

PERANCANGAN BUKU EDUKASI *TERRARIUM MINI GREENHOUSE* DI KABUPATEN BADUNG

Shan Immanuel Wijaya¹, Gede Pasek Putra Adnyana Yasa², I Gede Jaya Putra³

^{1,2,3} Desain Komunikasi Visual, Institut Desain Dan Bisnis Bali

e-mail: Immanuel.shan@gmail.com¹, pasekputra@std-bali.ac.id², dekdeceper@gmail.com³

INFORMASI ARTIKEL

Received : Maret, 2022
Accepted : April, 2022
Publish online : Mei, 2022

ABSTRACT

With the corona virus pandemic on the Bali Island, people do a lot of positive new hobbies, one of them is by maintaining ornamental plants. Simulating the real nature ecosystems such as forest, tropical rain forest, deserts, and garden, and then making it as miniature that can be placed at home or office space is interesting. Terrarium is a technique of growing plants in a glass container that creates aesthetic value and beautiful work of visual art. The making of this educational book aims to provide basic terrarium knowledge, i.e. how to plant and taking care of it. This research was conducted using methods of observation, questionnaires, interviews, data searching on books and the internet. The theories used in the design such as layout theory, color, illustration, typography, copy writing, packaging and print. The media selected from the design are educational book media, book packaging, terrarium mockups, website, Instagram social media, roll banner, infographic, serial posters, planting tools packaging, glass container packaging and discount coupons. From this planning, it can be concluded that the educational book "Terrarium Mini Greenhouse" with the concept of "Artificial of Nature" will elaborate on how to achieve solution to problem in Balinese society, especially urbanites in Badung Regency. In the process of making a terrarium, the community gets benefits such as providing aesthetic value to the room so that it becomes attractive. Besides, it provides benefits for health, increasing creativity, productivity and patience. As the result, it can be a business opportunity for the community during this pandemic, where many people are housed.

Keywords : Educational, Terrarium, Artificial, Design

ABSTRAK

Adanya pandemi virus *corona* di Pulau Bali, masyarakat melakukan banyak hobi baru yang positif salah satunya dengan memelihara tanaman hias. Mensimulasi alam nyata seperti ekosistem hutan, ekosistem hutan hujan tropis, ekosistem gurun atau padang pasir, ekosistem taman dan menjadikannya miniatur yang bisa diletakkan didalam ruang rumah atau kantor merupakan suatu hal yang menarik. Terarium adalah teknik menanam tanaman di dalam wadah kaca yang menciptakan nilai estetika dan karya seni visual yang indah. Perancangan

buku edukasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dasar terarium, cara menanam dan merawat. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode observasi, kuesioner, wawancara, pencarian data pada buku dan internet. Teori yang digunakan dalam perancangan diantaranya teori layout, warna, ilustrasi, tipografi, teks, kemasan, dan cetak. Adapun media yang terpilih dari perancangan yaitu media buku edukasi, kemasan buku, contoh model terarium, situs web, media sosial *Instagram*, spanduk gulung, infografis, poster berseri, kemasan alat bertanam, kemasan wadah kaca dan kupon diskon. Dari perancangan ini dapat disimpulkan bahwa buku edukasi "*Terrarium Mini Greenhouse*" dengan konsep "*Artificial of Nature*" akan menunjukkan bagaimana mencapai solusi dari permasalahan pada masyarakat Bali khususnya kaum urban di Kabupaten Badung. Dalam membuat terarium masyarakat juga mendapatkan manfaat yaitu dapat memberikan nilai estetik pada ruangan sehingga menjadi menarik, selain itu dapat memberikan manfaat positif bagi kesehatan, meningkatkan kreativitas, sebagai peluang bisnis masyarakat dimasa pandemi ini yang dimana masyarakat banyak yang dirumahkan serta meningkatkan produktivitas dan kesabaran.

Kata Kunci: Bondres, Animasi 2D, Remaja

PENDAHULUAN

Pada saat ini seluruh dunia maupun masyarakat Indonesia mengalami dampak dari pandemi virus *corona*, sehingga masyarakat diharuskan untuk berada dirumah maka dari itu masyarakat banyak melakukan kegiatan atau hobi-hobi baru seperti bersepeda, memelihara ikan, memelihara tanaman hias dan kegiatan lainnya. Masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Pulau Bali juga memiliki kegemaran yang sama dengan masyarakat di Pulau lainnya. Kegemaran tersebut dapat dilihat dengan peningkatan penjualan yang terjadi hingga 80% untuk tanaman hias pada saat keadaan seperti ini di wilayah Denpasar (bali.tribunnews.com. *Dikala Pandemi Covid-19, Penjualan Tanaman Hias Meningkat 80 Persen di Denpasar*, 6 Juli 2020, 11:00 WITA).

