peduli terhadap kebersihan lingkungan. Dalam semua agama diajarkan bahwa kebersihan itu perlu menduduki tempat yang tinggi yang erat kaitannya dengan keimanan seseorang terhadap agamanya. Disini terlihat bahwa kebersihan adalah sesuatu yang harus diutamakan dengan lingkungan yang bersih jiwa raga kita pun menjadi bersih.

Dengan toilet bersih ternyata dapat membantu mendatangkan devisa bagi negara melalui sektor pariwisatanya ... apa iya ? coba kita mulai berandai andai misalnya kita seorang turis asing yang datang ke Indonesia, begitu turun dari pesawat sesampainya di

Bandara kota tujuan, tempat yang kita tuju pertama kali pada umumnya adalah TOILET sehingga bila disebut toilet adalah *wellcome space* pasti kita semua setuju. Saat turis tersebut menikmati toilet yang bersih pasti pikirannya melayang jauh dan berharap tidak hanya toiletnya saja yang bersih tapi lingkungan pun bersih pula.

Dari kepuasan seorang turis secara tidak langsung pemasaran melalui mulut kemulut pun berjalan. Akibatnya akan semakin banyak turis yang menjadikan Indonesia sebagai kota tujuan wisata sehingga devisa negarapun bertambah melalui sektor Pariwisata... siapa yang menanggung keuntungan?... tentunya rakyat Indonesia sendiri.

Merawat dan membangun toilet Umum saat ini sudah ada standard sistimnya yang dikeluarkan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata bersama sama Asosiasi Toilet Indonesia. Toilet umum ada di Kantor, Pusat Perbelanjaan, Stasiun kereta api, Bandara, pelabuhan, Pasar, Rumah sakit, Hotel, Restaurant, Rumah sakit, dan lain-lain. Dimana ada sarana umum biasanya disediakan toilet umum yang diperuntukan bagi umum. Setiap orang yang berada diluar rumah selalu berkunjung ketempat itu lebih dari satu kali dalam sehari.

Membangun toilet umum tidaklah sulit... yang tersulit adalah memelihara toilet umum. Demi kebaikan kita semua alangkah baiknya bila kita sebagai pengguna juga peduli terhadap keberadaan toilet umum.

Kebersihan toilet umum bukan tanggung jawab petugas kebersihan semata, tapi pengguna toilet umum juga mempunyai andil besar dalam kelangsungan kebersihan toilet umum seperti :

1. Sehabis cuci tangan langsung keringkan tangan dengan handuk/tisu/*hand dry* yang tersedia agar tidak ada ceceran air dilantai.
2. Langsung *flushing toilet* sehabis menggunakan (toilet duduk) atau langsung siram toilet sehabis penggunaan (toilet jongkok).
3. Pembalut/tisu toilet, langsung masukan kedalam tempat sampah sehabis penggunaannya pada tempat sampah yang telah disediakan.
4. *Wastafel/hand washing* basin hanya digunakan untuk mencuci tangan semata tidak untuk cebok bagi anak anak.
5. Gunakan *toilet paper* seperlunya saja.
6. Penggunaan toilet duduk adalah dengan duduk jangan jongkok diatas toilet duduk.
7. Jangan merokok didalam toilet, selain menjadikan lantai toilet kotor, masih banyak orang yang mengantri.

Kriteria Inspeksi Toilet

Toilet

- a. Setiap kantor harus memiliki toilet dengan jumlah wastafel, jamban dan peturasan minimal seperti pada tabel berikut :

Toilets			
JUMLAH KARYAWAN	JUMLAH WASTAFEL	JUMLAH JAMBAN	JUMLAH PETURASAN
1 - 15	1	1	1
16 - 30	2	2	2
31 - 45	3	3	3
46 - 60	4	4	4
61 - 80	5	5	5
81 - 100	6	6	6

Setiap jumlah penambahan 100 karyawan harus Ditambah 1 Wastafel, 1 Jamban dan 1 Peturasan

- b. Toilet untuk karyawan wanita terpisah dengan toilet untuk karyawan pria.

Inspeksi Toilet

INSPEKSI TOILET				
Hari/Tanggal : _____				
Minggu ke : _____				
No.	Uraian	Status		Keterangan
		Open	Close	
1.	Ada toilet untuk pegawai kantor			
2.	Ada toilet untuk kamu			
3.	Ada rambu petunjuk arah toilet			
4.	Tersedia air bersih			
5.	Pembuangan air kotor			
6.	Closet dalam kondisi bersih			
7.	Tersedia sikat lantai			
8.	Tersedia sikat pembersih lantai			
9.	Dinding toilet bersih			
10.	Plafond toilet bersih			
11.	Tersedia sabun cair			
12.	Tersedia pewangi toilet			
13.	Tersedia tissue			
14.	Kran air berfungsi dengan baik			
15.	Ada tempat sampah			

Jakarta, _____
Dibuat Oleh,

(.....)

