

## KAMPANYE SOSIAL BUDIDAYA SAYUR MELALUI SISTEM HIDROPONIK DI KOTA PALEMBANG

**Dewi Ego Wati<sup>1</sup>, Aji Windu Viatra<sup>2</sup>, Muksin Patriansah<sup>3</sup>**

*<sup>1), 2), 3)</sup> Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya  
Universitas Indo Global Mandiri  
Jl. Jend. Sudirman No.62 Km.4, 20 ilir, Kota Palembang  
Email: dewierowati921@gmail.com*

Received: 13 September 2023

Revised: 12 November 2023

Accepted: 4 Desember 2023

**Abstrak:** Kegiatan bercocok tanam lebih terkhusus pada sektor pertanian yang dapat menunjang kebutuhan ekonomi masyarakat. Masyarakat telah terbiasa melakukan sistem konvensional dalam pertanian, yaitu dengan mengolah lahan lebih dulu kemudian menunggu hujan turun adalah waktu yang tepat untuk menanam. Tentu saja ini bukanlah kegiatan yang efektif jika di bandingkan antara zaman dulu dan zaman sekarang seperti saat ini. Metode penelitian yang dipakai dalam perancangan ini adalah 5W+2H Pengetahuan masyarakat tentang pemanfaatan membudidaya sayur melalui sistem hidroponik masih minim dan belum ada yang membuat kampanye sosial tentang budidaya sayur melalui sistem hidroponik, maka perlu dibuatnya perancangan kampanye sosial budidaya sayur melalui sistem hidroponik di Kota Palembang dengan membuat media utama video motion graphic cara membudidaya sayur melalui sistem hidroponik yang diharapkan dapat membuat target sasaran untuk memahami bagaimana cara membudidayakan sayur melalui sistem hidroponik dengan cara memanfaatkan lahan seadanya dan mau mempraktekkannya di rumah sehingga mulai dari satu lingkungan kecil Masyarakat dapat melakukan swasembada pangan.

**Kata Kunci:** Hidroponik, Budidaya, Video Motion Graphic.

**Abstract:** Farming activities are more specific to the agricultural sector which can support the economic needs of the community. People have become accustomed to doing the conventional system in agriculture, namely by cultivating the land first and then waiting for the rain to fall is the right time to plant. Of course, this is not an effective activity when compared between the past and today as it is today. The research method used in this design is 5W+2H Public knowledge about the use of vegetable cultivation through hydroponic systems is still minimal and no one has made social campaigns about vegetable cultivation through hydroponic systems, then it is necessary to design a social campaign for vegetable cultivation through a hydroponic system in Palembang City by making the main media motion graphic videos on how to cultivate vegetables through a hydroponic system which is expected to make the target target to understand how to cultivate vegetables through a hydroponic system by utilizing makeshift land and willing to practice it at home so that starting from a small environment the community can be self-sufficient in food.

**Keywords:** hydroponics, cultivation, motion graphic video.

## PENDAHULUAN

Bercocok tanam merupakan salah satu kegiatan yang sejak dulu sering kali dilakukan oleh nenek moyang kita. Kegiatan bercocok tanam lebih terkhusus pada sektor pertanian yang dapat menunjang kebutuhan ekonomi masyarakat. Masyarakat telah terbiasa melakukan sistem konvensional dalam pertanian, yaitu dengan mengolah lahan lebih dulu kemudian menunggu hujan turun adalah waktu yang tepat untuk menanam. Tentu saja ini bukanlah kegiatan yang efektif jika di bandingkan antara zaman dulu dan zaman sekarang seperti saat ini. Di Negara maju, kegiatan bercocok tanam yang di kembangkan mulalui beralih dari yang semula memerlukan lahan yang luas kini menjadi tanpa lahan atau tanpa tanah.

Hidroponik merupakan tempat tumbuhnya tanaman tanpa menggunakan tanah. Tanah yang sejatinya merupakan tempat tumbuhnya tanaman dapat di gantikan dengan media pengganti seperti pasir, arang sekam, *rockwool* (lelehan batu basalt), kapas dan kerikil. Di daerah dengan lahan yang tidak produktif atau margin, hidroponik menawarkan kegiatan pertanian yang dapat di kembangkan dengan baik. Bertanam sayur tanpa tanah ini menjadi sebuah peluang bagi para calon-calon pekebun sayur. Selain sebagai salah satu teknik bertanam, hidroponik mulai menjadi bagian dari gaya hidup. Di jadikan bisnis pun sangat menjanjikan, baik dari skala kecil hingga skala komersial. Pertanian hidroponik mampu memberikan hasil yang produktif dengan mutu yang tinggi serta dapat meningkatkan nilai jual tanaman tersebut. (Herwibowo dan Budiana 2021:20).

