

JURNAL TUGAS AKHIR

JUDUL
PERANCANGAN KAMPANYE
PENGENALAN TEKNIK BERTANAM HIDROPONIK
SEBAGAI ALTERNATIF BERCOBOK TANAM
LAHAN SEMPIT BAGI PENGHUNI RUSUN
DI KOTA YOGYAKARTA



Oleh :
Yosefine Endang Pertiwi Pangestuti
NIM 1112114024

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2016

PENGESAHAN

Jurnal untuk Tugas Akhir dengan judul **PERANCANGAN KAMPANYE PENGENALAN TEKNIK BERTANAM HIDROPONIK SEBAGAI ALTERNATIF BERCOCOK TANAM LAHAN SEMPIT BAGI PENGHUNI RUSUN DI KOTA YOGYAKARTA** oleh Yosefine Endang Pertiwi Pangestuti, NIM 1112114024 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa,, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, ini telah disahkan oleh Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual pada 22 Juli 2016.



Ketua Program Studi DKV

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

**Perancangan Kampanye Pengenalan Teknik Bertanam Hidroponik
sebagai Alternatif Bercocok Tanam Lahan Sempit
bagi Penghuni Rusun di Kota Yogyakarta**

Yosefine Endang Pertiwi Pangestuti
1112114024

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain
Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
Januari 2016

ABSTRAK

Kebutuhan akan sayur seakan tak lepas dari hidup manusia. Namun kondisi dimana banyak ditemukan sayuran berpestisida menjadi sebuah hal yang menakutkan, sebab jika sayuran berpestisida tersebut terakumulasi di dalam tubuh, dapat menyebabkan berbagai penyakit termasuk kanker. Untuk itu salah satu cara untuk memulai hidup sehat adalah dengan menanam sayur sendiri. Di perkotaan, lahan untuk bercocok tanam mulai berkurang. Karena tergusur oleh permukiman dan tempat usaha. Susahnya bercocok tanam di lahan sempit seperti yang dirasakan warga rusun Kota Yogyakarta menjadi sebuah permasalahan sosial. Ketidaktahuan masyarakat dalam hal pertanian juga membuat mereka enggan untuk mencoba bercocok tanam. Oleh sebab itu, kampanye pengenalan hidroponik perlu dilakukan agar masyarakat dapat bercocok tanam dengan mudah meski di lahan sempit sekalipun. Selain bisa mencukupi kebutuhan sayur setiap hari, manfaat dari kampanye ini diharapkan nantinya juga dapat meningkatkan produksi tanaman pangan di wilayah Kota Yogyakarta, sehingga mulai dari lingkungan kecil pun, suatu kelompok masyarakat dapat melakukan swasembada pangan. Dinas Pertanian Kota Yogyakarta bersama Komunitas HIJO sebagai komunitas hidroponik di Yogyakarta memiliki potensi besar untuk mengajak warga rusun bercocok tanam meski di lahan sempit dengan teknik hidroponik. Oleh karena itu dengan diadakannya kampanye ini diharapkan dapat tersampaikan dengan baik, dan mendapat respon yang berkelanjutan sehingga tujuan dari kampanye ini akan tercapai.

Kata Kunci : Kampanye, ILM, Pengenalan, Hidroponik, Sayuran, Teknik Bercocok Tanam, Rusun, Kota Yogyakarta

ABSTRACT

The demand of vegetable needs can't be denied in human daily life, but the fact about a lot of pesticide vegetables is becoming a problem that threatened us. Because when the pesticide vegetables are consumed and accumulated in our body, it can cause some serious diseases like cancer and many others. There is an

alternative way to have a healthier lifestyle by planting your own vegetables. In urban city area, a lack of planting space is a very common problem. This happens because usually the space is occupied by the housing complex and business centre. This problem is also felt by the occupants of Yogyakarta housing complex, and it's becoming social issues. The misconception about urban farming in society that is said to need a lot of efforts and huge space for city farming makes them doubtful to try. Therefore, the hydroponic planting technique is urgently needed to be shared for the city citizen. This technique will enriched the knowledge of city farming with a limited space. This campaign will have a positive effect to fulfill a family daily needs of healthy vegetables. It will also increase the vegetable production in the city of Yogyakarta. By applying this planting technique, it is expected that the local housing community of Yogyakarta will be self sufficient in supplying their vegetable needs. Yogyakarta provincial office of agriculture and HIJO community, a hydroponic community in this city, have a huge potential to be the solution of the urban farming problems. Therefore, with this campaign hopefully the solutions can easily be communicated to the people and at the end can solve the problem.