Mari menciptakan Toilet Umum yang bersih, indah dan nyaman dalam rangka menjadikan Indonesia sebagai kota tujuan wisata dan sebagai persiapan menghadapi Visit Indonesian Year 2009.

PT. Pink Service Indonesia
Komplek Kedoya Centre Blok C-8-9
Jl. Raya Perjuangan No.1 - Kebon Jeruk
Telp. 021-5333405, Fax. 021-5333407
Jakarta 11530



UniScent

Fragrance Harmony for a fresh scent-sation

Fresh Green

Floral Magic

Air Frezz



A truly fresh scent that your guest will love. Great for freshening up a room or maintaining that smell of clean.



Say goodbye to smoke odors and hello to a natural floral smell with Floral Magic. Never worry about converting smoking rooms again.

All-in-One Cleaner & Disinfectant



Cleaning has never been simpler. Glass cleaner, all purpose, bathroom cleaner and disinfectant in one?? Your staff will love the convenience and results.



Get rid of smoke odor particles on hard surfaces for a complete solution to smoke odor problems. Using the same floral scent, Floral Magic All-in-One complements your room's fragrance theme.

Furniture Care



Put the finishing touches to impress your guests by using Fresh Green furniture Polish for your fine furniture. It's the details that makes the difference.



Even wooden furniture gets special attention in your smoke-free program. Clean off odor particles and leave a natural shine to create total guest satisfaction.

Carpet Care



Musty smell are caused by odor and mildew particles inside textile fibers. Eliminate musty smell with this cleaner and replace bad odor with a great Fresh Green scent.



Smoke odors hide inside carpet and upholstery. Remove odor particles completely and let the guest feel your smoke-free environment all around the room.



ODOR MANAGEMENT

Mengapa berbau dan Bagaimana mengatasinya?...

by David Handriyanto



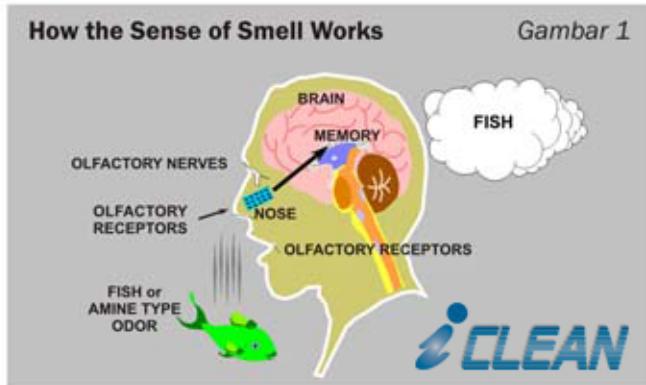
Molekul Bau dan Bank Memori

Terdapat puluhan juta reseptor di hidung yang terhubung ke otak melalui saraf penciuman yang dapat membantu kita untuk mengidentifikasi bau tertentu. Jika suatu molekul bau tersambung ke reseptor hidung, maka otak akan mencari impuls di bank memori untuk mengidentifikasi bau tersebut.

Bank memori adalah rekaman/ingatan pada otak akan bau-bau tertentu. Misalkan sejak kecil kita melihat buah jeruk kemudian mencium molekul bau asam manis dari buah jeruk tersebut maka otak akan merekam bau tersebut sebagai bau buah jeruk.

Sebaliknya bila kita mencium bau sesuatu namun sulit mengidentifikasi jenis bau tersebut maka hal itu menunjukkan bahwa bank memori di otak kita belum pernah merekam jenis bau tersebut. Contoh lain, apabila molekul asam amine yang terdapat pada ikan (bau amis) terasa oleh reseptor di hidung kita kemudian dikirim ke otak, maka otak akan mencari impuls yang sama pada bank memori.

Jika seseorang pernah mencium bau ikan sebelumnya, maka suatu persamaan ditemukan serta baunya pun teridentifikasi. Untuk jenis bau yang kompleks seperti asap rokok yang terdiri dari berbagai molekul bau yang berbeda, otak mencari kombinasi impuls yang sama persis untuk mengidentifikasi bau tersebut.