Di Negara-negara di mana tanah atau iklim yang terbilang tidak ramah terhadap pertanian, hidroponik menawarkan cara untuk menumbuhkan tanaman dengan mudah. Juga, di daerah di mana tanah telah kehilangan nutrisi atau tanah subur sulit di dapat, hidroponik dapat menjadi sumber alternatif ideal untuk bercocok tanam. (Herwibowo dan Budiana 2021:2). Berbeda dengan menanam menggunakan media tanah. Unsur hara yang di berikan dalam sistem hidroponik ini adalah unsur hara yang sudah siap makan atau sudah siap di serap oleh akar tanaman. Sistem hidroponik ini tidak membutuhkan media tanam tanah yang berfungsi sebagai "pengolah" pupuk namun media tanam yang di pakai bersifat netral atau tidak ada kandungan unsur hara. Media tanam

hidroponik hanya berfungsi sebagai penopang tanaman dan penyimpan air atau nutrisi hidroponik. Contoh media tanam yang paling banyak di pakai pada hidroponik adalah rockwool (batu basalt).

Kelebihan hidroponik adalah tidak tergantung pada musim, bebas dari hama, perawatan yang terbilang mudah dan memiliki unsur dekoratif. Terlebih sejak di temukan instalasi hidroponik yang sederhana, murah dan praktis sehingga dapat di lakukan oleh pemula dalam skala kecil. Seiring dengan kebutuhan pangan yang terus meningkat, budidaya sayur melalui sistem hidroponik juga dapat menjadi salah satu solusi masalah ketahanan 3 pangan. Hidroponik kini bahkan dapat menjadi gaya hidup bercocok tanam di perkotaan yang di kenal dengan urban farming (gaya hidup) (Fazari, Sri Nurilla 2004) salah satu instalasi hidroponik yang mudah dan dapat di coba untuk pemula adalah wick system boks container. Instalasi ini bahkan bisa memanfaatkan bahan-bahan yang ada di rumah, sumbu kain flannel dapat di ganti dengan sumbu kompor (Nugroho, Bayu Widhi 2021:9). Kelebihan instalasi ini, biaya relative murah, mudah merakitnya, tidak tergantung pada listrik karena sama sekali tidak menggunakan listrik, fleksibel karena dapat dtanami berbagai macam jenis sayur (Nugroho, Bayu Widhi 2021).

Hidroponik telah menjadi urban farming (gaya hidup). Gaya hidup masyarakat perkotaan dalam bercocok tanam tanpa tanah yang mudah, praktis dan bersih. Hidroponik menjadi solusi permasalahan masyarakat di perkotaan akan minimnya lahan, juga mengatasi permasalahan global di karenakan efek rumah kaca (Ir. Jimmy Halim 2021). Selain hemat tempat, sayuran hidroponik lebih subur karena asupan nutrisi, oksigen dan air yang di perlukan untuk menanam bisa diatur dalam sistem hidroponik, cepat panen karena dosis nutrisi telah di takar, berbeda dengan media tanah yang masih harus mencari nutrisi, lebih higienis dan lebih aman di konsumsi karena tidak menggunakan tanah dan pestisida.

Susahnya bercocok tanam di lahan sempit dan ketidak tahuan masyarakat tentang pertanian yang membuat mereka enggan untuk bercocok tanam merupakan salah satu permasalahan yang ada di perancangan ini. Permasalahan tersebut dapat di selesaikan dengan perancangan sosial yang

mengajak masyarakat untuk membudidaya sayuran melalui sistem hidroponik. Di harapkan kampanye budidaya sayur melalui sistem hidroponik ini nantinya dapat meningkatkan produksi tanaman pangan di wilayah Kota Palembang. Sehingga dapat meningkatkan produksi tanaman pangan di wilayah Kota Palembang. Sehingga mulai dari satu lingkungan kecil pun masyarakat dapat melakukan swasembada pangan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode Analisis Data yang digunakan disini adalah metode 5W 2H (*What, Who, Where, When, Why, How, How To Much*).