Keywords : Campaign, Public Service Advertising, Introducing, Hydroponic, Vegetables Planting Technique, Yogyakarta Housing Complex

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah

Makanan/pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok di samping sandang dan papan yang sangat diperlukan oleh tubuh yang harus selalu terpenuhi kebutuhan nutrisinya setiap hari. Tanpa makanan tubuh akan menjadi lemas dan tidak bertenaga. Apalagi di zaman modern seperti saat ini, dimana jenis pekerjaan manusia yang semakin bertambah banyak dan kompleks, sangat membutuhkan nutrisi dan gizi yang cukup dari makanan agar tubuh tetap sehat dan terjaga. Namun kenyataannya, hingga saat ini makanan yang sangat dibutuhkan nutrisinya seperti sayuran dan buah justru berpotensi menjadi racun yang bisa membahayakan tubuh manusia. Profesor Ahmad Sulaeman, seorang pakar keamanan pangan dan gizi dari Institut Pertanian Bogor, mengatakan bahwa potensi itu tak lepas dari cemaran bahan kimia pertanian, seperti pestisida yang melebihi ambang batas kewajaran (ipbmag.ipb.ac.id, 2015). Jika zat berbahaya tersebut terakumulasi dalam tubuh, sedikitnya akan menimbulkan empat efek, yakni efek karsinogen (bisa menimbulkan kanker), *hormone disruptor* (mengganggu sistem hormonal), *neurotoxin* (mempengaruhi sistem saraf), (www.femina.co.id, 2012).

Cara menghindari resiko buruk sayuran dan buah-buahan berpestisida antara lain adalah dengan menghilangkan pestisida yang masih tersisa, yaitu dengan mencuci sayuran dan buah hingga bersih, juga diusahakan untuk memilih buah dan sayuran organik (tidak menggunakan bahan kimia). Selain itu cara lain untuk mendapatkan sayuran segar tanpa pestisida adalah dengan menanam sayuran organik sendiri.

Dewasa ini, banyak orang telah mencoba menanam sayuran secara mandiri dengan tujuan untuk mendapatkan hasil bercocok tanam yang segar dan sehat untuk dikonsumsi oleh keluarga. Namun kenyataannya lahan yang dibutuhkan untuk bercocok tanam justru terbatas, terlebih kondisi lahan di daerah perkotaan yang saat ini bisa dibilang minim. Di Kota Yogyakarta, berdasarkan data Bidang Pertanian Disperindagkoptan Kota Yogyakarta, rata-rata penyusutan lahan pertanian di Kota Yogyakarta mencapai satu hektar setiap tahunnya. Bahwa penyusutan lahan pertanian tersebut terjadi karena adanya alih fungsi lahan, yang dipengaruhi oleh kebutuhan akan permukiman, perkantoran serta bangunan usaha (republika.co.id, 2012).

Salah satu solusi yang bisa mewujudkan keinginan untuk bercocok tanam sendiri tanpa penggunaan lahan yang luas adalah dengan melakukan sistem bertanam hidroponik. Istilah ini di kalangan umum lebih populer dengan sebutan berkebun tanpa tanah (Lingga, 1999:3). Secara sederhana, hidroponik adalah metode budidaya tanaman dengan menggunakan air yang diperkaya dengan nutrisi, bukan tanah. Hal ini membuat parameter seperti nutrisi, pengendalian hama, dan pencahayaan lebih mudah dikelola. Hidroponik juga lebih ramah lingkungan dan sayuran yang dihasilkan pun akan lebih sehat. Perangkat tanam hidroponik pun dapat dibuat dari barang-barang bekas, dan dalam prakteknya sangat cocok diterapkan untuk lahan sempit seperti perumahan modern minimalis, maupun bangunan hunian vertikal seperti apartemen dan rumah susun.

Hidroponik yang merupakan salah satu metode dan jenis pertanian kota ini dapat menjadi solusi alternatif untuk permasalahan yang ada dalam apartemen maupun rumah susun di Kota Yogyakarta. Untuk itu, memperkenalkan teknik bertanam hidroponik kepada warga yang tinggal di dalam hunian vertikal seperti rusun dibutuhkan suatu strategi komunikasi dengan mengembangkan visual untuk menumbuhkan kesadaran pada target audiens tentang cara mudah bercocok tanam secara hidroponik dan mengetahui manfaat apa saja yang bisa didapat dari melakukan kegiatan hidroponik tersebut.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang kampanye pengenalan teknik bertanam secara hidroponik sebagai alternatif bercocok tanam lahan sempit bagi penghuni rusun di Kota Yogyakarta?

3. Tujuan Perancangan

Merancang kampanye untuk mengenalkan teknik bertanam secara hidroponik sebagai alternatif bercocok tanam lahan sempit yang berguna bagi penghuni rusun di Kota Yogyakarta.

4. Landasan Teori

a. Tinjauan tentang Kampanye

Kampanye pengenalan teknik bertanam hidroponik sebagai alternatif bercocok tanam lahan sempit dapat dikategorikan ke dalam jenis kampanye *Ideological or Cause Oriented Campaigns*. Charles U. Larson (Ruslan, 2007:26), mengartikan bahwa jenis kampanye tersebut berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan berdimensi perubahan sosial (*social change campaigns*), yakni kampanye sosial yang bersifat khusus nonkomersial yang ditujukan untuk menangani masalah-masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yang terkait.