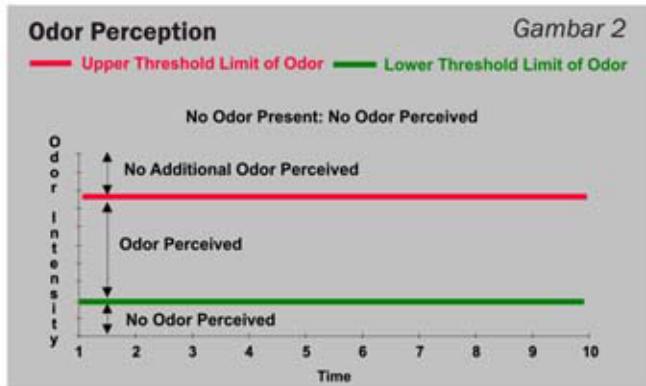


Catatan Gambar :

- How the sense of smell works = bagaimana indra penciuman bekerja
- Brain = otak
- Memory = memori
- Olfactory Nerves = saraf penciuman
- Nose = hidung
- Olfactory Receptors = reseptor penciuman

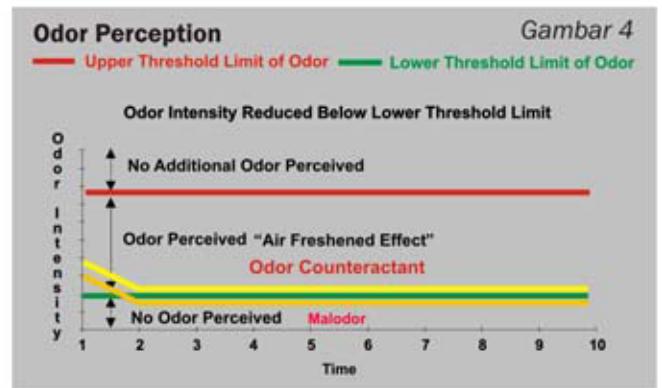
Mengharumkan atau Mencegah

Di dalam otak kita bank memori memiliki ruang batas untuk dapat mengidentifikasi jenis bau. Bila intensitas molekul bau yang diterima melalui reseptor di hidung berada di bawah ambang batas (*lower treshhold limit*) atau melewati di atas ambang atas (*upper treshhold limit*) maka otak kita tidak akan dapat mengidentifikasinya.



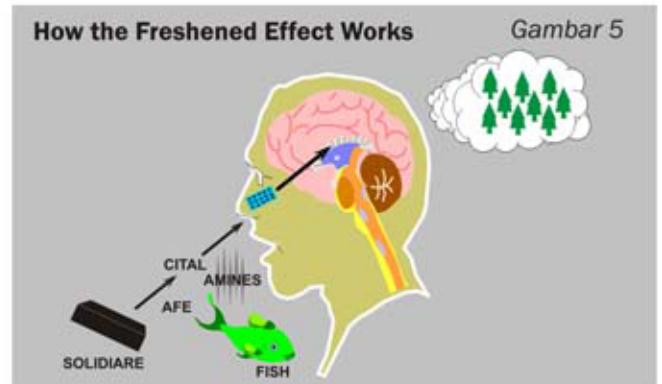
Dengan menambahkan keharuman yang lebih kuat dan enak, maka cara pengendalian bau (*odor control*) dapat dicapai. Misalnya saja kita akan menutupi bau ikan dengan bau anggur. Impuls bau ikan dan bau anggur melalui reseptor di hidung akan sampai di otak kita, akan tetapi karena memori kita tidak memiliki catatan perpaduan antara bau ikan dan anggur maka memori kita mengidentifikasi keduanya. Memori mengidentifikasi intensitas bau anggur lebih kuat daripada bau ikan sehingga total intensitas keseluruhan bau meningkat dimana manisnya anggur adalah yang dominan.

Teknik menutupi bau yang kurang sedap dengan bau yang lebih enak ini '*re-odorant*' disebut "*masking*". Akan tetapi *masking* hanya baik digunakan pada kondisi dimana bau kurang sedap hanya bersifat sementara. Sedangkan jenis bau yang bersifat permanen maka tehnik *masking* akan kurang efektif.



Masalah dengan Keharuman

Orang yang berbeda bereaksi dengan berbeda pula terhadap suatu bau. Sebagian mungkin menyukai bau anggur, sebagian lainnya mungkin tidak. Contohnya, jika ketika beranjak dewasa anda tidak menyukai makan buah kelapa sehingga anda mungkin tidak akan menyukai kelapa sebagai *masking* bau. Sekalipun jika anda menyukai kelapa, menghirup bau kelapa untuk jangka waktu lama dapat mengakibatkan kebosanan psikologi.