Memelihara tanaman hias juga bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan oksigen bagi kehidupan manusia dan juga mampu mempercantik hunian. Selain manfaat yang didapat, beragam jenis tanaman hias juga menjadi faktor banyaknya orang yang tertarik untuk memelihara tanaman hias. Namun, nyatanya dalam memelihara dan memilih tanaman hias kini masih banyak masyarakat yang kurang memahami nilai seni dari tanaman hias. Semakin meningkatnya kuantitas tanaman hias yang beredar di Indonesia mengakibatkan semakin banyaknya juga jenis-jenis tanaman hias yang baru dan belum diketahui oleh masyarakat Indonesia khususnya di Bali. Tentunya itu dapat memberikan nilai seni yang lebih banyak lagi seperti dalam dekorasi rumah maupun lainnya.

Akan tetapi, tidak sedikit masyarakat yang berpartisipasi dalam penghijauan, hanya saja dalam metode menanam tanaman hias tidak hanya dengan menggunakan pot atau lahan yang luas untuk menciptakan sebuah karya seni dan dekorasi yang menarik di perkotaan khususnya para kaum *urban*. Beberapa tempat tinggal seperti kost dan apartemen maupun kantor atau 2 tempat usaha nyaris tidak memiliki kesempatan untuk menanam sehingga ada banyak juga yang menyerah untuk mencoba bercocok tanam, padahal ada banyak manfaat yang didapat dari hobi tersebut.

Santoso (2010) menilai tanaman hias memiliki berbagai jenis yang bisa digunakan. Akan tetapi jenis-jenis tanaman pun juga ada ukurannya dari yang besar maupun kecil. Pada dasarnya tanaman hias adalah segala jenis tanaman memiliki nilai hias (bunga, batang, tajuk, cabang, daun, akar, aroma, dan sebagainya) yang memiliki kesan indah (artistik) atau kesan seni. Maka dari itu tanaman hias dapat dipilih sesuai jenis dan ukuran yang digunakan untuk menyesuaikan tempat yang dimiliki untuk tetap dapat berpartisipasi dalam penghijauan serta memiliki nilai seni.

Terrarium dapat menjadi solusi dalam menanam tanaman hias yang memiliki nilai karya seni yang unik dan mudah perawatannya untuk pemula dan kaum *urban* serta dapat menjadi salah satu solusi dalam menanam tanaman hias yang memiliki nilai seni. *Terrarium* merupakan model atau cara menanam tanaman hias didalam wadah yang tembus pandang dan ditata sehingga tampak seperti taman. Artinya, terarium ini hanya membutuhkan sebuah wadah tembus pandang seperti kaca sebagai media tanam tanpa mengurangi sedikitpun manfaat dari tanaman hias pada umumnya. *Terrarium* juga memiliki nilai artistik tersendiri dalam wadah kaca, karena miniatur hutan lindung, ekosistem gurun, hutan hujan, tropis dan lainnya hanya mungkin dibuat di dalam *terrarium*. Pembuatan dan perawatan terarium sangat mudah dan praktis sehingga tidak hanya orang dewasa saja, tapi anak-anak dan remaja pun dapat melakukannya. Namun banyak masyarakat yang belum mengerti dan bahkan tidak mengetahui bagaimana cara pembuatan dari *terrarium* tersebut, sehingga mereka tidak sadar dengan adanya metode bercocok tanam yang memiliki nilai seni yang tinggi dan bisa mereka lakukan tanpa harus memiliki lahan yang besar di perkotaan dan dapat menjadi dekorasi. Maka dari itu diperlukannya media buku mengenai *terrarium* untuk dapat menjadi panduan bagi kaum *urban* dengan visualisasi yang menarik dan dengan mengutamakan isi buku yang menjelaskan cara menanam *terrarium*, jenis-jenis tanaman dan cara merawat *terrarium* agar memudahkan kaum *urban* membuat *terrarium*.

