

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA PROMOSI TANAMAN HIAS PLATYCERIUM TOKO PLATYNESIA DI GIANYAR

I Putu Nugraha Pertama¹, I Komang Angga Maha Putra², I Wayan Gede Budayana³

^{1,2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain dan Bisnis Bali

e-mail: mambung.taman@gmail.com¹, helloanggamaha@gmail.com², budayana.wayan.email@gmail.com³

INFORMASI ARTIKEL

Received : Oktober
Accepted : Nopember
Publish online : Desember

ABSTRACT

Seeing the increasing public interest makes the number of platycerium ornamental plant businesses increase, especially in Gianyar, such as one of the platycerium ornamental plant businesses, Platynesia, which has various types of platycerium ornamental plants ranging from being used as ornamental plants, decoration materials, sources of income and air quality indicators. Despite having considerable opportunities and potential, Platynesia has challenges in introducing platycerium ornamental plants to the public. Based on this, the author assists Platynesia in designing attractive and effective promotional media for platycerium ornamental plants in Platynesia stores. Media design begins with problem identification, data collection and supporting theories that are analyzed to get solutions and strategies in designing promotional media. Effective media to help promote Platynesia are Instagram Content, Platynesia Shop Decoration, Nameplate, Flyer, Merchandise, Voucher, Platycerium Name Label, T-shirt. The media is designed using the concept obtained through brainstorming, namely "Beauty Platycerium In Nature", using a visual style of natural shades and natural colors of platycerium ornamental plants. With the design of new promotional media, it is expected to be able to improve the quality and increase public interest in platycerium ornamental plants from Platynesia stores.

Keywords : Platynesia, Platycerium, Design, Media

ABSTRAK

Melihat minat masyarakat yang semakin meningkat menjadikan jumlah usaha tanaman hias platycerium semakin bertambah khususnya di Gianyar, seperti salah satunya usaha tanaman hias *platycerium* yakni Platynesia yang memiliki beragam jenis tanaman hias *platycerium* mulai digunakan sebagai tanaman hias, bahan dekorasi, sumber penghasilan dan indikator kualitas udara. Meski memiliki peluang dan potensi yang cukup besar Platynesia memiliki tantangan untuk memperkenalkan tanaman hias *platycerium* kepada masyarakat. Berdasarkan hal tersebut penulis membantu Platynesia dalam merancang media promosi yang menarik dan efektif untuk tanaman hias *platycerium* di toko Platynesia. Perancangan media diawali dengan identifikasi masalah, pengumpulan data serta teori penunjang yang dianalisis untuk mendapatkan solusi serta strategi dalam perancangan media promosi. Media yang efektif untuk membatu promosi Platynesia yakni Konten Sosial Media

Instagram, Dekorasi Toko Platynesia, Papan Nama, *Flyer*, *Merchandise*, *Voucher*, *Label* Nama *platycerium*, *T-shirt*. Media dirancang menggunakan konsep yang didapat melalui *brainstorming* yaitu “*Beauty Platycerium In Nature*”, dengan menggunakan gaya visual nuansa alam dan warna alami dari tanaman hias *platycerium*. Dengan perancangan media promosi yang baru diharapkan mampu meningkatkan kualitas dan meningkatkan minat masyarakat terhadap tanaman hias *platycerium* dari toko Platynesia.

Kata Kunci: Platynesia, *Platycerium*, Desain, Media

PENDAHULUAN

Peminat tanaman hias di Indonesia semakin meningkat seiring dengan berkembangnya kesadaran akan pentingnya kelestarian lingkungan dan keindahan alam. Secara umum tanaman hias kerap menjadi sebagai penghias lingkungan dan memberikan nilai estetika pada suatu tempat. Tanaman hias memiliki identitas yang beragam serta mempunyai ciri khas yang berbeda. *Platycerium* salah satu tanaman hias yang mempunyai ciri khas unik dan menarik. Ciri khas tanaman hias *platycerium* yakni mempunyai daun yang besar dan berbentuk tanduk rusa.