- How the air freshened effect works = bagaimana efek udara segar bekerja
- Cital = cital
- AFE = AFE
- Solidiare = solidiare
- Fish = ikan
- Amines = amino

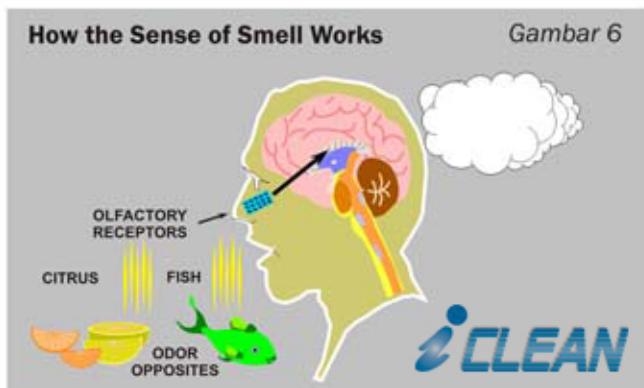
Dari sini dapat disimpulkan bahwa untuk memberikan bau kesegaran di publik area perlu dicari aroma atau elemen bau khusus yang dapat diterima oleh manusia pada umumnya. Perusahaan *fragrance* pun seringkali mengkombinasikan beberapa jenis aroma bau pada satu produk pewangi agar jenis aroma bau tersebut lebih netral sehingga dapat diterima oleh banyak orang.

Mengeliminasi/Menghilangkan Persepsi Bau

Counteractant (penetral) adalah suatu molekul bau yang dapat "menghapuskan" sesuatu bau yang mengganggu. Efek *counteractant* ditemukan sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dimana *science* tersebut telah menemukan bahwa di setiap molekul bau ada lagi molekul bau lainnya yang disebut *odor opposite* (lawan).

Pada jumlah yang tepat, *odor opposite* ini bersifat *antagonist* atau memiliki pengaruh untuk menghilangkan persepsi bau tersebut. Jadi dengan mencocokkan *odor opposite* suatu bau, bau yang tidak diinginkan tersebut dapat dihilangkan sehingga tidak ada wewangian yang enak atau tidak enak yang tersisa.

Contohnya adalah bau *amine* (amis) pada ikan memiliki *odor opposite* yaitu bau *citrus* pada lemon. Sehingga dengan memberikan molekul bau *citrus* pada lemon dapat menghilangkan bau amis pada *seafood*.



Gambar 6

Berikut adalah beberapa contoh umum pasangan bau :

1. Citral (limun) dan ikan (*amine*).
2. *Acetic acid* (asam) dan *ammonia*.
3. Minyak kayu cedar dan karet.

Memperoleh Kesegaran

Setiap orang pasti menginginkan bau yang sedap, segar, harum. Dengan aroma bau yang segar dan menyenangkan pada suatu tempat diharapkan orang akan menikmati suatu *holistic experience* sewaktu berada di tempat tersebut dengan demikian kesan yang baik akan dapat ditimbulkan.

Berangkat dari dasar pemikiran inilah upaya industri *fragrance* untuk memberikan solusi dengan berbagai jenis aroma bau menempati tempat yang sangat penting. Produk produk pembersih I Clean pun diformulasikan secara ilmiah sehingga selain memberikan hasil bersih

yang efektif juga pro aktif menyediakan kualitas kesegaran udara yang segar, elegant dan menyenangkan. Baik molekul *counteractant* maupun molekul efek penyegar udara diciptakan dari bahan-bahan alami seperti minyak esensial yang diambil dari tanaman hijau, belukar, herbal dan bunga-bunga.

Keseluruhan hasil penggabungan antara odor *counteraction* (penetral bau) dengan *air freshened effect* (efek penyegar udara) memiliki 3 tujuan utama, yaitu:

- Bau yang tidak diinginkan menghilang.
- Total intensitas bau berkurang.
- Kualitas kesegaran lingkungan yang baik.

Sanitasi Saja Tidak Cukup

Kualitas udara di lingkungan manapun tergantung pada total sanitasi di lingkungan tersebut. Program pembuangan kotoran/sampah, proses *cleaning*/pembersihan dan sanitasi/pengendalian kuman adalah elemen penting dalam meningkatkan *level* kebersihan dan sanitasi. Akan tetapi, banyak bau yang tidak dapat dihilangkan hanya dengan menggunakan detergen dan disinfektant.

Sebagai contoh, fasilitas kesehatan seperti rumah sakit atau klinik memiliki bau yang kuat dari obat-obatan, operasi, dan bau-bau medis lainnya serta bau manusia. Bahkan disinfektasi yang menyeluruh dengan disinfektan dosis tinggi pun tidak cukup untuk menghilangkan bau tersebut. Namun, bau ini adalah bau yang dapat dan harus dihilangkan untuk menyediakan atmosfer yang lebih baik bagi tamu, pengunjung dan staf.

Hal yang sama adalah jenis bau yang ada pada fasilitas umum seperti gedung-gedung komersial dan ritel dimana bau dari kamar kecil, tempat penyimpanan, selokan, tempat pengolahan makanan/dapur, bahkan asap rokok yang mengendap di karpet dan korden, tidak dapat dihilangkan sepenuhnya hanya dengan *detergent* pembersih.