Saat ini wilayah Kabupaten Badung menjadi wilayah yang dipilih dalam penelitian tentang *terrarium* karena pada wilayah Kabupaten Denpasar mengalami peningkatan penjualan tanaman hias yang tinggi dan peminatnya tersebar diseluruh Pulau Bali termasuk Kabupaten Badung sehingga wilayah Kabupaten Badung dapat juga diperkenalkan mengenai metode bertanam yang mudah dan memiliki nilai seni yaitu *terrarium*. Kabupaten Badung juga memiliki kawasan yang menjadi tempat wisata dan banyak juga kantor-kantor yang berada di Kabupaen Badung, maka dari itu wilayah ini menjadi target dalam penelitian agar dapat memperkenalkan kesenian melalui *terrarium* kepada kaum *urban* yang berada di wilayah Kabupaten Badung. Dalam pembuatan *terrarium* juga perlu diperhatikan jenis tanaman yang digunakan serta media apa saja yang perlu disiapkan untuk tanaman tersebut tetap hidup. Selain itu, juga perlu diperhatikan bahwa *terrarium* dapat terlihat menjadi karya seni yang berharga karena *terrarium* merupakan sebuah alam buatan yang di rangkai sedemikian rupa sehingga menyerupai alam yang sebenarnya dan juga dapat menjadi dekorasi pada suatu tempat atau ruangan.

Karena itu diperlukan media yang dapat menjadi panduan bagi pemula yang memuat langkah-langkah dan cara yang benar seputar *terrarium*, yakni perancangan media buku komunikasi visual sebagai media yang dapat memberikan informasi edukasi yang lengkap mengenai *terrarium* dengan menampilkan visual yang menarik serta media-media komunikasi lainnya. Media tersebut akan dibuat menggunakan visual yang mengesankan alam buatan dan pada *headline* setiap media akan dituliskan *terrarium mini greenhouse* dikarenakan *terrarium* merupakan alam buatan dan *mini greenhouse* merupakan tempat atau wadah yang dipenuhi tanaman yang berukuran kecil. Khususnya media buku yang akan dirancang dapat menjawab setiap kebingungan yang ada tentang jenis tanaman, cara pembuatannya maupun bagaimana cara merawatnya. Sehingga seiring semakin bertambahnya peminatnya, *terrarium* dapat menjadi tanaman yang memiliki nilai kesenian

yang berharga bahkan dapat menjadi peluang bisnis.

METODE PENELITIAN

Perancangan Buku Edukasi *Terrarium Mini Greenhouse* di Kabupaten Badung menggunakan beberapa metode penelitian, yaitu :

a. Observasi

Observasi adalah suatu proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis, logis, objektif, dan rasional mengenai berbagai fenomena, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam melakukan observasi penulis juga menggunakan *handphone* sebagai alat dokumentasinya untuk menjadi bukti dalam penelitian ke *Republic of Plant* dan *Carolina's Garden* yang bertempat di wilayah Kabupaten Badung selain itu untuk menambah data obversi penulis juga mengunjungi toko tanaman *Gallery Plant 23* yang berada di wilayah Kabupaten Denpasar.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek yang diteliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti. Kuesioner ada dua macam yaitu kuesioner berstruktur atau bentuk tertutup dan kuesioner tidak terstruktur atau terbuka. Kuesioner tertutup berisikan pertanyaan yang disertai dengan pilihan jawaban. Kuesioner terbuka berisikan pertanyaan yang tidak disertai dengan pilihan jawaban. Kuesioner terbuka berisi pertanyaan yang tidak disertai dengan jawaban. Dalam hal ini penulis melakukan kuisisioner yang diisi secara online oleh responden. Pada kuisisioner ini mengajukan beberapa pertanyaan kepada masyarakat khususnya kaum *urban* seperti seberapa minat masyarakat terhadap *terrarium*.

c. Wawancara

Wawancara adalah sebagai sesuatu proses tanya-jawab lisan, dalam mana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik, yang satu dapat melihat muka yang lain dan mendengarkan dengan telinga sendiri suaranya, tampaknya merupakan alat

pengumpulan informasi yang langsung tentang beberapa jenis data sosial, baik yang terpendam (*latent*) maupun yang memanifestasi. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan pemilik langsung dari *Republic of Plant* yaitu Ibu Ariani Siswanto sebagai pemilik melalui media telepon dan juga melakukan wawancara dengan pemilik *Gallery Plant 23* yaitu Ibu Komang Laroni Juniati. Pada wawancara penulis mencari informasi mengenai tanaman serta seberapa minatnya konsumen terhadap tanaman hias.