Selama pandemi Covid-19 tanaman hias *platycerium* tengah naik daun lantaran masyarakat cenderung mencari suatu hal yang bisa dikerjakan, sehingga upaya penjualan *platycerium* meningkat sampai 30% dibandingkan hari normal. Dimana *platycerium* hingga saat ini mulai dipergunakan masyarakat secara umum sebagai tanaman hias, bahan dekorasi, sumber penghasilan dan indikator kualitas udara. Hal itu dikarenakan meningkatnya kegemaran masyarakat dalam keindahan lingkungan serta ketertarikan masyarakat terhadap keunikan terhadap tanaman hias *platycerium*. Umumnya tanaman hias *platycerium* di dekorasi semenarik mungkin, serta menyediakan properti yang unik sehingga mampu memberikan nilai estetika.

Platycerium merupakan jenis tanaman yang dikenal karena daunnya yang menyerupai tanduk rusa atau sering dikatakan dengan simbar menjangan. Tanaman hias *platycerium* tumbuh pada batang pohon yang menyerap nutrisi air dari lingkungan sekitar. Tanaman hias *platycerium* ini populer sebagai tanaman hias dan membutuhkan perawatan yang tepat untuk tumbuh dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara bersama narasumber yakni Bapak I Wayan Santika, S.Pd, diketahui bahwa Platynesia menjual berbagai jenis tanaman hias *platycerium*. Sehingga mempermudah *customer* memilih *platycerium* sesuai yang diinginkan. Platynesia menjual tanaman hias *platycerium* dan seiring dengan inovasi serta kreasi yang semakin berkembang. Platynesia memasarkan tanaman hias *platycerium* secara online dengan menggunakan media sosial

instagram serta mampu mengunjungi ke tempat usaha secara langsung.

Melihat minat masyarakat yang semakin meningkat menjadikan jumlah usaha tanaman hias *platycerium* khususnya di Gianyar semakin bertambah, sehingga menimbulkan persaingan pasar. Seperti halnya usaha *platycerium* yakni Platynesia, Platynesia berdiri sejak tahun 2020, yang berlokasi di Jalan Tirta Tawar, No.21, Ubud, Gianyar yang mana juga merupakan tempat tinggal pemilik usaha tersebut.

Platynesia memilih media sosial sebagai pemasarannya dikarenakan media sosial mampu menjangkau masyarakat yang luas, dan memudahkan masyarakat untuk mencari tanaman hias *platycerium* yang diinginkan. Media sosial harus disertai dengan strategi pemasaran *online* yang dapat meningkatkan jumlah konsumen, seperti melalui pembuatan media promosi yang menarik. Platynesia memiliki tantangan dalam meraih posisinya dalam jejeran pasar *platycerium*. Ditambah lagi dengan munculnya usaha pesaing dengan media promosi yang lebih baik, jika dibandingkan dengan Platynesia, menjadikan media promosi yang tepat dan menarik sangat dibutuhkan dalam menghadapi persaingan pasar saat ini.

Berdasarkan permasalahan tersebut, optimalisasi media yang sudah ada serta penambahan media promosi baru yang dapat digunakan dalam mempromosikan tanaman hias *platycerium*. Dengan menyajikan informasi yang lebih komunikatif, informatif melalui nilai pesan dan visual yang baik, seperti salah satunya dengan mengikuti perkembangan media sosial melalui fitur-fitur yang tersedia saat ini, sebagai upaya dalam membantu kegiatan promosi agar lebih menarik dan menambah minat masyarakat sehingga maupun meningkatkan jumlah penjualan dari Platynesia. Media promosi dirancang dengan memanfaatkan media sosial serta penyebaran media promosi dengan menjalin kerja sama antar bisnis atau relasi yang dimiliki perusahaan maupun penyebaran media promosi kedepannya.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui observasiwawancara.