Pengendalian bau harus menjadi bagian terpadu dalam suatu program *cleaning*. Dan satu-satunya cara yang efektif untuk mencapai pengendalian bau yang benar dalam menyediakan kualitas udara yang baik adalah dengan menggunakan *odor counteractant* dan *air freshening agent* (penyegar udara).

Keharuman Suatu Keberhasilan

Karena bau yang tidak diharapkan mempengaruhi banyak orang secara negatif, kualitas udara yang baik akan membantu meningkatkan kinerja bisnis menjadi lebih baik. Suasana nyaman dan udara yang bersih dapat mempengaruhi bagian yang terpenting yaitu Anda. Simaklah beberapa contoh berikut :

1. Kualitas udara yang baik dapat meningkatkan motivasi karyawan, moral dan menjaga performa tempat bekerja serta produksi pada tingkat tinggi.
2. Menstimulasi penjualan yang lebih kondusif pada lingkungan bisnis seperti hotel, restaurant, *supermarket*, pusat perbelanjaan, dan lain-lain.

3. Menciptakan 'keramahan' lingkungan seperti di ruang pertemuan hotel, bioskop, ruang pertemuan, dan lain-lain.
4. Menyediakan atmosfer yang nyaman bagi pasien dan pengunjung di rumah sakit, klinik, dan fasilitas kesehatan lainnya.
5. Memelihara tampilan yang lebih bersih untuk fasilitas olah raga dari ruang loker, klub kesehatan.
6. Meningkatkan *customer satisfaction* dan kebersihan lingkungan dengan cara menghilangkan bau busuk serta bau tidak sedap pada lingkungan sekitar (contohnya tempat sampah dan air selokan).

Anda dapat Berbohong Pada Mata, Tetapi Hidung Mengetahuinya

Penampilan luar dapat menipu. Sentuhan cat, pencahayaan yang tepat, dan/atau perabotan yang menarik dapat menyamarkan sejumlah tampilan kurang sedap dipandang di banyak tempat. Tetapi, hanya sedikit yang dapat lepas dari salah satu detektif penciuman, yaitu hidung. Seringkali hidung dapat mengevaluasi suatu ruangan atau daerah bahkan sebelum masuk. Bau dari ruang loker mengalir ke koridor atau ruang pertemuan. Bau asap dari ruang konferensi atau restaurant menembus ruang ruang sekitarnya. Berbagai aroma dari dapur restaurant ke ruangan makan/*dining area*.

Obat-obatan dan kosmetik sangat sensitif untuk organ penciuman. Jadi, untuk menciptakan dan menjaga kesan yang diinginkan di bisnis atau institusi manapun, baik dari hotel, rumah sakit hingga ke restaurant, tempat, sekolah, kantor, fasilitas olah raga pengendalian bau yang efektif adalah faktor yang sangat penting.

Produk yang Diformulasikan Secara Ahli Menjadikan Tugas Pengendalian Bau yang Kompleks Lebih Mudah

Campuran bahan-bahan kimia yang seringkali dapat menciptakan berbagai jenis bau. Contohnya, strawberi dikombinasikan dengan lebih dari 20 bahan kimia untuk mendapatkan bau dan rasa yang nyata. Puluhan bau kimia yang berbeda terdapat pula dalam asap rokok. Tidak ada satu bahan kimia pun yang diciptakan yang dapat efektif digunakan untuk di segala tempat antara lain, di kamar mandi, dapur, atau spesifik industri pada suatu situasi.

Karena kerumitan ini, merumuskan bau *counteractant* serta menggabungkannya dengan *air-freshened effect* dari minyak esensial yang disebutkan sebelumnya menuntut keahlian yang dikembangkan dari pengalaman. Program UNI-Scent dari I Clean memberikan solusi keduanya, yaitu **kemampuan pembersihan yang tinggi** dan **aroma bau yang khusus di design** untuk memberikan kesegaran ruangan yang *elegant*.



UniScent Fragrance Harmony for a fresh scent-sation

A smelly room is a dirty room. That's the way guests judge your facility. The challenge is, some strong odors just can't seem to go away. Now i Clean has a solution to remove odors for good before they turn away your guests.

Uniscent uses more than air freshener to eliminate odor problem, because odors come from carpets, upholstery and other surfaces as well.

Each UniScent theme offers a complete range of products to clean bathrooms, glass, hard surfaces, carpets and furniture. That way, we take odor away from all possible sources using one fragrance theme to create a **fresh scent-sation** and total **guest satisfaction**.