### *a. What To Say*

Kampanye Sosial Cara Membudidaya Sayur Dengan Sistem Hidroponik di Kota Palembang sebagai cara membudidaya sayur dengan sistem Hidroponik ini merupakan kampanye yang ingin mengajak khalayak ramai kelebihan sayur hidroponik, serta dapat memanfaatkan lahan seadanya untuk budidaya sayur dengan sistem Hidroponik Wick system.

### *b. Why To Say*

Alasan mengapa merancang kampanye sosial budidaya sayur melalui sistem Hidroponik di Kota Palembang ini karena Palembang merupakan kota besar dengan demikian lahan untuk pertanian pun semakin sempit maka di perlukan solusi, Selain itu dengan di adakannya perancangan ini, masyarakat bisa mendapat peluang usaha baru.

### *c. Who To Say*

Ditujukan untuk masyarakat yang ada di sekitar kota Palembang dan juga luar kota Palembang

### *d. When To Say*

Hari besar seperti Hari Krida Pertanian Nasional yang jatuh pada setiap tanggal 21 Juni. Setelah melewati tahapan test atau uji coba dan sudah layak digunakan sebagai media interaktif budidaya sayur melalui sistem hidroponik di kota Palembang dalam mengenai manfaat, jenis-jenis instalasi hidroponik pada media video motion graphic, maka strategi dalam perancangan ini berjangka

waktu satu tahun yang dilakukan setiap minggu untuk menarik perhatian masyarakat untuk budidaya sayur melalui sistem hidroponik di kota Palembang.

*e. Where To Say*

Berdasarkan target sasaran, maka perancangan ini secara geografis dilakukan di kota Palembang seperti di mall dan tempat umum lainnya.

*f. How To Say*

Mengkampanyekan budidaya sayur melalui sistem Hidroponik di Kota Palembang dengan merancang desain media utama *video motio graphic* tentang cara membudidaya sayur dengan sistem Hidroponik yang dapat menarik perhatian masyarakat agar tertarik untuk budidaya sayur dengan sistem Hidroponik. Strategi yang di gunakan dalam perancangan ini menggunakan metode AISAS yaitu tinjauan tentang *Awariness/Attention* (target). *Interest* (ketertarikan). *Serch* (mencari informasi). *Action* (Tindakan). Dan *Share* (memberi informasi).

*1. Awariness/Attention*

Media yang di gunakan pada tahap ini adalah media yang dekat dengan target sasaran yang dapat membangkitkan rasa ingin tahu yang tinggi (Ebit, Patriansyah and Mubarat, 2018). Untuk itu perancangan kampanye sosial budidaya sayur melalui system hidroponik di kota Palembang melalui media *video motion graphic* harus menampilkan visual yang mudah di pahami dan menarik. Media yang digunakan pada tahap ini adalah brosur *fleyer* dan stiker.

*2. Interest*

Saat rasa penasaran sudah terbangun, maka timbul rasa ketertarikan dari target sasaran, media yang digunakan pada tahap ini adalah poster, *video motion graphic* melalui sosial media Instagram, media-media ini untuk mengarahkan target sasaran Saat rasa penasaran sudah terbangun, maka timbul rasa ketertarikan dari target sasaran, media yang digunakan pada tahap ini adalah poster, video/konten melalui media sosial instagram (Serunting, Halim and Patriansah, 2023). Media media ini untuk mengarahkan target sasaran untuk menuju pada media *Search* dan media utama.

### 3. Search

Setelah rasa ketertarikan timbul, maka target sasaran mencari segala sesuatu tentang isu perancangan kampanye sosial budidaya sayur melalui system hidroponik di kota Palembang melalui media *video motion graphic*. Pada tahap ini media yang digunakan adalah brosur dan media sosial Instagram sebagai media informasi yang membahas tentang informasi seputar manfaat budidaya sayur melalui system hidroponik.

### 4. Action

Tahap ini adalah kelanjutan dari informasi yang diberikan kepada target sasaran, sebagai upaya untuk kegiatan jangka panjang dari perancangan kampanye sosial budidaya sayur melalui system hidroponik di kota Palembang, maka media yang digunakan adalah tumbler, *t-shirt*, katalog dan media sosial Instagram. Target sasaran mulai berinteraksi melalui informasi yang didengar dan di ketahui tentang budidaya sayur melalui sistem hidroponik di kota Palembang.