Ada beberapa jenis dari keberadaan kegiatan kampanye *public relations* sebagaimana yang telah dikutip dari Newsom, Scott, & Turk (Ruslan 2007:96-98) yaitu melaksanakan kegiatan kampanye PR untuk tujuan sebagai berikut *public awareness, offer information, public education, reinforce the attitude and behavior, behavior modification*.

b. Tinjauan tentang Iklan Layanan Masyarakat

Iklan layanan masyarakat (ILM) adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta mendapatkan citra baik di mata masyarakat (Widyatama, 2007:104).

Secara umum, pembagian macam media yang digunakan dalam iklan terbagi menjadi tiga, yaitu 1) *Above The Line Media*, iklan ini dikuasai oleh lima media yang berhak mengatur pengakuan dan pembayaran komisi kepada biro iklan; yakni *pers* (koran dan majalah), radio, televisi, lembaga jasa iklan luar ruang (*outdoor*) dan sinema/bioskop (Jefkins, 1997:86). 2) *Below The Line Media*, adalah iklan yang menggunakan media khusus. Kalangan praktisi periklanan menggunakan istilah media lini bawah untuk membedakannya dengan media-media lini atas. Sedangkan beberapa penulis terkemuka memasukkan unsur-unsur dalam media lini bawah sebagai alat bantu promosi penjualan. Media yang digunakan dalam media lini bawah adalah: pameran, *direct mail*, *point of purchase*, *merchandising schemes*, dan kalender (Kasali, 1993:142). 3) *Through The Line*, menandai hadirnya era baru yang meniadakan perbedaan ATL, BTL, aktivasi bahkan *Public Relation* sekalipun. Semua bentuk komunikasi pemasaran luruh di bawah komando *consumer insight* dan *point of contact* (Lwin, 2005:14). Media-media yang dihasilkan dengan TTL biasa disebut dengan *unconventional media, ambient media, new media* atau *guerilla advertising*.

c. Tinjauan tentang Hidroponik

Hidroponik adalah suatu cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai tempat menanam tanaman. Perbedaan bercocok tanam dengan tanah dan hidroponik yaitu, kalau dengan tanah, zat-zat makanan diperoleh tanaman dari dalam tanah. Sedangkan hidroponik, makanan diperoleh tanaman dari dalam air yang mengandung zat-zat anorganik. Dapat disimpulkan bahwa bercocok tanam tanpa tanah memberi keuntungan yang lebih besar, terutama bagi penduduk perkotaan yang memiliki lahan sempit atau gersang. Cara ini memberi nilai plus dalam menciptakan penghijauan di tempat-tempat yang tidak memungkinkan lagi ditanami pohon dengan media tanah.

Adapun jenis teknik/sistem hidroponik yang sering digunakan antara lain sistem sumbu, sistem rakit apung, sistem NFT (*Nutrient Film Technique*), sistem pasang surut, sistem tetes, dan aeroponik.

5. Metode Analisis

a. *What*

Kampanye sosial bertajuk bertanam sayuran sehat dengan hidroponik ini dilakukan untuk memberikan solusi akan kebutuhan bercocok tanam untuk lahan sempit khususnya bagi mereka yang tinggal di rumah hunian vertikal (rusun). Kampanye ini dimulai dengan memperkenalkan teknik hidroponik berikut manfaatnya.

b. *Who*

Target audiens dalam kampanye perancangan ini adalah warga yang tinggal di rusunawa Kota Yogyakarta dengan batasan umur 22-60 tahun atau yang sudah berkeluarga (punya anak). Mereka dipilih dengan bahan pertimbangan bahwa menanam adalah suatu bentuk kegiatan yang lebih sering dilakukan oleh orang dewasa. Mereka juga mengerti akan kebutuhan gizi anak-anak mereka, sehingga kampanye ini membuka wawasan lebih kepada mereka tentang pentingnya menanam sendiri sayuran untuk kebutuhan gizi sehari-hari.

c. *Where*

Kampanye akan dilakukan di lokasi Rusunawa Cokrodirjan dan Juminahan Kota Yogyakarta.

d. *When*

Kampanye pengenalan hidroponik akan dilakukan bersamaan dengan hari bumi sedunia yang jatuh pada tanggal 22 April.

e. *Why*

Perancangan kampanye ini perlu diciptakan untuk memperkenalkan pada warga rusun (menciptakan *awareness*) bahwa terdapat solusi alternatif dalam bercocok tanam khususnya sayuran dengan teknik hidroponik. Hidroponik sangat cocok untuk diterapkan pada lahan sempit karena sistem kerjanya berbeda dengan bercocok tanam secara konvensional.

f. *How*

Kampanye dilakukan dengan bentuk komunikasi persuasif, dengan menerapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual untuk mendapatkan bentuk komunikasi yang efektif dan efisien.