LANGUAGE OF PERFUMERY

Fragrance atau pada umumnya disebut wangi wangian semakin diminati oleh banyak orang mulai dari wangi wangian untuk personal care seperti berbagai produk parfum dan body care, kalangan industri khususnya Hospitality industri seperti Hotel, Restaurant, Shopping mall, Apartment, Office building, Hospital pun semakin mencermati masalah fragrance ini demi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Lebih advance lagi tidak hanya puas namun bagaimana customer memiliki holistic experience selama tinggal di hotel atau berada di mall atau restaurant tersebut sehingga kesan positif bahkan impresif akan semakin kuat melekat di benak customer tidak hanya sewaktu tinggal atau berada di property kita tapi lebih lagi setelah meninggalkan property kita dan berharap customer yang puas tersebut akan bersedia untuk merekomendasi tempat kita kepada teman temannya (worth of mouth).

Aplikasi dari fragrance di sector hospitality meliputi air freshner/odor counteractant, produk amenities, chemical pembersih, pengharum public spaces, hand soap dan berbagai produk lainnya.

Kali ini I Clean bekerjasama dengan Takasago salah satu dari *The Big Five* dalam industri *fragrance* dunia yang telah memenangkan Noble Prize tahun 2001 dalam hal teknologi *Perfumery* ingin menjelaskan secara garis besar mengenai seluk beluk *fragrance* dan bagaimana persepsi bisa terbentuk melalui *fragrance*.

A. Fragrance Perception

Dalam dunia *fragrance* wangi adalah persepsi. Pembentukan persepsi dibangun berdasarkan 3 struktur bagian yang terdapat didalam *ingredient* atau bahan baku *fragrance* tersebut yang dikenal dengan istilah :

1. Top Note

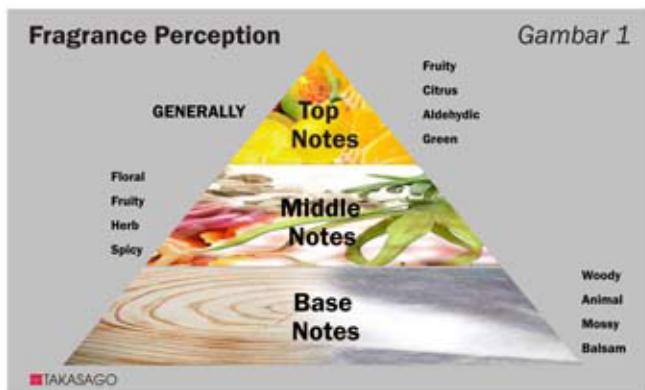
- Yaitu karakter *fragrance* yang langsung terbentuk seketika sewaktu kita menghirup atau mencium *fragrance* tertentu.
- Sifat karakter tersebut lebih *volatile* (tidak stabil) bertahan sekitar 1 jam.
- Terdapat pada berbagai jenis *fragrance families* seperti *citrus*, *fruity*, *aldehydic* dan berbagai tumbuhan hijau.

2. Middle Note

- karakter wangi baru dapat dipersepsikan kurang lebih 1 jam setelah "*dipping*" (mencelupkan kertas tes untuk dicium).
- Sifat karakter lebih stabil dapat bertahan selama 8 jam.
- Jenis karakter yang sering digunakan adalah Floral, Herb, Spicy, Fruity.

3. Bottom Note

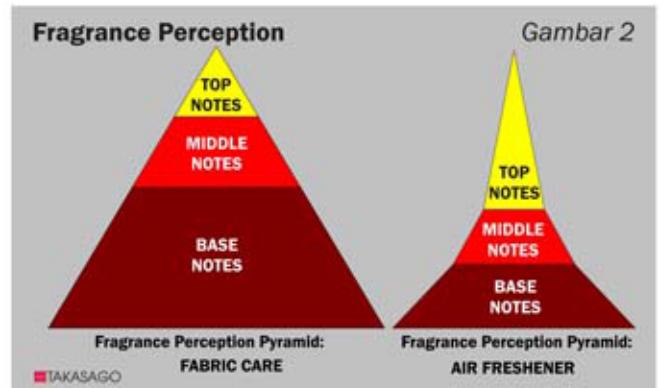
- Karakter wangi yang lebih kuat sebagai base atau dasar dari keseluruhan karakter dari *fragrance* itu sendiri. Untuk jenis *fragrance* yang premium biasanya memiliki *bottom note* yang kuat.
- Wangi dari *bottom note* yang kuat akan bertahan hingga 24 jam bahkan beberapa hari setelah *dipping*.
- Jenis karakter yang sering digunakan adalah *woody*, *animal*, *mossy* dan *balsam*.



Gambar 1

Karakter *fragrance* yang diperlukan akan didesign sesuai dengan produk aplikasinya. Untuk *Fragrance* yang dipakai di berbagai jenis parfum biasanya memiliki *bottom note* yang lebih kuat. Beberapa parfum mahal memiliki *bottom note* yang sangat kuat bahkan wanginya tetap menempel di baju hingga beberapa hari.