d. Kepustakaan

Menurut Koentjaraningrat teknik kepustakaan merupakan cara pengumpulan data bermacam-macam material yang terdapat di ruang kepustakaan, seperti koran, buku-buku, majalah, naskah, dokumen dan sebagainya yang relevan dengan penelitian. Dalam hal ini ada literatur yang dijadikan pedoman dalam melakukan perancangan buku *Terrarium Mini Greenhouse*, yaitu Buku *'Terrarium Craft'* ditulis oleh Amy Bryant Aiello & Kate Bryant diterbitkan oleh Timber Press, Inc pada tahun 2011.

e. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dalam metode ini penulis mengumpulkan berupa gambar keadaan, kejadian dan tempat pada saat melakukan observasi kepada *Republic of Plant*, *Carolina's Garden* dan *Gallery Plant 23*. Metode ini digunakan untuk menambah bukti yang nyata yang bisa dilihat dan dapat dipertanggung jawabkan baik itu berupa gambar yang sudah penulis lakukan.

f. Kajian Internet

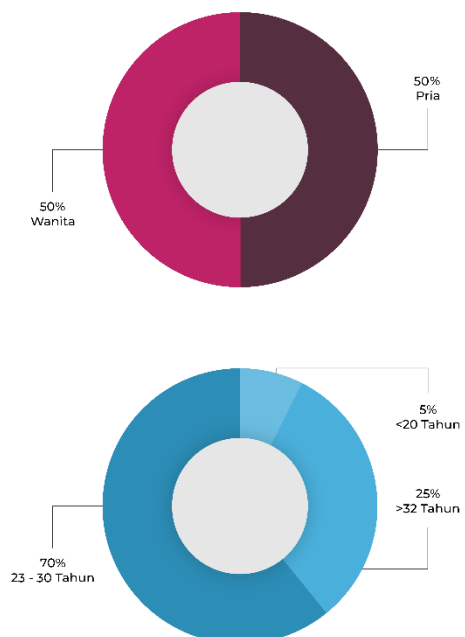
Pencarian data secara online melalui internet. Teknologi informasi saat ini memungkinkan untuk melakukan pencarian data dan informasi menggunakan internet yaitu media yang sangat mudah dan cepat. Dengan adanya internet dapat memudahkan untuk mencari data-data yang sesuai dengan objek kasus. Adapun alamat dari jaringan

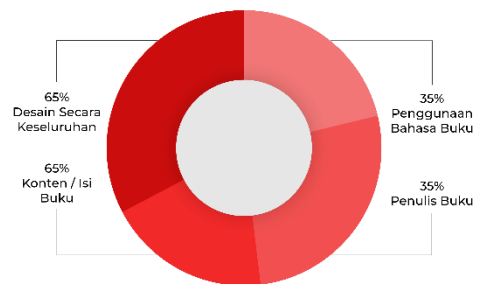
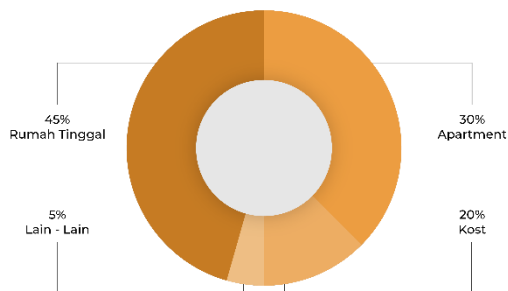
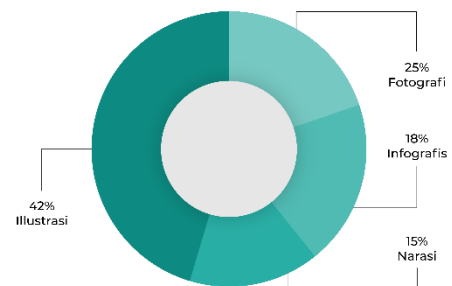
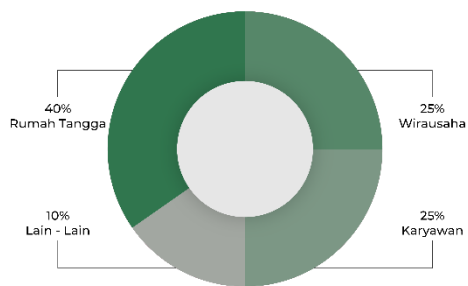
situs atau website yang berhubungan dengan terrarium,