1. Observasi

Data yang dikumpulkan penulis adalah dengan mengamati lokasi usaha tanaman hias *platycerium* Platynesia yang beralamat Jalan Tirta Tawar No.21, Petulu, Ubud, Gianyar. Kemudian memahami bagaimana keadaan kompetitor tanaman hias *platycerium* di Gianyar. Penulis melakukan pengumpulan data yang dibutuhkan serta mengabadikan setiap objek yang terdapat dalam usaha tanaman hias *platycerium* menggunakan kamera. Penulis mengamati media promosi yang dimiliki Platynesia berupa social media Instagram serta *marketplace* seperti tokopedia serta shopee.

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada Bapak I Wayan Santika, S.Pd selaku sebagai pemilik usaha tanaman hias *platycerium* Platynesia. Data yang dikumpulkan nantinya adalah berupa bagaimana cara memasarkan produk tanaman hias *platycerium* melalui media promosi. Wawancara ini juga bertujuan untuk mencari informasi mengenai *platycerium*, target pasar, serta cara merawat tanaman hias *platycerium*.

3. Wawancara Konsumen Platynesia

Wawancara dilakukan Bersama konsumen yang pernah melakukan pembelian di platynesia. Bahwa platynesia tidak memiliki media promosi yang memberi informasi secara lengkap, dengan menyediakan media promosi dalam usaha tanaman hias *platycerium* maka akan menambah informasi yang menarik karena kompetitor tanaman hias *platycerium* belum menyediakan media promosi terhadap usahanya.

4. Wawancara Kompetitor Platynesia

Berdasarkan kegiatan wawancara, penulis mendapatkan informasi kompetitor toko tanaman hias *platycerium*. Yang mana kompetitor memiliki media promosi yang tidak memberikan informasi yang cukup menarik kepada konsumen. Hanya mengandalkan konten sosial media dalam memperkenalkan produk tanaman hias *platycerium* kepada peminat tanaman hias *platycerium*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Platynesia merupakan suatu toko yang menjual aneka ragam tanaman hias *platycerium* di Gianyar. Perusahaan ini memiliki keunikan dalam menampilkan tanaman hias *platycerium* yang

menambah nilai estetika di dalam sudut lingkungan. *Frame* salah satu contoh yang menambah nilai estetika dalam menghiasi tanaman hias *platycerium*. Platynesia juga membutuhkan keterampilan dan pengetahuan dalam menanam dan merawat tanaman hias *platycerium* agar tumbuh sehat dan berkualitas.

Berdasarkan kegiatan wawancara penulis dapat informasi Platynesia terbentuk dari hasil tertarik dengan tanaman hias *platycerium* dari kerabat temannya sejak tahun 2019. Sejak 2020 Bapak I Wayan Santika, S.Pd hanya memiliki 2 jenis tanaman hias *platycerium*. Pada tahun 2021 mulai tercipta bisnis usaha tanaman hias *platycerium* dan semakin beragam jenis *platycerium* yang sudah disediakan.

Pemilik toko Platynesia, konsumen toko Platynesia serta kompetitor tanaman hias *platycerium* di Gianyar beberapa usaha tanaman hias *platycerium* belum memiliki media promosi yang infomatif. Oleh karena itu toko Platynesia perlu menambah media promosi yang tepat untuk menambah minat masyarakat dalam memiliki tanaman hias *platycerium* serta meningkatkan nama toko Platynesia dan mampu bersaing dengan usaha tanaman hias *platycerium* di Bali.

Analisa SWOT

Analisa SWOT merupakan sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*) yang terjadi dalam sebuah usaha bisnis [1].

Melalui analisi SWOT, organisasi atau perusahaan dapat terbantu untuk mengidentifikasi bagian-bagian penting yang mungkin diabaikan sehingga dapat poin tersebut menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Berikut analisis SWOT penulis pada Platynesia.

1. Strength (Kekuatan)

- Menyediakan beragam jenis tanaman hias *platycerium*.
- Platycerium* pada platynesia memiliki nilai estetika yang tinggi dan relatif tahan terhadap penyakit dan hama.
- Perawatan yang intens terhadap *platycerium* dan diminati di kalangan kolektor tanaman hias, sehingga memiliki pangsa pasar yang cukup besar.

2. Weakness (Kelemahan)

- Harga bibit tanaman *platycerium* yang berkualitas cukup mahal, sehingga dapat menjadi kendala.