### 5. Share

Pada tahap ini media yang digunakan merupakan media sosial, karena target sasaran bisa terus berinteraksi dan mendapatkan informasi dari masyarakat yang telah melihat informasi di media sosial (Fatimatuzzahrah, Patriansyah and Aryanto, 2016). Dengan merancang media kampanye budidaya sayur melalui system hidroponik di kota Palembang yang mudah dipahami, efektif dan sederhana sesuai tema agar mudah dimengerti dan dipahami oleh masyarakat.

## HASIL DAN DISKUSI

Dalam perancangan ini penulis meninjau beberapa karya yang sudah dibuat sebelumnya.

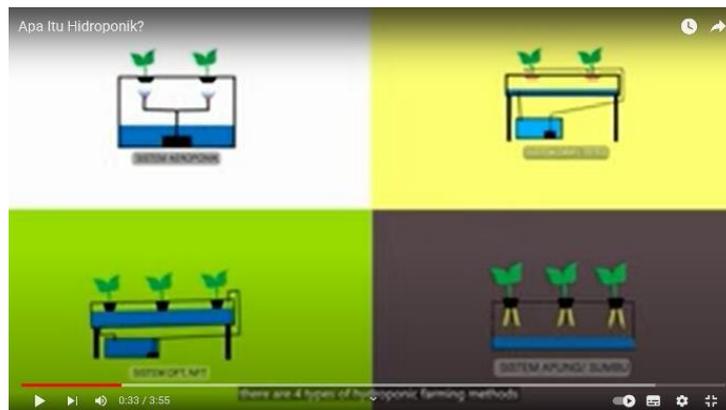
### 1. Tinjauan Ide Perancangan

#### a. Poster



**Gambar 1** Poster Hidroponik  
Sumber: <https://lando-chiller.com>

#### b. Video Motion Graphic



**Gambar 2** Video Motion Graphic  
Sumber: <https://www.youtube.com/>

## 2. Gagasan Kreatif

Adapun konsep kreatif pada perancangan media kampanye sosial ini, media yang akan di buat sebagai sebuah informasi yang akan di sertai dengan ilustrasi dan Informasi yang terdapat pada media akan di hadirkan dengan menarik agar mudah di mengerti, namun tidak mengesampingkan tingkat keakuratannya. Adapun yang di maksud dengan keakuratan informasi adalah dapat menampilkan fakta dan informasi yang memiliki kredibilitas.

### a. Warna

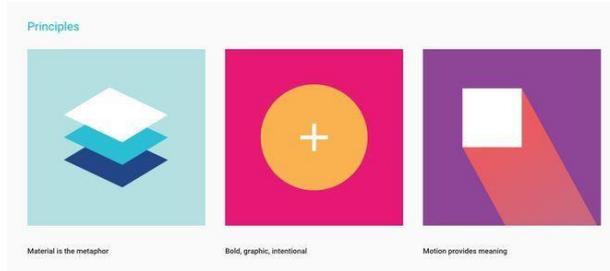
Adapun warna yang di gunakan dalam setiap media perancangan ini, yaitu di dominasi oleh Warna hijau dan biru ini merupakan warna hijau dari warna sayur itu sendiri. Sedangkan warna biru di artikan sebagai warna menenangkan, non-konfrontasional, meredakan stress, dan membawa makan positif (Adi Kusrianto, 2009:46). Warna biru adalah salah satu dari tiga warna primer addiktif selain merah dan hijau. Biru juga adalah jenis warna antara sian dan nila. Warna biru merupakan salah satu warna yang sering di jumpai. Biru adalah warna langit dan sering pula di gunakan untuk menggunakan warna laut atau air. Warna biru merupakan simbol ketenangan refleksi serta kesunyian. (Machung. 2022). Sedangkan Warna hijau diasosiasikan dengan tumbuhan, natural, lingkungan. Warna Hijau memberikan respon Kesuburan, Kesegaran, Alami, Sehat, Pembaharuan, dan pertumbuhan (Adi Kusrianto, 2009:46). 81 3).

### b. Tipografi

Pemilihan tipografi yang di pilih ialah jenis *Sans serif* yaitu tipe huruf yang jelas, sederhana, dan mudah di baca. *Font* ini boleh digunakan untuk keperluan personal ataupun komersil.

