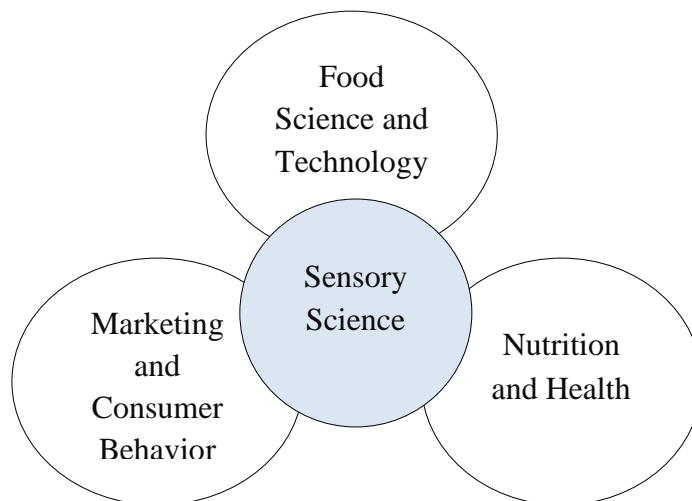


SENSORY SCIENCE

Sensory science secara umum disebut Ilmu Sensoris, Evaluasi Sensoris, *atau* Uji Organoleptik. Ilmu sensoris adalah bidang yang mempelajari bagaimana penginderaan manusia merespon suatu produk serta bagaimana cara menggunakan penginderaan tersebut untuk melakukan kontrol kualitas dan pengembangan produk.

Ilmu sensoris seringkali diterapkan di dalam industri pangan, mencakup produk makanan dan minuman. Hal tersebut dikarenakan kualitas produk pangan tidak hanya dinilai berdasarkan kandungan gizi dan keamanannya semata, namun juga utamanya berdasarkan karakteristik sensoris atau mutu organoleptiknya (secara sederhana: kualitas cita rasa). Produk yang kita inginkan tidak hanya sekedar sehat dan aman kan, tentu rasanya juga ingin enak bukan?



Gambar 1. Domain Ilmu Sensoris

Selain di industri pangan, Ilmu sensoris dapat diterapkan di berbagai bidang seperti parfum, sabun, serta kosmetik. Ilmu sensoris mempelajari persepsi dan juga perilaku konsumen maka pengaplikasiannya tidak sebatas pada industri pangan, pewangi, dan kosmetik. Sistem audio seperti headphone, earphone juga menerapkan sistem sensoris. Bentuk desain kemasan, pemilihan warna kemasan, nama, jenis *font* logo pada merk produk juga menggunakan prinsip riset sensoris. Terdapat 3 istilah penting dalam ilmu sensoris, yaitu: **Sampel** (produk yang akan dinilai karakteristik sensoris atau mutu organoleptiknya), **Atribut sensoris** (karakteristik dari suatu produk yang dapat dinilai dengan menggunakan panca indera manusia), **Panelis** (individu yang memiliki kapabilitas untuk melakukan penilaian karakteristik sensoris produk). Panelis dapat dikelompokkan berdasarkan tingkat keahliannya, misalnya: panelis ahli, terlatih, dan tidak terlatih/konsumen. Contoh panelis ahli adalah Q grader pada cup tasting kopi atau evaluator kualitas tembakau.

Hal krusial dari riset sensoris adalah Metodologi Penelitian dan Prosedur Analisis Data.

Tiga kelompok besar metode riset sensoris berdasarkan tujuannya, yaitu:

1. **Uji Afektif.** Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui penerimaan, kesukaan, dan preferensi konsumen akan produk. Contoh pengujian ini di antaranya Paired Preference, Preference Ranking, Hedonic Rating.
2. **Uji Diskriminatif.** Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang terdeteksi antara suatu produk dengan produk lainnya. Contoh pengujian ini di antaranya Triangle Test, 2-AFC, Dio Trio, Tetrad.
3. **Uji Deskriftif.** Pengujian ini dilakukan untuk mendeskripsikan sensoris produk. pengujian ini di antaranya Flavor Profile, Quantitative D-criptive, Flash Profile, Check All That Apply.