HASIL DAN PEMBAHASAN

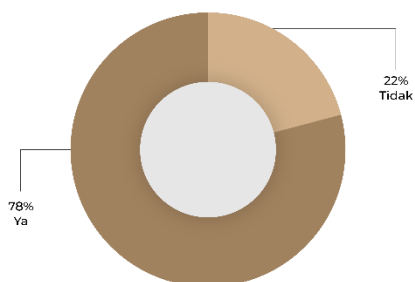
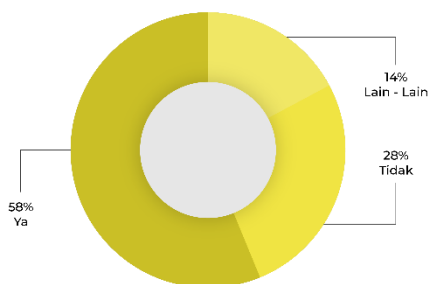
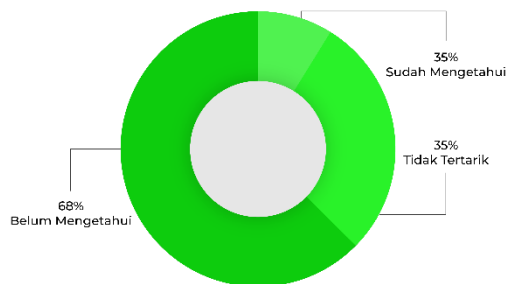
Hasil

Dalam survey yang penulis lakukan melalui observasi sekaligus wawancara dengan beberapa tempat usaha tanaman, untuk mengetahui bagaimana merawat *terrarium*, jenis-jenis tanaman, dan peminat dari *terrarium* saat ini, dan kuisioner online yang bertujuan untuk mengetahui seberapa tahu dan minat kaum *urban* terhadap *terrarium*. Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan beberapa narasumber penjual tanaman, beliau mengatakan *terrarium* itu karya seni dan banyak peminatnya. Kemudian *terrarium* juga perlu teknik kesenian dalam merangkainya dan juga harus ditentukan terlebih dahulu konsep yang seperti bagaimana yang ingin dibuat dan juga harus mengerti jenis-jenis tanaman yang akan dipakai. Dari hasil data wawancara tersebut akan didukung dengan hasil kuisioner yang dilakukan dan mendapatkan responden dari kaum *urban*.





Gambar 1. Hasil Kuesioner Online
[sumber : dokumentasi penulis]



PEMBAHASAN

Target Segmentasi Pasar

Terkait dengan perancangan ini yang bertujuan untuk menarik minat kaum *urban* terhadap *terrarium*, maka harus ditentukan target segmentasi pasar terlebih dahulu yang meliputi demografis, geografis, psikografis, dan *behaviour*.

a. Demografis

Demografi adalah ilmu tentang populasi manusia dalam hal ukuran, kepadatan, lokasi, umum, jenis kelamin, ras, mata pencaharian, dan statistik lainnya. Dalam hal ini penulis di Kabupaten Badung menargetkan orang dewasa yang berusia 23-30 tahun sebagai target utama, akan tetapi anak-anak dan remaja yang berusia 14-19 tahun pun dapat melakukannya sebagai target sekunder, sebab pembuatan dan perawatan terarium sangat mudah dan praktis sehingga tidak membatasi usia. Untuk target pasar yang utama memiliki yang memiliki pendapatan dan memiliki kelas sosial yang menengah. Namun untuk kalangan anak-anak tetap perlu didampingi oleh orang tua mereka dalam pembuatannya.

b. Geografis

Geografis menggunakan lokasi sebagai variabel definisinya karena kebutuhan konsumen terkadang bervariasi berdasarkan

dimana mereka tinggal. Dalam hal ini penulis menargetkan Kabupaten Badung yang terdapat lokasi – lokasi strategis seperti *mall*, *café*, *sunday market* dan juga taman kota akan berdampak besar untuk memasarkan buku edukasi ini.

c. Psikografis

Psikografis, adalah segmentasi pasar yang berkaitan dengan kesukaan, kebiasaan dan gaya hidup dari target sasaran. Dalam hal ini penulis menargetkan pada kaum urban yang khususnya di Kabupaten Badung yang nyaris tidak memiliki kesempatan untuk bercocok tanam. Berdasarkan hal tersebut, penulis ingin merancang buku edukasi tentang terrarium sebagai solusi yang dialami para masyarakat masa kini selain itu juga menjadikan tanaman

yang mempunyai nilai kesenian yang berharga dan bahkan dapat menjadi peluang bisnis.

d. Behaviour

Behaviour adalah membagi orang berdasarkan kategori produk dan penggunaan *brand*. Dalam hal ini penulis menargetkan para pekerja, ibu rumah tangga, yang peduli terhadap pelestarian lingkungan dan mengagumi kreativitas kesenian di Kabupaten Badung.