### c. Gaya Tampilan Desain

Gaya tampilan desain yang akan di gunakan pada perancangan ini adalah *material desain*. *Material desain* adalah *Material Design* dari segi *layout*, tipografi, dan gambar yang ditampilkan menyerupai majalah. Setiap huruf harus ditata dan dipilih dengan jelas mana yang judul, sub judul, *quotes*, dan huruf untuk isi dari artikelnya. Warna yang dipilih untuk *material design* pun adalah warna-warna yang cerah dan kontras.



**Gambar 3** *Material Desain*  
Sumber: <https://sis.binus.ac.id/>

### 3. Visualisasi Desain

#### a. Logo



**Gambar 4** *Final Desain Logo*  
Sumber: (Dewi Ero Wati. 2023)

Ide Visual dalam pembuatan logo perancangan ini adalah Air dan sayur yang bertujuan untuk dapat menjadi identitas dari perancangan ini. Tahap awal Pembuatan logo ini yakni dengan berupa pembuatan sketsa, kemudian logo yang dipilih kemudian dikembangkan hingga sampai tahap *final desain*.

#### b. Pemilihan Media

Media Isu (*Pre Media*) digunakan untuk menyoroti masalah atau isu yang ingin disampaikan. Media isu dapat berupa gambar atau teks yang menonjolkan isu tersebut sehingga bisa menarik perhatian dan memberikan fokus pada isu yang ingin disampaikan padatarget audiens.

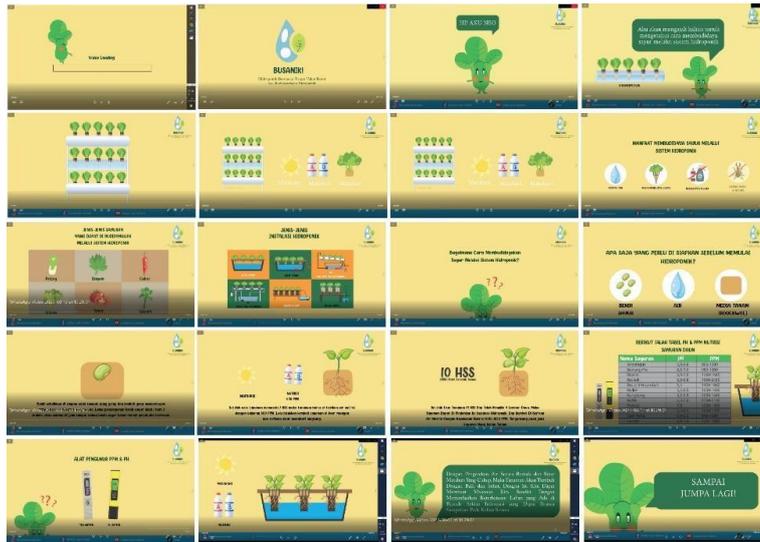


**Gambar 5** Poster  
**Sumber:** (Dewi Ero Wati. 2023)



**Gambar 6** X-Banner  
**Sumber:** (Dewi Ero Wati. 2023)

Media utama yang digunakan adalah video motion graphic yang bertujuan untuk memperkenalkan cara untuk membudidaya sayur melalui system hidroponik dan mengenal macam-macam jenis instalasi hidroponik.



**Gambar 7** video Motion Graphic  
**Sumber:** (Dewi Ero Wati. 2023)

Media Pendukung (*Followup Media*) yang digunakan untuk memberikan informasi tambahan atau mendukung pesan yang disampaikan melalui media utama. Media pendukung bisa berupa gambar teks, atau elemen visual lainnya yang membantu untuk memperjelas atau memperkuat pesan yang disampaikan melalui media utama.



