

## **ABSTRAK**

Masyarakat modern memiliki mobilitas yang tinggi dan di tuntut untuk dapat bergerak cepat sehingga banyak masyarakat yang melupakan gaya hidup sehat. Namun seiring dengan berjalannya waktu masyarakat sadar akan pentingnya kesehatan dan menjadikan kesehatan sebagai nomor satu dalam prioritas hidup. Menurut survei yang dilakukan oleh AIA Insurance, masyarakat beranggapan bahwa makan makanan yang sehat merupakan salah satu gaya hidup sehat. *Urban gardening* merupakan salah satu solusi gaya hidup sehat makanan yang segar, sehat dan organik, namun demikian masih banyak masyarakat yang masih berpikir bahwa menanam itu merupakan hal yang sulit dan merepotkan.

Tujuan perancangan kampanye ini adalah mengedukasi masyarakat bahwa menanam merupakan kegiatan yang mudah untuk dilakukan dan dengan harapan bahwa kebiasaan untuk menanam dapat dilakukan secara berkesinambungan. Manfaat dari kampanye ini adalah masyarakat dapat mulai menanam sendiri dirumah dan menikmati hasilnya sendiri yang dapat pula dilakukan sebagai gaya hidup modern yang sehat.

Strategi yang digunakan dalam kampanye ini adalah strategi AISAS karena merupakan strategi yang dekat dengan target kampanye. Pendekatan yang digunakan dalam kampanye ini adalah dengan menjadikan menanam adalah sebuah tren gaya hidup dengan menggunakan media pembagian bibit dan planting kit di café, website, pengadaan workshop, dan pembuatan aplikasi smartphone.

Kata Kunci: AISAS, organik, tanaman, urban garden.



## **ABSTRACT**

*The modern society has a high mobility rate and is demanded to move fast. This causes many to give up healthy lifestyle. Nonetheless, people finally have become aware of the importance of health and made health as their number-one priority in life. According to a survey by AIA Insurance, the society believes that healthy food is one of the characteristics of healthy lifestyle. Urban gardening is a solution for fresh organic food. Unfortunately, many people still think that planting is a hassle.*

*The aim of this campaign is to educate the society that planting is an easy thing to do. It is hoped that the habit of planting will be done continuously. The benefit of this campaign is that people will start growing plants in their gardens and enjoy the result.*

*The strategy used is the AISAS strategy, because it is the closest to the campaign target. The approach used in this campaign is by seeing planting as a trend by means of distributing seeds and planting kit in cafes, websites, conducting workshops and making smartphone apps.*

*Keywords: AISAS, organic, plant, urban garden.*



## DAFTAR ISI

|                                             |       |
|---------------------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL.....                          | i     |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                     | ii    |
| LEMBAR ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....  | iii   |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....           | iv    |
| KATA PENGANTAR .....                        | v     |
| ABSTRAK .....                               | vii   |
| DAFTAR ISI.....                             | ix    |
| DAFTAR TABEL.....                           | xi    |
| DAFTAR GAMBAR .....                         | xii   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                        | xiv   |
| <br>BAB I: PENDAHULUAN .....                | <br>1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....             | 1     |
| 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....     | 3     |
| 1.3 Tujuan Perancangan .....                | 3     |
| 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data..... | 3     |
| 1.5 Skema Perancangan .....                 | 5     |
| <br>BAB II: LANDASAN TEORI.....             | <br>6 |
| 2.1 Kampanye .....                          | 6     |
| 2.1.1 Jenis-jenis Kampanye .....            | 7     |
| 2.1.2 Strategi Kampanye Model AISAS.....    | 7     |
| 2.1.3 Media Kampanye .....                  | 9     |
| 2.2 Komunikasi .....                        | 10    |
| 2.2.1 Proses Komunikasi.....                | 10    |
| 2.2.2 Persuasi .....                        | 12    |
| 2.3 Ciri-ciri Masyarakat Kota .....         | 13    |
| 2.4 <i>Urban Gardening</i> .....            | 14    |
| 2.4.1 Manfaat <i>Urban Gardening</i> .....  | 14    |