B. Pembahasan dan Hasil

1. Pembahasan

a. Usulan Pemecahan Permasalahan

Kebutuhan dan pentingnya pemenuhan sayuran setiap hari telah disadari oleh masyarakat khususnya masyarakat rusunawa. Terbukti dengan banyaknya warga yang antusias menanam sayuran sendiri di rumah. Mereka mengakui bahwa dengan menanam sayuran sendiri, selain menambah area penghijauan di sekitar rumah, mereka juga dengan puas dapat memetik hasil bercocok tanam untuk dikonsumsi sehari-hari. Namun di balik itu, masalah kendala lahan ternyata begitu dirasakan oleh penghuni rusun. Pengetahuan soal bertanam yang kurang juga membuat mereka kurang dapat mengoptimalkan produktivitas bercocok tanam di lingkungan rumah. Antusias beberapa warga rusunawa dalam bercocok tanam yang tinggi namun mengalami kendala dalam hal lahan sempit tersebut dapat diatasi dengan program pengenalan hidroponik melalui sebuah kampanye sosial yang efektif dan mudah dimengerti. Dengan gagasan pertanian vertikal melalui hidroponik, kelestarian alam dapat terjaga dan masyarakat juga memperoleh berbagai manfaat seperti ketahanan pangan maupun kesehatan dari asyiknya menanam sayur sehat sendiri.

b. Konsep Perancangan

1) Tujuan kampanye

Untuk mengkomunikasikan program perancangan kampanye pengenalan teknik bertanam hidroponik sebagai solusi alternatif bercocok tanam lahan sempit bagi penghuni rusun di Kota Yogyakarta, yang dilaksanakan dengan menciptakan pesan-pesan kampanye yang efektif dan efisien yang mampu membuat masyarakat target audiens mengerti, mengingat, dan kemudian melakukan apa yang telah dikomunikasikan.

2) Bentuk Pesan

Untuk mengkomunikasikan pesan kepada target audiens, akan digunakan pendekatan emosional dan persuasif dimana cara pendekatan tersebut merupakan cara yang mudah untuk menarik perhatian target audiens. Pesan yang akan disampaikan berupa ajakan semangat untuk mencoba hal baru yakni bercocok tanam hidroponik yang unik dan asik.

3) Konsep Media

a) Target *Audience*

- Berdasarkan Segmentasi Geografis

Khalayak sasaran yang tinggal dan menetap di Rusunawa Cokrodirjan dan Juminahan Kota Yogyakarta.

- Berdasarkan Segmentasi Demografis, meliputi:

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Usia : 22-60 tahun

Pekerjaan : semua profesi

Ekonomi : menengah ke bawah

Kelas Sosial : menengah ke bawah

- Segmentasi Psikografis

Masyarakat dengan aktivitas tidak terlalu padat atau mempunyai waktu luang yang cukup, untuk ibu rumah tangga biasanya hanya mengurus rumah dan anak. Suka atau hobi menanam baik untuk sekedar penghijauan maupun menanam tanaman untuk kebutuhan rumah tangga seperti sayuran. Memiliki karakteristik kepribadian yang ramah atau mudah bersosialisasi.

- Segmentasi Behaviouristik

Orang dewasa (orang tua) yang sudah berkeluarga dan mempunyai anak. Warga rusun memiliki kecenderungan dalam hal penghematan. Serta mempunyai kecenderungan untuk memberikan suatu hal yang baik untuk anggota keluarganya. Termasuk dalam hal makanan (kebutuhan akan sayur setiap hari).

- b) Pemilihan Media

Media utama yang digunakan dalam program kampanye antara lain buku, poster ILM, dan poster acara/event. Sementara media pendukung antara lain *X-banner*, *flyer*, *t-shirt*, *mug*, stiker, dan pin.

4) Konsep Kreatif

- a) Warna

Warna dominan yang akan digunakan merupakan warna yang diadopsi dari warna tanaman khususnya sayuran hijau. Hal yang akan dikhususkan dalam kegiatan bercocok tanam ini adalah menanam sayuran (sayuran daun dan sayuran buah).

- b) Ilustrasi Visual

Visual yang akan digunakan berasal dari dokumentasi berupa foto dan untuk ilustrasi grafisnya menggunakan sentuhan *handdrawing* dan juga *watercolor*, dengan teknik *digital watercolor*, ilustrasi yang dibuat akan ditonjolkan mirip dengan bentuk asli (semi realis).

- c) Tipografi

Tipografi yang akan digunakan dalam kampanye ini akan berfokus pada unsur modern dan simpel/serederhana, yakni tipografi yang digunakan adalah *sans serif* dan juga *script*. *Typeface* yang nantinya akan digunakan dalam penulisan

headline seperti untuk judul kampanye, judul pada buku maupun poster, dan media penunjang lainnya adalah font dengan karakteristik tegas, modern, mudah terbaca (*sans serif*).