Strategi Kreatif

Adapun strategi kreatif yang diimplementasikan pada buku dan media promosi Terrarium Mini Greenhouse antara lain :

- a. Pesan : Bentuk pesan yang akan digunakan pada perancangan desain media promosi dan media utama dari Buku Edukasi “Terrarium Mini Greenhouse” adalah menggunakan gaya bahasa yang bersifat persuasif dan menginformasikan (edukasi) bahwa terrarium merupakan sebuah karya seni yang hidup dan unik dan dengan kita ikut membuat terrarium maka kita ikut juga dalam melaksanakan go green. Dari penerapan gaya bahasa tersebut maka akan terciptanya suatu pesan yang seolah- olah memberikan kenyamanan dan kedekatan terhadap calon konsumen yang mengedukatif tentang terrarium.
- b. Strategi Visual : Strategi visual yang akan digunakan penulis yaitu, dengan menampilkan ilustrasi foto produk dari Terrarium Mini Greenhouse yang berupa

terrarium, cara pembuatan terrarium dan jenis-jenis tanaman untuk terrarium untuk memudahkan pembaca memahami setiap elemen produk. Kemudian akan dikombinasikan dengan ilustrasi daun maupun unsur yang berhubungan dengan tanaman yang seakan-akan terlihat lebih alami dan menarik. Untuk mengimbangi ilustrasi foto produk dan membuatnya terlihat menonjol maka penulis akan menggunakan background berwarna cerah yang dapat membuat warna tanaman tersebut menjadi lebih terlihat disertai penggunaan hand drawing yang berbentuk sebuah terrarium tentunya mencerminkan konsep terpilih dan gaya visual serta mengacu pada teori serta prinsip desain dalam setiap media promosinya.

- c. Gaya Visual : Gaya visual merupakan style desain yang akan dipergunakan dalam merancang desain buku dan media promosi dari Terrarium Mini Greenhouse. Dalam hal ini penulis akan menggunakan gaya ilustrasi gabungan antara hand drawing dan digital yang bernuansa natural and simple dengan warna alami dan menyenangkan mengingat target pasar Terrarium Mini Greenhouse ini dominan orang dewasa yang menyukai sesuatu yang menarik perhatian dan elegant.
- d. Positioning : Letak perbedaan dari buku edukasi yang penulis rancang dengan buku edukasi pada umumnya yaitu dari segi ilustrasi penulis ingin lebih mengedepankan ilustrasi yang terlihat lebih santai dan berkesan friendly serta lebih informatif agar para pembaca mendapatkan informasi yang disampaikan melalui buku edukasi ini. Penulis juga membuat sebuah ilustrasi yang mencerminkan seperti terrarium untuk menjadi daya tarik yang berbeda dari buku edukasi terrarium pada umumnya. Dari cara penyampaian isi pesan juga akan dibuat lebih persuasif dan menginformasi (edukasi) dengan pembaca, dikarenakan buku ini dibuat

untuk orang dewasa yang ingin belajar dan lebih lengkap serta mudah dimengerti. Jika di buku edukasi umum informasi hanya disisipkan sekilas dan terkadang penjelasannya kurang spesifik. Disini buku yang penulis rancang lebih bersifat memberikan edukasi yang lengkap mengenai terrarium mini greenhouse sebagai karya seni dan informatif tahapan-tahapan yang dikemas dengan lengkap. Edukasi ini nantinya akan lebih mudah dimengerti dan menarik oleh orang dewasa jika dibandingkan dengan buku edukasi lainnya.

e.

Konsep desain

Dalam menentukan konsep, penulis menggunakan brainstorming agar dapat membantu memetakan pikiran sehingga menemukan keyword yang membentuk konsep baru. Melalui brainstorming mendapatkan beberapa keyword yaitu tropical, forest, pasir, wadah kaca dan tanaman. Dari keyword tersebut dapat disederhanakan menjadi sebuah konsep baru untuk visualisasi desain promosi produk Terrarium Mini Greenhouse yaitu "Artificial of Nature".