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.4.2 Teknik Bertanam .....                                                   | 16 |
| 2.4.3 Jenis-jenis Tanaman.....                                                | 20 |
| <br>BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH.....                                   | 22 |
| 3.1 Data dan Fakta.....                                                       | 22 |
| 3.1.1 Lembaga Terkait .....                                                   | 22 |
| 3.1.2 Data Tentang Gejala/ Fenomena yang Terjadi.....                         | 24 |
| 3.1.3 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....                                   | 33 |
| 3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....           | 37 |
| 3.2.1 STP .....                                                               | 37 |
| 3.2.2 SWOT.....                                                               | 38 |
| <br>BAB IV: PEMECAHAN MASALAH                                                 |    |
| 4.1 Konsep Komunikasi .....                                                   | 40 |
| 4.2 Konsep Kreatif .....                                                      | 40 |
| 4.2.1 Konsep Verbal.....                                                      | 40 |
| 4.2.2 Konsep Visual .....                                                     | 40 |
| 4.3 Konsep Media .....                                                        | 43 |
| 4.3.1 <i>Timeline</i> .....                                                   | 43 |
| 4.3.2 Media .....                                                             | 44 |
| 4.4 Hasil Karya.....                                                          | 45 |
| 4.4.1 Nama Kampanye.....                                                      | 45 |
| 4.4.2 Logo .....                                                              | 46 |
| 4.4.3 Media Sesuai <i>Timeline</i> .....                                      | 47 |
| 4.5 Perhitungan Biaya.....                                                    | 55 |
| 4.5.1 Perhitungan Biaya Pembagian Bibit dan <i>Planting Kit</i> di Cafe ..... | 55 |
| 4.5.2 Perhitungan Biaya Workshop .....                                        | 56 |
| 4.5.3 Perhitungan Biaya Pembuatan Website .....                               | 56 |
| 4.5.4 Perhitungan Biaya Pembuatan Aplikasi <i>Smartphone</i> .....            | 56 |

BAB V: PENUTUP

|                    |    |
|--------------------|----|
| 5.1 Simpulan ..... | 40 |
| 5.2 Saran .....    | 40 |

|                      |    |
|----------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA ..... | xv |
|----------------------|----|

|                |     |
|----------------|-----|
| LAMPIRAN ..... | xvi |
|----------------|-----|

|                    |       |
|--------------------|-------|
| DATA PENULIS ..... | xxiii |
|--------------------|-------|



## DAFTAR TABEL

|           |                                                            |    |
|-----------|------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 | Jenis Tanaman Berdasarkan Periode Menanam.....             | 20 |
| Tabel 2.2 | Jenis Tanaman Berdasarkan Waktu Panen.....                 | 21 |
| Tabel 2.3 | Jenis Usia Tanaman.....                                    | 21 |
| Tabel 4.1 | Biaya Pembagian Bibit dan <i>Planting Kit</i> di Café..... | 55 |
| Tabel 4.2 | Biaya Workshop.....                                        | 56 |
| Tabel 4.3 | Biaya Pembuatan Website.....                               | 56 |
| Tabel 4.4 | Biaya Pembuatan Aplikasi <i>Smartphone</i> .....           | 56 |