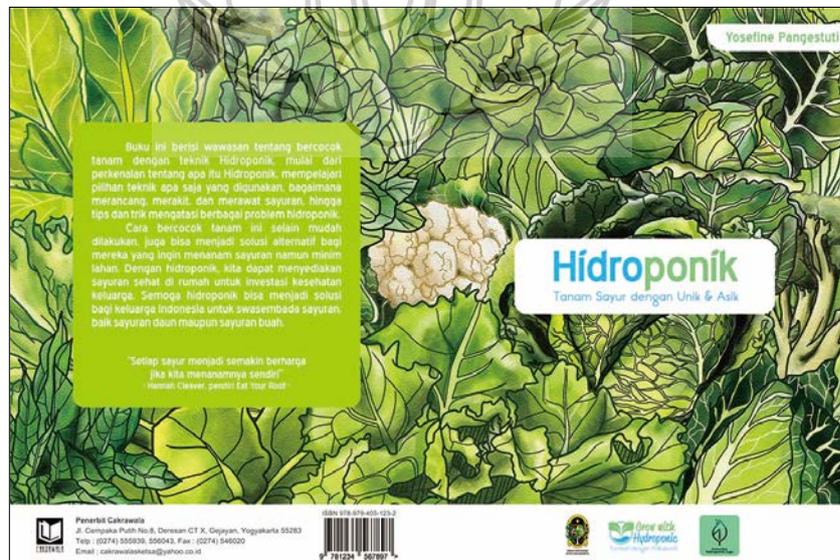
d) Gaya Desain

Gaya desain yang akan digunakan dalam perancangan ini adalah gaya desain *The New Typography*, yakni gaya desain yang memiliki ciri khas *white space* yang unik dan menarik. Yang dimaksud dengan *white space* di sini adalah ruang kosong yang cukup dominan dan dapat mendukung dalam kejelasan penyampaian pesan komunikasi pada unsur *image*, sehingga *image* yang ditampilkan dapat diseting dengan tata letak simetris maupun asimetris. Dapat disimpulkan bahwa gaya desain ini lebih mengutamakan *simplicity* dalam menampilkan karya desainnya, dengan penggunaan *layout* yang tidak terlalu padat.

e) Maskot

Penciptaan maskot untuk kampanye sosial ini akan mengadopsi bentuk sayuran yang dipersonifikasikan, sehingga akan berbentuk seperti manusia dengan kepala menyerupai bentuk sayuran. Penggunaan maskot dapat dijadikan media interaktif agar pesan kampanye terasa lebih dekat dengan target audiens.

2. Hasil Penelitian



Gambar 1. Cover depan dan Cover Belakang Buku
Sumber : Yosefine E.P.P

HIDROPONIK KINI DAN NANTI

Hidroponik menjadi salah alternatif bercocok tanam untuk lahan sempit seperti rumah vertikal.

Sayur dan buah merupakan sumber makanan yang sangat dibutuhkan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Mengonsumsi sayur dan buah setiap hari dapat memenuhi kebutuhan vitamin dan mineral guna meningkatkan ketahanan tubuh, memelihara kesehatan, dan mencegah penyakit. Pada kenyataannya, sayur yang sangat laku di pasar tradisional maupun pasar modern tidak sedikit diketahui mengandung residu pestisida.

Salah satu upaya yang digunakan untuk meminimalkan risiko pestisida pada sayur adalah dengan menggunakan media alternatif hidroponik. Media alternatif hidroponik dapat menjadi salah alternatif bagi petani yang ingin menanam sayuran tanpa tanah. Hidroponik ini banyak digunakan untuk menanam sayur, buah, dan murah. Berbagai barang bekas seperti botol, ember, atau plastik juga dapat dimanfaatkan sebagai media alternatif hidroponik.

Lahan merupakan kendala utama untuk bercocok tanam. Ketika memilih lahan adalah masalah yang sering dialami masyarakat yang tinggal di daerah perkotaan seperti mereka yang tinggal di hunian vertikal seperti apartemen maupun rumah susun. Nah, cara bercocok tanam tanpa menggunakan media tanah atau yang sering disebut "hidroponik" dapat menjadi salah alternatif bagi mereka yang ingin menanam sayuran tanpa tanah.

Hidroponik ini banyak digunakan untuk menanam sayur, buah, dan murah. Berbagai barang bekas seperti botol, ember, atau plastik juga dapat dimanfaatkan sebagai media alternatif hidroponik.

SEJARAH HIDROPONIK

Hingga saat ini masih banyak yang mengira bahwa hidroponik merupakan metode baru dalam menanam. Namun ternyata metode hidroponik ini sudah diketahui sejak jaman dahulu. Sejak 200 tahun yang lalu, hidroponik digunakan secara luas di Mesir kuno. Pada masa pemerintahan Raja Nebuchadnezzar di Babilonia, hidroponik sudah diaplikasikan pada bentuk perikanan yang dikenal dengan "Herring-Garden-of-Babylon".

1325-1428 M
Buku Aqwa yang tinggal di daerah berawa Diwan Turki Ottoman menjelaskan tentang teknik menanam sayur di rumah. Buku ini menjelaskan tentang cara menanam sayur di rumah. Buku ini menjelaskan tentang cara menanam sayur di rumah.