- b. Media promosi yang masih belum maksimal.
- c. Iklim yang berubah-ubah akan membuat proses berkembang biak *platycerium* akan melambat.

3. Opportunity (Peluang)

- a. Adanya tren gaya hidup yang lebih sehat dan alami, membuat tanaman hias semakin populer.
- b. Kehadiran *platform e-commerce* membuat bisnis tanaman hias semakin mudah diakses oleh calon konsumen.
- c. Penyajian informasi berupa foto serta desain yang diminati dalam media sosial masyarakat Gianyar.
- d. Penggunaan internet dalam media sosial mudah diakses siapa saja dan memudahkan masyarakat menemukan informasi mengenai tanaman hias *platycerium*.

4. Threat (Ancaman)

- a. Persaingan bisnis tanaman hias semakin ketat dapat menjadi ancaman bagi keberhasilan bisnis *platycerium*.
- b. Pengaruh iklim dan cuaca buruk dapat berdampak negatif pada pertumbuhan dan kesehatan tanaman *platycerium*.
- c. Pesaing serupa yang memiliki *brand awareness* serta promosi yang sudah baik. Pesaing serupa yang memiliki *brand awareness* serta promosi yang sudah baik.

Analisa VALS

Analisa VALS merupakan sebuah metode segmentasi pasar yang bersifat psychographic, yaitu menggambarkan sifat manusia pada atribut psikologis. Diciptakan pada tahun 1970 untuk menerangkan dan memprediksi nilai dan gaya hidup serta konsumsi masyarakat Amerika Serikat disaat itu. VALS juga dapat dengan mudah diterapkan untuk memprediksi kelakuan serta gaya membeli dari pelaku bisnis dan konsumen [2].

Target segmentasi yang sesuai dengan Platynesia termasuk dalam kategori the *thinkers* yang memiliki karakteristik memperhatikan kualitas, fungsionalitas, serta memiliki nilai dalam produk. Sehingga memiliki tingkat mengumpulkan informasi dan melakukan riset sebelum membeli produk, dinilai cocok dengan apa yang disediakan oleh Platynesia.

Target Segmentasi Pasar

1. Demografi

Dari segi demografi target pasar yang ingin dicapai target dengan usia primer 20-30 tahun serta usia sekunder >40 tahun. Pekerjaan wiraswasta dan pekerja, Pendidikan yang ditargetkan yakni Sma/Smk dan Kuliah.

2. Geografi

Faktor-faktor yang berkaitan dengan keputusan ini di antara iklim, kepadatan penduduk, dan karakter usaha. Berdasarkan faktor geografis sasaran yang diinginkan toko Platynesia adalah masyarakat Bali.

3. Psikografi

Target pasar yang ingin dituju adalah berdasarkan faktor psikologi konsumen berdasarkan kelas sosial, gaya, hidup, dan ciri ciri kepribadiannya. Berdasarkan definisi di atas, target pasar yang ingin dituju adalah masyarakat yang lebih memperhatikan kualitas, fungsional, dan nilai dalam *platycerium*.

4. Behaviour

Masyarakat yang memiliki minat mengkoleksi tanaman hias *platycerium* serta ingin menambah nilai estetika di setiap sudut ruang. Serta menjaga kualitas daun *platycerium* dengan baik.

Strategi Media

Media utama dari perancangan ini adalah konten sosial media, dekorasi toko platynesia, papan nama. Kemudian ada media pendukung berupa *flyer*, *merchandise*, *voucher*, *label* nama *platycerium*, *t-shirt*.

