

ABSTRACT

Permasalahan utama dalam pembudidayaan tanaman air adalah belum adanya kegiatan yang mampu menarik minat masyarakat akan budidaya tanaman air. Hal ini disebabkan karena budidaya tanaman air memiliki tingkat kesulitan yang cukup tinggi, yang membuat masyarakat banyak yang kurang tertarik akan budidaya tanaman air. Namun banyak masyarakat yang belum mengetahui bahwa budidaya tanaman air dapat menjadi mata pencaharian yang menguntungkan.

Dari hal tersebut penulis ingin memperkenalkan budidaya tanaman air melalui teknik aquascape. Melalui teknik ini banyak manfaat yang didapat. Selain tidak membutuhkan lahan yang luas, secara tidak langsung para penghobi aquascape turut melakukan budidaya tanaman air dengan cara yang lebih menyenangkan, jika dilakukan secara benar, tentu hal ini akan berdampak pada bertambahnya devisa negara yang disebabkan oleh kegiatan ekspor impor tanaman air.

Dengan merancang media promosi kampanye dan pelatihan seperti seperti logo, poster, booklet website dan lain lain, diharapkan masyarakat dapat mengenal tanaman air dan juga dapat membudidayakannya serta mendistribusikannya secara optimal sehingga hasil budidaya tanaman air dari Indonesia mampu bersaing dengan produk tanaman air sejenis dari luar Indonesia.

ABSTRAK

The main problem in aquatic plants cultivation is the lack of activity that can attract people to doing cultivation of aquatic plants, it because the cultivation of aquatic plants have a fairly high level of difficulty which makes people don't seem interested in the cultivation of aquatic plants. However the many people do not know that the cultivation of aquatic plants can be a profitable business.

From this problems ,the writer would like to introduce the Art of Aquascape for cultivation of aquatic plants . this technique many benefits. such as not require large tracts of land, and all the aquascapers can indirectly participating in cultivation of aquatic plants in a more fun way, if it done correctly, this will certainly have an impact on the increase in foreign exchange due to export and import activities of aquatic plants.

By designing promotional media campaigns and training such as logos, posters, booklets and websites, people are expected to know the aquatic plants and also can cultivate and distribute it optimally so that the cultivation of aquatic plants from Indonesia to compete with similar products of aquatic plants from outside Indonesia .

Keyword : Aquatic plants, Campaign, cultivate, entrepreneurship

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GRAFIK	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik pengumpulan data	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pelatihan	6
2.1.1 Definisi pelatihan sumberdaya	6
2.1.2 Tujuan Pelatihan	6
2.2 Kewirausahaan	7
2.2.1 Definisi kewirausahaan	7
2.2.2 Teori Kewirausahaan	7
2.3 Seni <i>Aquascape</i>	8

2.3.1 Sejarah Aquascape	8
2.3.2 Definisi Aquascape	9
2.3.3 Peralatan dan unsur dalam aquascape	10
2.4 Teori Kampanye	13
2.4.1 Definisi Kampanye	13
2.4.2 Teori kampanye layanan masyarakat	13
2.5 Teori Desain	14
2.5.1 Teori Komunikasi	15
2.5.2 Logo	15
2.5.3 Tipografi	16
2.5.4 Warna	16
2.5.5 Fotografi	17
2.5.6 Layout	18
BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS	19
3.1 Data dan Fakta	19
3.1.1 Perusahaan dan lembaga terkait	19
3.1.2 Data khalayak sasaran	23
3.1.3 Tinjauan terhadap proyek sejenis	24
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan data dan Fakta	30
3.2.1 Hasil diskusi dan wawancara	30
3.2.2 Survey	31
3.3.3 SWOT	36
BAB 4 PEMECAHAN MASALAH	38
4.1 Konsep Komunikasi	38
4.2 Konsep kreatif	39
4.3 Konsep Media	40

4.4 Hasil karya	44
4.5 Perincian rencana anggaran biaya Kampanye Nusantara Aquaculture	67
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran penulis	69
DAFTAR PUSTAKA	70
DAFTAR ISTILAH	71
LAMPIRAN	72
DATA PENULIS	97

DAFTAR GRAFIK

Grafik hasil kuisisioner 3.1	32
Grafik hasil kuisisioner 3.2	32
Grafik hasil kuisisioner 3.3	33
Grafik hasil kuisisioner 3.4	33
Grafik hasil kuisisioner 3.5	33
Grafik hasil kuisisioner 3.6	34
Grafik hasil kuisisioner 3.7	34
Grafik hasil kuisisioner 3.8	35
Grafik hasil kuisisioner 3.9	35
Grafik hasil kuisisioner 3.10	36
Grafik hasil kuisisioner 3.11	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	5
Gambar 2.1 <i>Philip Henry Gosse</i> dan <i>aquascape</i> pertama di dunia	9
Gambar 2.2 <i>Zhang Jian feng</i> tank 1st Rank IAPLC 2012	10
Gambar 2.3 Ilustrasi siklus dalam akuarium	10
Gambar 2.4 Susunan <i>substrat</i>	12
Gambar 3.1 logo forum dan logo <i>indoaquascapers</i>	20
Gambar 3.2 Pola pembiayaan Industri Tanaman air BI	22
Gambar 3.3 Poster <i>IAPLC</i>	24
Gambar 3.4 <i>Website ADA</i>	25
Gambar 3.5 <i>Workshop Takashi Amano</i> dan <i>Sumida Aquarium</i>	25
Gambar 3.6 <i>Infografis IAPLC</i>	26
Gambar 3.7 Kontes <i>aquascape</i> indonesia	27
Gambar 3.8 Logo <i>Tropica Aquarium</i>	29
Gambar 3.9 Kemasan produk <i>tropica</i>	29
Gambar 4.1 Timeline kampanye	40
Gambar 4.2 Logo kampanye	41
Gambar 4.3 <i>anubias petite</i>	42
Gambar 4.4 <i>Perkembangan bentuk logo</i>	42
Gambar 4.5 Logo	48
Gambar 4.6 <i>Website</i>	49
Gambar 4.7 <i>Poster undangan</i>	51
Gambar 4.8 <i>Poster Conditioning 1</i>	52
Gambar 4.9 <i>Poster Conditioning 2</i>	53
Gambar 4.10 <i>Poster Conditioning 3</i>	54

Gambar 4.11 <i>Poster Informing 1</i>	55
Gambar 4.12 <i>Poster Informing 2</i>	56
Gambar 4.13 <i>Poster Informing 3</i>	57
Gambar 4.14 Brosur	58
Gambar 4.15 <i>Flyer</i>	59
Gambar 4.16 <i>Booklet</i>	60
Gambar 4.17 <i>X banner</i>	63
Gambar 4.18 <i>Umbul-umbul</i>	64
Gambar 4.19 <i>T-Shirt Kampanye</i>	64
Gambar 4.20 <i>Pin</i>	65
Gambar 4.21 <i>Cd dan Cover Cd</i>	65
Gambar 4.22 <i>Mug</i>	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Naskah wawancara	72
Lampiran 2 : Naskah kuisisioner	73
Lampiran 3 : Sketsa	75

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perincian Harga Kampanye Nusantara Aquaculture

67