1627
Charles Debenham menjelaskan tentang cara menanam sayur di rumah. Buku ini menjelaskan tentang cara menanam sayur di rumah.

1860-1865
Pada tahun ini lima orang yang penting untuk pertumbuhan tanaman sayur di Amerika, yaitu John G. Salton, G. S. Salton, G. Salton, G. Salton, dan G. Salton.

1937
Profesor Willem Frederik Gericke dari University of California Berkeley mempopulerkan istilah "Hydroponic" untuk budidaya tanaman dengan air yang sebelumnya disebut "Aeroponic". Ia sendiri mempopulerkan istilah ini dengan istilah "Hydroponic" yang merupakan cara menanam sayur di rumah.

1980an
Hidroponik diperkenalkan ke Indonesia pada awal tahun 1980an. Di Indonesia, teknik hidroponik banyak digunakan sebagai metode penanaman pada publikasi di berbagai pameran Expo sekitar 1980an. Jaria tanaman yang berkembang pesat adalah hidroponik pada rumah kaca dan rumah kaca, dengan menggunakan prosedur penanaman dan cara yang berbeda-beda.

RAGAM TANAMAN

Terdapat banyak jenis tanaman hidroponik, namun secara umum bisa dibedakan menjadi sayur dan buah. Sayuran yang banyak dibudidayakan hidroponik adalah sayur-sayuran yang memiliki siklus hidup pendek, yaitu sayur-sayuran yang dapat dipanen dalam waktu 1-2 minggu.

KOL HELAI Masa panen : 3-4 bulan	KUBIS Masa panen : 30-70 hari
BROKOLI Masa panen : 50-100 hari (bergantung varietas)	KEMBANG KOL Masa panen : 10-15 hari (bergantung varietas)
KACANG PANJANG Masa panen : 45 hari	TIWAS Masa panen : 2 bulan
SELERDI Masa panen : 120-150 hari	DANAI BAMBANG Masa panen : 3 bulan
GABAS Masa panen : 60 hari	PAPE Masa panen : 3 bulan
SAWI PUTIH Masa panen : 20-40 hari	KABAYU SAPI Masa panen : 70-80 hari
SAWI HILAU Masa panen : 40-60 hari	TERONG Masa panen : 3-4 bulan
PAKCOY Masa panen : 40-60 hari	CABAI Masa panen : 60-100 hari
KANGKUNG Masa panen : 30-40 hari	PAPRIKA Masa panen : 3-4 bulan
SAWI MUDA Masa panen : 40-60 hari	TERONG Masa panen : 3-4 bulan
BAYAM Masa panen : 20-25 hari	CABAI Masa panen : 60-100 hari

101 SISTEM SUMBU WICK SYSTEM

Sistem sumbu adalah metode hidroponik yang sederhana karena hanya menggunakan prinsip kapilaritas. Sistem ini banyak dipakai karena tidak ada biaya tambahan untuk membeli nutrisi yang mahal. Sistem ini banyak dipakai karena tidak ada biaya tambahan untuk membeli nutrisi yang mahal.

KELEBIHAN

- Mudah dipelajari (sederhana)
- Tidak membutuhkan listrik
- Biaya murah (hemat)

KEKURANGAN

- Kurang cocok untuk tanaman yang membutuhkan banyak nutrisi
- Kurang efisien untuk tanaman yang membutuhkan banyak nutrisi
- Harus beres-beres untuk memastikan nutrisi tidak tumpah
- Kebanyakan orang tidak mau menanam sayur di rumah

PROSEDUR

- Pilih tanaman yang cocok untuk sistem sumbu
- Pilih wadah yang sesuai
- Pilih nutrisi yang sesuai
- Pilih media tanam yang sesuai
- Pilih lokasi yang sesuai
- Pilih waktu yang sesuai

103 SISTEM NFT NUTRIENT FILM TECHNIQUE

Pada sistem ini penanaman nutrisi tanaman dilakukan dengan menggunakan saluran nutrisi yang lebar 3 mm pada permukaan tanaman. Sistem ini banyak dipakai karena tidak ada biaya tambahan untuk membeli nutrisi yang mahal.

KELEBIHAN

- Mudah dipelajari (sederhana)
- Tidak membutuhkan listrik
- Biaya murah (hemat)

KEKURANGAN

- Kurang cocok untuk tanaman yang membutuhkan banyak nutrisi
- Kurang efisien untuk tanaman yang membutuhkan banyak nutrisi
- Harus beres-beres untuk memastikan nutrisi tidak tumpah
- Kebanyakan orang tidak mau menanam sayur di rumah

PROSEDUR

- Pilih tanaman yang cocok untuk sistem NFT
- Pilih wadah yang sesuai
- Pilih nutrisi yang sesuai
- Pilih media tanam yang sesuai
- Pilih lokasi yang sesuai
- Pilih waktu yang sesuai

106 HIDROPONIK

Salah satu jenis hidroponik adalah sistem sumbu. Sistem ini banyak dipakai karena tidak ada biaya tambahan untuk membeli nutrisi yang mahal.