## DAFTAR GAMBAR

|             |                                                                                                                |    |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1  | Skema Perancangan.....                                                                                         | 5  |
| Gambar 2.1  | Skema Model Proses AISAS.....                                                                                  | 8  |
| Gambar 2.2  | Skema Model Proses AISAS Non-linear.....                                                                       | 9  |
| Gambar 2.3  | Skema Model Proses Komunikasi.....                                                                             | 11 |
| Gambar 2.4  | Teknik <i>Dig Plot</i> .....                                                                                   | 17 |
| Gambar 2.5  | Teknik <i>No Dig Plot</i> .....                                                                                | 17 |
| Gambar 2.6  | Vertikultur.....                                                                                               | 18 |
| Gambar 2.7  | Tanaman Gantung.....                                                                                           | 19 |
| Gambar 2.8  | Menanam dalam Kontainer.....                                                                                   | 19 |
| Gambar 2.9  | Rambatan Pagar.....                                                                                            | 20 |
| Gambar 3.1  | Logo Hero Group.....                                                                                           | 22 |
| Gambar 3.2  | Diagram Pendapat Mengenai Penting Tidaknya Kesehatan.....                                                      | 27 |
| Gambar 3.3  | Diagram Pengetahuan Mengenai Makan Makanan Organik Merupakan Gaya Hidup Sehat.....                             | 27 |
| Gambar 3.4  | Diagram Tingkat Konsumsi Buah dan Sayuran Organik.....                                                         | 28 |
| Gambar 3.5  | Diagram Alasan Mengapa Tidak Mengonsumsi Buah dan Sayuran Organik.....                                         | 28 |
| Gambar 3.6  | Diagram Pendapat Sulit Tidaknya Berkebun.....                                                                  | 29 |
| Gambar 3.7  | Diagram Pendapat Mengapa Berkebun Itu Sulit.....                                                               | 29 |
| Gambar 3.8  | Diagram Pengetahuan <i>Urban Gardening</i> Sebagai Solusi Mendapatkan Buah dan Sayuran Organik yang Murah..... | 30 |
| Gambar 3.9  | Diagram Pendapat Apakah <i>Urban Gardening</i> Mudah Dilakukan.....                                            | 31 |
| Gambar 3.10 | Diagram Minat Melakukan <i>Urban Gardening</i> .....                                                           | 32 |
| Gambar 3.11 | Diagram Media Penyampaian Lebih Lanjut Tentang <i>Urban Gardening</i> .....                                    | 32 |
| Gambar 3.12 | Diagram Ketertarikan untuk Menanam Buah dan Sayuran Organik Sendiri.....                                       | 33 |
| Gambar 3.13 | Logo FAM Organic.....                                                                                          | 33 |
| Gambar 3.14 | Logo Indonesia Berkebun.....                                                                                   | 35 |

|             |                                                   |    |
|-------------|---------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.15 | Konsep Indonesia Berkebun.....                    | 36 |
| Gambar 4.1  | Warna Kampanye .....                              | 41 |
| Gambar 4.2  | Font Good .....                                   | 42 |
| Gambar 4.3  | Font Ubuntu .....                                 | 42 |
| Gambar 4.4  | Font San Fransisco .....                          | 42 |
| Gambar 4.5  | Desan <i>Packaging</i> Bibit.....                 | 43 |
| Gambar 4.6  | Logo Kampanye .....                               | 46 |
| Gambar 4.7  | Warna Logo .....                                  | 46 |
| Gambar 4.8  | Instagram <i>Teaser</i> .....                     | 47 |
| Gambar 4.9  | Informasi Meja Cafe.....                          | 47 |
| Gambar 4.10 | <i>Packaging</i> Bibit dan <i>Plant Tag</i> ..... | 48 |
| Gambar 4.11 | Instruksi Penanaman.....                          | 49 |
| Gambar 4.12 | Rak <i>Display</i> .....                          | 49 |
| Gambar 4.13 | X-Banner Workshop.....                            | 50 |
| Gambar 4.14 | <i>E-certificate</i> Workshop .....               | 50 |
| Gambar 4.15 | Name Tag Workshop.....                            | 51 |
| Gambar 4.16 | Webstie .....                                     | 51 |
| Gambar 4.17 | <i>Welcome Screen App</i> .....                   | 52 |
| Gambar 4.18 | <i>Login &amp; Question Screen App</i> .....      | 52 |
| Gambar 4.19 | <i>Question Screen App</i> .....                  | 53 |
| Gambar 4.20 | <i>My Plants Screen</i> .....                     | 54 |
| Gambar 4.21 | <i>Locked Plants Screen</i> .....                 | 54 |
| Gambar 4.22 | <i>My Account &amp; More Screen</i> .....         | 55 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|            |                      |
|------------|----------------------|
| LAMPIRAN 1 | Timeline             |
| LAMPIRAN 2 | Sketsa Logo          |
| LAMPIRAN 3 | Pertanyaan kuesioner |