**Gambar 8** T-shirt  
**Sumber:** (Dewi Ero Wati. 2023)



**Gambar 9** *Tumbler*  
**Sumber:** (Dewi Ero Wati. 2023)



**Gambar 10** *Tote bag*  
**Sumber:** (Dewi Ero Wati. 2023)



**Gambar 11** Topi  
**Sumber:** (Dewi Ero Wati. 2023)



**Gambar 12** Gantungan Kunci  
**Sumber:** (Dewi Ero Wati. 2023)



**Gambar 13** Stiker  
**Sumber:** (Dewi Ero Wati. 2023)



Gambar 14 Fleyer  
Sumber: (Dewi Ero Wati. 2023)

## KESIMPULAN

Strategi untuk mendapatkan konsep pada perancangan kampanye ini adalah dengan menggunakan metode 5W+2H. Segmentasi pasar sangat menentukan gaya desain yang akan dibuat serta media apa saja yang tepat digunakan. Perancangan kampanye ini ditujukan kepada masyarakat Kota Palembang yang berjenis kelamin perempuan berumur 16-35 tahun dan memiliki hobi dengan tanaman dan membudidaya tanaman. Pada perancangan ini media-media informasi yang menarik sangat dibutuhkan untuk mengkampanyekan mengajak masyarakat membudidaya sayuran melalui sistem hidroponik di Kota Palembang. Gaya tampilan desain yang akan di gunakan pada perancangan ini adalah material desain.

Material desain adalah Material Design dari segi layout, tipografi, dan gambar yang ditampilkan menyerupai majalah. Setiap huruf harus ditata dan dipilih dengan jelas mana yang judul, sub judul, quotes, dan huruf untuk isi dari artikelnya. Warna yang dipilih untuk material design pun adalah warna-warna yang cerah dan kontras. Melalui perancangan ini diharapkan masyarakat bisa memanfaatkan lingkungan di rumah mereka untuk bercocok tanam menggunakan sistem hidroponik, sehingga keterbatasan lahan untuk bercocok tanam tidak menjadi alasan dan masalah bagi warga perkotaan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Catton. Bob. (1990) *The New Guide to Graphic Design*, Oxford. Penerbit Phaidon.
- Herwibowo & Budiana. (2021):2) *Hidroponik Bertanam Sayur Tanpa Tanah*. Penerbit Penebar Swadaya Informasi Dunia Pertanian. Jakarta
- Ir. Jimmy Halim, (2021) *6 Teknik Hidroponik Pilihan Teknik Bercocok Tanam Tanpa Tanah Di Perkotaan*. Penerbit Penebar Swadaya Informasi Dunia Pertanian. Jakarta
- Kusrianto, Adi (2007) *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, penerbit Andi. Yogyakarta.
- Nugroho, Bayu Widhi, (2021). *12 Hidroponik Starter*. Penerbit Penebar Swadaya Informasi Dunia Pertanian. Jakarta.
- Ebit, G., Patriansyah, M. and Mubarat, H. (2018) 'Perancangan Permainan Puzzle Ragam Rumah Adat Sumatera Barat', *Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 3(1), pp. 24–32.
- Fatimatuzzahrah, F., Patriansyah, M. and Aryanto, A. (2016) 'Perancangan Buku Pop-Up Alat Transportasi Tradisional Palembang', *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 1(1), pp. 7–15. doi: 10.36982/jsdb.v1i1.40.
- Serunting, Y. R. ., Halim, B. and Patriansah, M. (2023) 'PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL SATWA LIAR YANG TERANCAM', *Besaung*, 8(1), pp. 29–34.
- Sausure, Ferdinand de, (1993) *Pengantar Linguistik Umum*, Penerbit Gajah Mada University Press. Yogyakarta
- Supriyono, Rakhmat, (2010) *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*, Penerbit Nadi. Yogyakarta
- Sudjiman, Panuti. (1993) *Serba-serbi Semiotika*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sumber Lain :**
- Aris Kurniawan (2023) *Hidroponik*. <https://www.gurupendidikan.co.id/> Teori Estetika. <https://www.gurupendidikan.co.id/> (2023)
- Akhazaen. (2021) . *Kelompok PKK Pucung Kidul Koya Cilacap Untuk Produksi Sayuran Bebas Pestisida Dengan Hidroponik Di Green House*. <http://4.bp.blogspot.com/>

- Azhar Tohir (2020) Salah Satu Perusahaan Hidroponik di Indonesia.  
<https://www.kamilandes.com//> dr. Verury Verona Handayani. (2020).  
Sayur Hidroponik lebih sehat <https://www.halodoc.com/>
- Farme. (2022) Sistem Hidroponik Dutch Bucket. [https://farmee.id/dutch bucket hidroponik/](https://farmee.id/dutch-bucket-hidroponik/).
- Herbibowo & Budiana. (2021) Hidroponik Bertanam Sayur Tanpa Tanah.  
<https://books.google.co.id/>