Dengan konsep tersebut, elemen-elemen desain yang dihadirkan akan menekankan pada segi visual yang mengandung unsur elemen alam dan juga pada segi bahan material yang digunakan akan mendukung pada perancangan desain "Terrarium Mini Greenhouse". Pemilihan konsep artificial of nature ini akan dijadikan konsep visualisasi desain dalam merancang buku dan media promosi Terrarium Mini Greenhouse. Dalam hal ini konsep artificial of nature akan divisualisasikan melalui gaya desain teknik gabungan antara hand drawing yang akan divisualisasikan dengan unsur elemen alam dan digital berupa foto dari terrarium dan jenis-jenis tanaman dengan diberikan background warna yang cerah seperti putih. Penambahan pattern bertemakan nature atau alam seperti bentuk daun juga akan digunakan dalam desain nantinya sehingga menimbulkan kesan alam dan seni. Selain itu juga pada media-media yang diberikan menggunakan bahan material yang mendukung ramah lingkungan. Konsep ini bertujuan untuk memberikan kesan alami yang bernilai seni ke dalam setiap media yang dimunculkan dalam perancangan dan bermaksud membuat setiap orang menyadari dan tanggap terhadap seni yang dapat dihadirkan ditengah-tengah masyarakat.

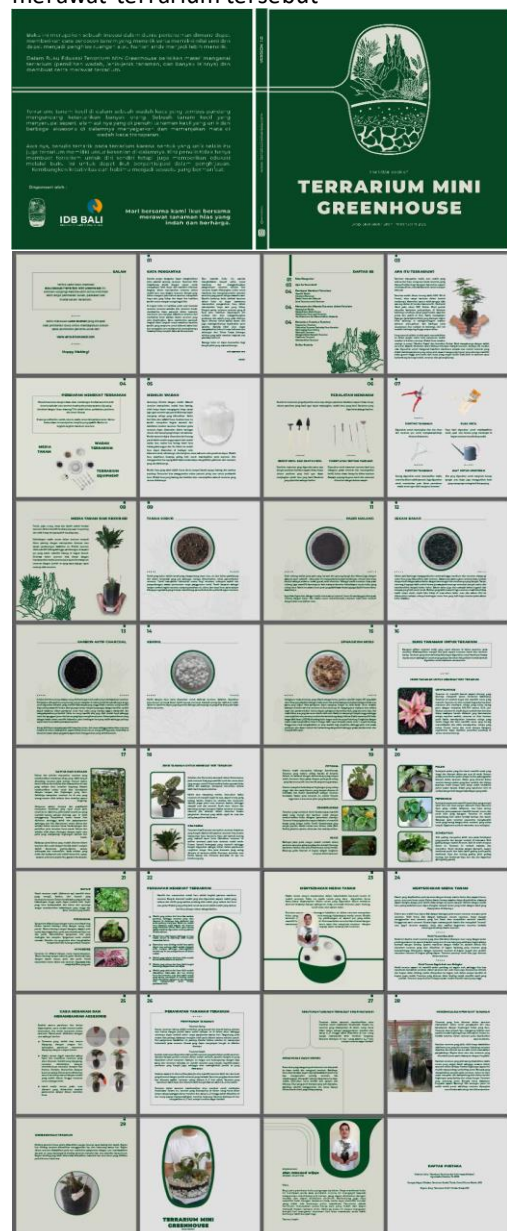
Visualisasi Desain

Dalam visualisasi desain dibagi menjadi dua bagian yaitu media utama berupa buku edukasi, cover buku edukasi, mock terrarium, website dan social media. Media utama juga akan didukung dengan media penunjang berupa infografis, poster, roll banner, packaging wadah terrarium, packaging terrarium garden tool kit dan voucher.

Visualisasi desain media utama dan media penunjang akan diuraikan sebagai berikut :

a. Buku Edukasi

Buku Edukasi berjudul Terrarium Mini Greenhouse, buku ini menjelaskan tentang terrarium, jenis-jenis tanaman serta cara merawat terrarium tersebut



Gambar 4. Buku Edukasi Terrarium Mini Greenhouse

[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

b. Packaging Buku Edukasi

Packaging buku edukasi ini berfungsi untuk memperindah tampilan buku edukasi yang dikemas dengan baik dan simple.



Gambar 5. Packaging Buku Edukasi
[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

c. Mockup Terrarium

Mockup Terrarium ini digunakan dalam perancangan ini untuk memberikan contoh terrarium itu seperti ini.