KELEBIHAN

- Mudah dipelajari (sederhana)
- Tidak membutuhkan listrik
- Biaya murah (hemat)

KEKURANGAN

- Kurang cocok untuk tanaman yang membutuhkan banyak nutrisi
- Kurang efisien untuk tanaman yang membutuhkan banyak nutrisi
- Harus beres-beres untuk memastikan nutrisi tidak tumpah
- Kebanyakan orang tidak mau menanam sayur di rumah

PROSEDUR

- Pilih tanaman yang cocok untuk sistem sumbu
- Pilih wadah yang sesuai
- Pilih nutrisi yang sesuai
- Pilih media tanam yang sesuai
- Pilih lokasi yang sesuai
- Pilih waktu yang sesuai

Hidroponik dengan Sistem Rakit Apung

Cara Merakit

- Potong lembaran styrofoam sesuai ukuran permukaan bak plastik yang ingin digunakan. Lalu buat beberapa lubang menggunakan cutter atau pisau tajam untuk menempatkan media tanam (sistem rakit apung).
- Siapkan media tanam yang sudah siap ke dalam bak. Media tanam yang sudah siap ke dalam bak. Media tanam yang sudah siap ke dalam bak.
- Siapkan media tanam yang sudah siap ke dalam bak. Media tanam yang sudah siap ke dalam bak. Media tanam yang sudah siap ke dalam bak.

KELEBIHAN

- Mudah dipelajari (sederhana)
- Tidak membutuhkan listrik
- Biaya murah (hemat)

KEKURANGAN

- Kurang cocok untuk tanaman yang membutuhkan banyak nutrisi
- Kurang efisien untuk tanaman yang membutuhkan banyak nutrisi
- Harus beres-beres untuk memastikan nutrisi tidak tumpah
- Kebanyakan orang tidak mau menanam sayur di rumah

PROSEDUR

- Pilih tanaman yang cocok untuk sistem rakit apung
- Pilih wadah yang sesuai
- Pilih nutrisi yang sesuai
- Pilih media tanam yang sesuai
- Pilih lokasi yang sesuai
- Pilih waktu yang sesuai

CARA MENYEMAI MENDUNGKAN ROCKWOOL

1. Siapkan rockwool dalam air bersih. 2. Siapkan rockwool dalam air bersih. 3. Siapkan rockwool dalam air bersih.

KELEBIHAN

- Mudah dipelajari (sederhana)
- Tidak membutuhkan listrik
- Biaya murah (hemat)

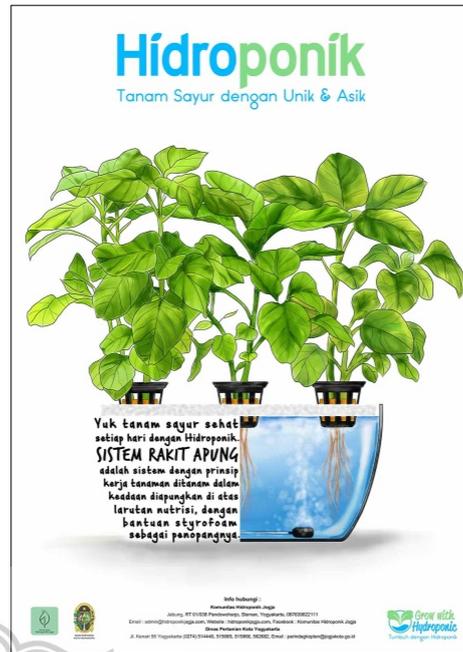
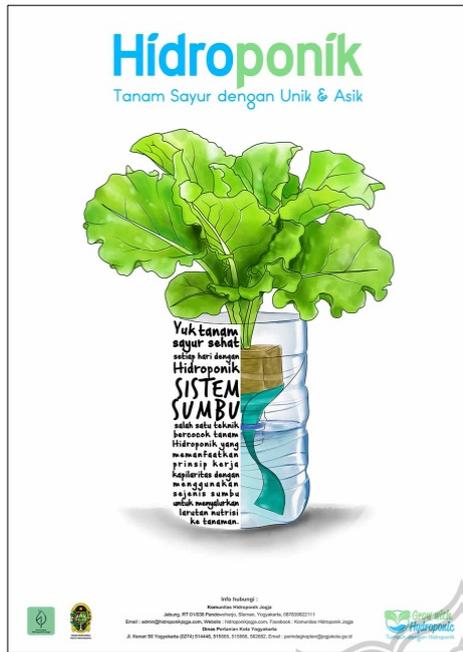
KEKURANGAN

- Kurang cocok untuk tanaman yang membutuhkan banyak nutrisi
- Kurang efisien untuk tanaman yang membutuhkan banyak nutrisi
- Harus beres-beres untuk memastikan nutrisi tidak tumpah
- Kebanyakan orang tidak mau menanam sayur di rumah