Sedangkan untuk aplikasi air freshner diperlukan Top note yang lebih kuat karena karakter wangi diharapkan dapat dinikmati seketika untuk memberikan persepsi wangi yang diharapkan. Selain itu berat jenis dari molekul *fragrance* untuk aplikasi air freshner harus ringan agar dapat mengambang di udara lebih lama sehingga wanginya akan tercium lebih lama.



Gambar 2

B. Odor Classification

Jenis bau/odor yang digunakan untuk membuat *fragrance* di bagi menjadi beberapa kelompok antara lain :

1. Citrus

Terdiri dari karakter yang menghadirkan nuansa kesegaran seperti lemon atau orange dengan bahan utama adalah "*Terpenes*" seperti *bergamot*, *grapefruit*, *tangerine*, *orange*, *mandarin*, *citronella*, *lemon* dan *verbena*.



2. Fruity

Jenis karakter buah buahan ini sering di jumpai umumnya pada *top note* dan terkadang pada *middle note*. Terdiri dari bahan baku "*esters*" dan dapat dibagi menjadi karakter buah buahan tropical atau non tropical. Contohnya seperti *apple*, *apricot*, *banana*, *black currant*, *blueberry*, *cherry*, *coconut*, *grape*, *guava*, *mango*, *melon*, *papaya*, *passion fruit*, *peach*, *plum*, *prune*, *raspberry*, *strawberry*, *pear* dan *pineapple*.



3. Aldehyde

Ini termasuk karakter unik. Persepsi yang ditimbulkan seperti air (*watery*), sedikit minyak (*oily*), sedikit bau berlemak (*fatty*). Pada *top note* akan menambah kekuatan dari bau citrus, sedangkan pada *middle note* sering dikombinasikan dengan bau *floral*/bunga bunga segar.



4. Green

Karakter ini sering dipakai pada *top note* dengan campuran *citrus* dan *fruity* untuk menambah kesan kesegaran sedangkan pada *middle note* dicampur dengan *floral*. Kesan yang dihadirkan adalah nuansa *peely* (kulit jeruk), *grassy* (rumput segar), *leafy* (daun daunan segar), sering juga di campur dengan *aldehyde* untuk membangun nuansa *ozone* (udara) dan *marine* (laut). Contohnya seperti *cucumber*, *galbanum*, *grass*, *leafy*, *melon rind*, *stems*, *string bean*, *styrax*, *tomato*, *leaf*, *vegetable* dan *watercress*.



5. Floral

Floral adalah jenis karakter yang paling kompleks dengan banyak sekali varasinya. Karakter floral dipakai sebagai inti dari kebanyakan jenis *fragrance* khususnya dalam membangun *middle note* yang kuat. Dibagi menjadi 3 group:

a. White Floral

Karakter yang dibentuk adalah bersih, *heavy* (berat/penuh), agak sedikit kesan manis. Jenis wangi terdiri dari berbagai bunga warna putih seperti *jasmine* (melati). Contohnya seperti *carnation*, *gardenia*, *honeysuckle*, *jasmine*, *lily* dan *orange flower*.

b. Green Floral

Karakter yang dibangun dari bunga-bunga yang populer pada musim semi dan memiliki karakter hijau natural. Contohnya seperti *hyacinth*, *lilac*, *marigold*, *narcissus*, *violet*.

c. Transparent Floral

Karakter yang dibangun adalah *watery*, *delicate*, *airy* (udara), ringan. contohnya seperti *peony*, *apple*, *blossom*, *chamomile*, *chrysanthemum*, dan *freesia*.



6. Herbal

Karakter ini mewakili kompleksitas dari berbagai jenis bau *lavender*, *mint*, *herbal* dan *pine*. Sering kali digunakan untuk membangun karakter natural yang kompleks pada *middle note*. Terdapat juga karakter *herbal green* yang dibangun dari jenis bau biji-bijian. Contohnya seperti *aromise*, *basil*, *camphor*, *cedar leaf*, *eucalyptus*, *thyme*, *juniper berry*, *lavender*, *spearmint*, *oregano*, dan *rosemary*.



7. Woody

Karakter yang dibangun adalah nuansa kesegaran kayu-kayuan dan bau serbuk gergajian kayu atau serbuk kayu. Pada umumnya dipakai untuk membangun karakter *base note*/*bottom note* yang kuat dan tahan lama. Contohnya seperti *cedarwood*, *sandalwood*, *patchouli*, *vetiver*.



8. Mossy

Nuansa yang ditimbulkan dari karakter ini adalah kesegaran hutan (*fresh forest*) atau bau tanah setelah hujan. Karakter ini diambil dari jenis daun-daun hijau seperti lumut (*lignin*) yang tumbuh pada pepohonan. Sering dicampur dengan *woody note* untuk membangun kesegaran *bottom note*. Contohnya seperti *oakmoss* dan *treemoss*.