Gambar 6. Tampilan Mockup Terrarium
[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

d. Website

Pada media website ini bertujuan untuk memudahkan para konsumen untuk dapat

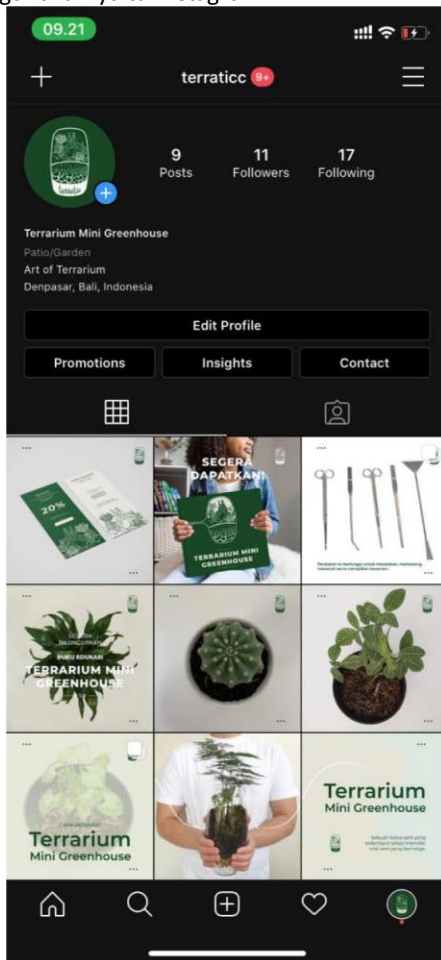
membeli buku melalui website dan juga dapat menukarkan voucher.



Gambar 7. Tampilan Website
[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

e. Media Sosial

Media sosial ini digunakan untuk mempromosikan serta memperkenalkan terrarium kepada masyarakat. Platform yang digunakan yaitu Instagram.



Gambar 8. Tampilan Instagram
[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

f. Infografis

Media infografis ini digunakan pada saat berlangsungnya peluncuran buku yang

bertujuan memberikan informasi mengenai terrarium secara singkat dan menarik.



Gambar 9. Tampilan Infografis
[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

g. Roll Banner

Media roll banner ini digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai penanda

untuk memberikan informasi kepada konsumen pada tempat berlangsungnya peluncuran buku edukasi terrarium.



r 10. Tampilan Roll Banner
[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

h. Poster

Media poster ini digunakan dalam perancangan ini adalah sebagai pendukung dalam peluncuran buku edukasi terrarium.



Gambar 11. Tampilan Poster
[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

i. Packaging Wadah Terrarium

Packaging ini dirancang untuk meningkatkan minat konsumen kepada terrarium yang ingin mencoba memulainya dan selain itu untuk melindungi wadah kaca tersebut.



Gambar 12. Tampilan Packaging Wadah Terrarium
[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

j. Packaging Terrarium Garden Tool Kit

Packaging ini dirancang untuk meningkatkan minat konsumen kepada terrarium yang ingin mencoba memulainya.



Gambar 13. Tampilan Packaging Tool Kit
[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

k. Voucher

Voucher ini dirancang untuk meningkatkan minat konsumen kepada buku edukasi yang diluncurkan.



Gambar 14. Tampilan Voucher
[sumber : dokumentasi penulis, 2020]

KESIMPULAN

Dalam membuat terrarium masyarakat juga mendapatkan informasi yaitu tentang terrarium yang dapat memberikan kesan estetik pada ruangan sehingga menjadikan ruangan terlihat nyaman dan menarik. Selain itu, dapat memberikan manfaat positif bagi kesehatan dengan oksigen yang dihasilkan dari tanaman serta dapat membuat suasana ruangan menjadi lebih tenang. Juga bisa memberikan informasi sebagai peluang usaha bagi masyarakat dan meningkatkan kreativitas masyarakat dimasa pandemi ini yang dimana masyarakat banyak yang dirumahkan serta meningkatkan produktivitas dan kesabaran. Maka dari itu informasi dari buku edukasi tersebut dapat menjadi ilmu pengetahuan bagi masyarakat kaum urban dalam membuat terrarium.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggraini S, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. Desain Komunikasi Visual; Dasar- Dasar Panduan untuk Pemula. Bandung : Nuansa Cendekia.
- [2] Kristiani, Anie. 2008. Membuat Terarium; Dari Hobi Menjadi Bisnis. Jakarta : Agro Media.
- [3] Kotler, Philip. 1997. Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- [4] Koentjaraningrat. 1983. "Metode-metode penelitian masyarakat" . Gramedia
- [5] Roestiyah N.K, 2012. Strategi Belajar Mengajar. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [6] Santoso, Bambang B. 2010. Pengantar Budidaya Tanaman Hias dan Bunga. Jakarta :Fakultas Pertanian Program Studi Hortikultura, 2010), hal. 4.
- [7] Supriyono, Rachmat. 2010. Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : Andi.