PROSEDUR

- Pilih tanaman yang cocok untuk sistem rockwool
- Pilih wadah yang sesuai
- Pilih nutrisi yang sesuai
- Pilih media tanam yang sesuai
- Pilih lokasi yang sesuai
- Pilih waktu yang sesuai

Gambar 2. Media Buku (Spread Book)
Sumber : Yosefine E.P.P



Gambar 3. Media Poster (atas: ILM, bawah: Poster *Event* dan *Flyer*)
Sumber : Yosefine E.P.P

Hidroponik
Tanam Sayur dengan Unik & Asik

Kampanye pengenalan bercocok tanam untuk lahan sempit dengan teknik Hidroponik. Tanam sayur setiap hari menjadi lebih mudah dan menyenangkan.

22-23
April 2017

Rusunawa Cokrodirjan
Rusunawa Juminahan
Kota Yogyakarta

Yuk, tanam sayur sehat setiap hari dengan Hidroponik. Belajar menanam untuk masa depan.

Info Hubungi :
Komunitas Hidroponik Jogja
Jabang. RT 01/03B Pabelanharjo, Slemas, Yogyakarta. 0271362211.
Email : admin@hidroponikjogja.com, Website : hidroponikjogja.com, Facebook : Komunitas Hidroponik Jogja

Dinas Pertanian Kota Yogyakarta
Jl. Kenari 56 Yogyakarta (0274) 514448, 515865, 515866, 562862, Email : perindagkota@jogjakota.go.id



Gambar 4. Media X-Banner dan Merchandise (T-Shirt, Mug, Pin, Stiker)
Sumber : Yosefine E.P.P

C. Kesimpulan

Keterbatasan lahan dan ketidaktahuan masyarakat rusunawa Kota Yogyakarta dalam hal bercocok tanam menjadi permasalahan utama sekaligus menjadi halangan dalam upaya peningkatan kualitas hidup. Konsep hidroponik sebagai salah satu cara bercocok tanam pun masih terdengar asing di telinga mereka. Padahal saat ini hidroponik mulai banyak diminati karena hidroponik dapat menjadi solusi alternatif bercocok tanam bagi lahan sempit. Pada prakteknya, hidroponik mudah dilakukan, sebab dapat memanfaatkan barang-barang bekas di sekitar. Dengan bahan plastik dan barang bekas yang didaur ulang, kita dapat membuat sistem hidroponik sederhana. Setidaknya ada dua upaya menyelamatkan lingkungan jika menggunakan teknik hidroponik. Pertama, kita telah berusaha menyumbang oksigen untuk meredam pemanasan global. Kedua, dengan pemanfaatan material plastik dan barang bekas, kita telah membantu pengurangan sampah yang masa terurainya ratusan tahun.

Selain mudah dalam prakteknya, hidroponik juga memberikan banyak manfaat seperti dapat menyediakan sayuran sehat yang dapat tumbuh lebih cepat daripada pertanian konvensional, lebih hemat karena dapat menggunakan barang-barang bekas, dan penggunaan pupuk juga lebih hemat. Oleh karena itu kampanye pengenalan hidroponik dilakukan sebagai bentuk usaha pemerintah bersama komunitas terkait dengan tujuan untuk mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap kesehatan dan lingkungan, mendorong dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat kecil menengah melalui pemberdayaan berupa pelatihan budidaya tanaman dengan hidroponik. Dengan begitu, masyarakat merasa terbekali dan diharapkan ke depannya selain lingkungan rusun bisa menjadi lebih asri, menghemat kebutuhan belanja harian, sisi kesehatan masyarakat lebih baik karena menanam sendiri, ketahanan pangan juga meningkat karena terisinya kantong-kantong/cadangan pangan. Dengan kata lain, mulai dari masyarakat golongan menengah ke bawah tetap mampu berkontribusi dalam program ketahanan pangan nasional meski minim lahan pertanian.

D. Daftar Pustaka

Buku :

Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga

Kasali, Rhenald. 1993. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti

Lingga, P. 1999. *Hidroponik Bercocok Tanam Tanpa Tanah*. Jakarta: Penebar Swadaya

Lwin, May, Jim Aitchison. 2005. *Clueless in Advertising*. Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer

Ruslan, Rosady. 2007. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher

Tautan :

<http://ipbmag.ipb.ac.id/profildosen/923b6ede2615a3cb10e4cb03da533a1d/Prof-Dr-Ahmad-Sulaeman-Bangun-Nasionalisme-Mulai-dari-Mulut>, diakses tanggal 21 Mei 2015

<http://www.femina.co.id/article/ancaman-dari-pestisida>, diakses tanggal 21 Mei 2015

<http://www.republika.co.id/berita/nasional/jawa-tengah-diy-nasional/12/04/10/m29ae6-lahan-pertanian-di-yogya-menyusut-satu-hektar-per-tahun>, diakses tanggal 18 Februari 2015