Strategi Kreatif

a. Pesan

Pesan yang disampaikan melalui perancangan media promosi yaitu usaha tanaman hias *platycerium* pada Platynesia memiliki pesan yang bersifat informatif dan menarik serta menyampaikan isi pesan secara jelas dengan berisikan kalimat penarik minat yang mampu membangun daya tarik atau kepercayaan audiens. Informasi yang dimaksud berisikan informasi mengenai tanaman hias *platycerium*.

b. Strategi Visual

Strategi visual yang digunakan penulis yakni dengan menampilkan ilustrasi digital, serta dapat daya tarik dengan menampilkan suasana keindahan dan pemilihan warna yang tepat untuk menciptakan kesan kuat dan membedakan produk *platycerium* dari produk sejenis lainnya. Warna yang dimaksud dengan penggunaan warna hijau yang mencerminkan Platynesia serta warna tambahan putih yang dapat meningkatkan estetika dalam desain

maupun visual. Ilustrasi digital dikombinasikan dengan unsur tipografi untuk mengimbangi konsep serta gaya visual yang dipilih, sehingga dapat menghasilkan visual yang menarik dan memiliki keunikan tersendiri. Media ini juga akan menerapkan teks dengan menerapkan font serif yang memberikan kesan formal dan klasik, sans-serif memberikan kesan modern, bersih, dan minimalis, dan script memberikan kesan feminine, elegant dan harmonis.

c. Gaya Visual

Gaya desain yang digunakan pada perancangan ini yakni dengan perpaduan seni visual elemen *nature*, serta di visualisasikan ke dalam desain dengan menerapkan elemen seperti bentuk, tipografi, maupun garis yang dinamis, serta penerapan visualisasi warna yang mampu mencerminkan ekspresi dan ilustrasi 2 dimensi dengan gaya *vector*. Penulis juga memadukan gaya desain modern yang dimana menerapkan elemen estetik, dan bersih yang bertujuan menciptakan desain yang elegant dan mampu menarik perhatian audiens.

d. Positioning

Positioning media promosi yang akan digunakan Platynesia adalah dengan memusatkan perhatian terhadap keuntungan yang diberikan kepada konsumen. Memberikan informasi jelas dan dapat lebih baik dalam menyampaikan keunikan tanaman hias *platycerium*. Pada media komunikasi visual sebagai media promosi Platynesia dengan visual yang menerapkan kesan kesederhanaan dan keindahan dalam menggunakan media promosi.

Konsep Desain

Terdapat beberapa kata kunci atau *keyword* seperti, Indah, *Platycerium*, *Modern*, dan *Nature*. 4 keyword tersebut penulis mendapatkan konsep yang sesuai dengan unsur karakteristik dari toko Platynesia yaitu “*Beauty Platycerium In Nature*” memiliki arti pendekatan desain yang menggabungkan keindahan tanaman *platycerium* dengan elemen alami dalam lingkungannya. Konsep desain bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang memiliki keindahan alam dan keunikan dari tanaman *platycerium*. Dalam desain ini, elemen-elemen alami dan karakteristik unik tanaman tersebut diperhatikan dengan baik untuk menghasilkan ruang yang harmonis dan menenangkan. Penyampaian konsep ini akan dirancang secara menarik dengan menggunakan ilustrasi, tipografi, dan warna yang akan berfokus pada penyampaian informasi tentang media

promosi serta menonjolkan keunikan dan keindahan *platycerium*.

Visualisasi Media

1. Konten Sosial Media Instagram



Gambar 1. Tampilan Desain Konten Sosial Media Instagram
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023)

2. Dekorasi Toko Platynesia



Gambar 2. Tampilan 1 Desain Dekorasi Toko Platynesia
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023)



Gambar 3. Tampilan 2 Desain Dekorasi Toko Platynesia

(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023)

3. Papan Nama



Gambar 4. Tampilan Desain Papan Nama
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2020)

4. Flyer

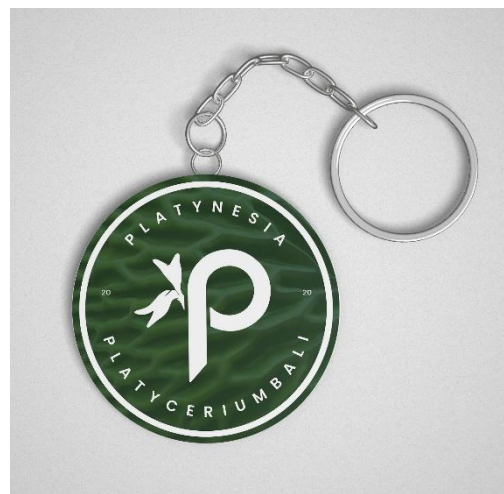


Gambar 5. Tampilan Desain Flyer
(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023)