I Clean bekerjasama dengan **Takasago** menghadirkan berbagai jenis *fragrance* yang dapat dikombinasikan dengan bahan baku untuk *chemical* pembersih untuk menghadirkan produk aplikasi untuk kebersihan dengan nuansa kesegaran yang lebih *elegant*.

I Clean kini menghadirkan produk pembersih dengan berbagai variasi wangi yang lebih eksotis seperti *Fresh Green* dengan aroma *green tea* yang segar, aroma *Jasmine* yang lembut dan *elegance*, aroma *Floral magic* yang didesain khusus sebagai *counteractant* untuk menghilangkan bau rokok dan berbagai jenis aroma buah segar seperti *citrus* dan *apple*.

Dengan demikian produk pembersih **I Clean** tidak hanya fokus pada *Cleaning effect* nya namun juga nilai tambah pada karakter *fragrancenya* sehingga kata *Clean* bukan hanya berkonotasi "verb" kata kerja melainkan "*Lifestyle*" gaya hidup.

TAKASAGO

CLEAN
Clean is a Lifestyle

Odor Control Questioner



Berbicara mengenai odor management kurang afdol rasanya kalau kita tidak menyimak *feedback* dari ahlinya di lapangan. Maka berikut *Cleannote* mengadakan wawancara dengan **Ibu Diah Purbasari-Executive Housekeeper Nikko Hotel Jakarta.**

Figur yang satu ini sudah lama malang melintang di dunia perhotelan, selain itu Ibu Diah juga aktif sebagai pengurus inti Ikatan Housekeeper Indonesia (IHKA) DKI Jakarta. Berikut pengalaman beliau dalam hal *Odor Management*.

1. Menurut ibu bagaimana hubungan antara bau/wangi dengan image bersih dalam konteks kebersihan khususnya di hotel?

Jawab :

Kebersihan di area dan kamar dapat didefinisikan terbebasnya dari debu, bau dan serangga. Jadi 'bau' merupakan salah satu musuh dari housekeeping department. Tetapi wewangian yang 'kuat' juga tidak direkomendasikan juga untuk di industri hotel.

2. Dari pengalaman ibu malang melintang di dunia perhotelan, bau bau tak sedap apa saja yg sering timbul dan merupakan tantangan bagi housekeeper baik di guest room, public area, dan lain-lain ? dan bagaimana cara mengatasinya ?

Jawab :

Bau tidak sedap sering timbul adalah bau dari *floor drain* di *bathroom*. Hal ini seringkali timbul dikarenakan system drainase yang tidak bagus dan cara mengatasinya adalah dengan menyiram *floor drain* dengan air hangat saja dan jangan dicampur dengan cairan pengharum lainnya. Atau dengan mengganti *floor drain*nya dengan *mushroom trap*.

3. Hampir semua hotel melarang tamu untuk membawa buah durian, alasannya baunya yang menyengat, apa iya sih ? selain buah durian apa ada jenis makanan lain yg dilarang di hotel pada umumnya ?

Jawab :

Hanya buah durian yang dilarang di hotel. Selain baunya yang amat sangat menyengat, juga bau yang ditinggalkan memerlukan waktu untuk menghilangkannya.

4. Bila ada tamu yang membawa makanan atau apa saja yang menimbulkan bau tak sedap apakah bisa menyebar ke kamar lain ? bagaimana caranya ?

Jawab :

Bau buah yang menyengat akan menular ke kamar yang lain lewat AC, jika AC hotelnya sentral.

5. Khusus untuk *smoking room*, apakah ada treatment khusus untuk mengendalikan bau rokok agar tidak terlalu menyengat ?

Jawab :

Selain mencuci *curtain*, *wallpaper*, *sofa*, *carpet* dan *head board* secara rutin, *smoking room* juga harus di treat khusus dengan *air furifire* sehingga udaranya berganti dengan yang *fresh/segar*.

6. Bagaimana mencegah agar bau rokok di *smoking room* tidak mengkontaminasi *non smoking room*?

Jawab :

Seperti yang tertulis di nomor 1, *air freshener* dengan wewangi yang tidak terlalu tajam/kuat diperlukan.

7. Apakah ibu ada tips tips khususnya untuk pengendalian bau/odor control ?

Jawab :

Jika mempunyai kamar yang ada fasilitas *kitchennya*, jangan lupa untuk mengingatkan tamu untuk tidak memasak masakan yang menimbulkan bau yang sangat menyengat, misalnya masakan India. Setelah selesai memasak dan makan, usahakan tidak menyimpan sisa masakan/makanan terlalu lama/*over night*.

Kenalilah tamu anda dan ketahuilah apakah tamu anda seorang perokok berat atau seseorang yang gemar menghisap cerutu ? Penanganan yang baik dan teratur terus menerus dapat mencegah terjadinya bau yang tidak kita inginkan.