5. Merchandise



Gambar 6. Tampilan Desain Merchandise Sticker
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)



Gambar 7. Tampilan Desain Merchandise Gantungan Kunci
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

6. Voucher





Gambar 8. Tampilan Desain *Voucher*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

7. T- Shirt



Gambar 11. Tampilan Belakang Desain *Tshirt*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)



Gambar 10. Tampilan Depan Desain *Tshirt*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

8. Label Nama *Platycerium*



Gambar 9. Tampilan Desain *Label* Nama *Platycerium*
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023)

KESIMPULAN

Setelah melalui proses *brainstorming* dari media promosi Platynesia maka ditemukan kata

kunci berupa Indah, *Platycerium*, *Modern*, dan *Nature*. Dari kata kunci tersebut kemudian disusun konsep berupa "*Beauty Platycerium In Nature*". Konsep ini akan lebih mudah menyesuaikan keinginan target pasar yaitu dari kalangan peminat tanaman hias *platycerium* yakni dari umur *primer* 20-30 tahun umur sekunder >40 tahun. Yang mana konsep tersebut memiliki arti pendekatan desain yang menggabungkan keindahan tanaman *platycerium* dengan elemen alami dalam *lingkungannya*. Konsep desain bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang memiliki keindahan alam dan keunikan dari tanaman *platycerium*. Konsep tersebut dituangkan dalam media komunikasi visual yang terpilih dengan menerapkan unsur visual desain grafis, fotografi dan menampilkan suasana keindahan yang dimiliki tanaman hias *platycerium*.

Menghasilkan media komunikasi yang tepat, penulis melewati tahap yang mana seperti mengidentifikasi permasalahan yang ada, tahapan pengumpulan data dalam media sosial serta tatap muka, yang kemudian diolah dengan metode analisis, kemudian menentukan strategi visual, menentukan media yang sesuai untuk promosi tanaman hias *platyceirum* toko Platynesia. Setelah menentukan penulis melakukan *brainstorming* untuk memperoleh konsep desain. Setelah melakukan *brainstorming* proses dilanjutkan dengan mengumpulkan desain *moodboard*, referensi dan sketsa desain. Kemudian menciptakan beberapa desain yang dipilih agar sesuai dengan konsep yang ditentukan. Desain terpilih akan diterapkan pada seluruh media, media tersebut akan melewati proses perwujudan

melalui proses cetak untuk media cetak, dan publikasi untuk media *online*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nafi'ah, Imroatun. Analisis SWOT dan Strategi Keunggulan Bersaing Pada BMT Artha Buana Desa Cangu Kecamatan Badas Kabupaten Kediri: Penerbit Diss. IAIN Kediri, 2017.
- [2] Jonathan, Sarwono dan Lubis Hary. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi Offset, 2007.
- [3] Purnami, Dewa Ayu Feby, I. Gede Yudha Pratama, and Agung Wijaya. "PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL DALAM MENGEMBANGKAN MEDIA PROMOSI CLASSY HENNA DI BADUNG." *Jurnal Selaras Rupa* 2.2 (2021): 122-129.
- [4] Salvira, Dandy, I. Gede Yudha Pratama, and Dewa Gede Purwita. "PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL PROMOSI MEPANTIGAN BALI." *Jurnal Selaras Rupa* 3.1 (2022): 20-27.
- [5] Solehah, Hizrohtul, and Agus Suryana. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI SARANA MEDIA PROMOSI BUDIDAYA TANAMAN HIAS BAPAK SUNYOTO DI PEKON AMBARAWA." *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat* 2.4 (2021): 109-116.
- [6] Hernawati, Ni Luh Yuni, Ni Wayan Nanadaryani, and I. Gede Yudha Pratama. "PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA PROMOSI KEDAI KOPI SEMEJA DI BADUNG." *Jurnal Selaras Rupa* 2.1 (2021): 35-44.