IKLAN LAYANAN MASYARAK PEMANPAATAN LOTENG RUMAH SEBAGAI LAHAN HIDROPONIK

Suprianingsih

Prodi Desain Interior

Fakultas Seni dan Desain Universitas Potensi Utama Medan

Suprianingsih97@gmail.com

ABSTRAK

Iklan layanan masyarakat pemanpaatna loteng sebagai lahan hidroponik. Iklan layanan masyarakat (ILM) merupan peruses penyampaian informasi yang berrifat persuasive atau mendidik khlayak memlalui media periklanan agar pengetahuannya bertambah menumbuhkan sikap dan perubahan prilaku masyarakat terhadap masalah yang disampaikan, serta mendafat citra yang baik di benak masyarakat. Sedangkan Hidroponik dalam metode penanaman tanpa menggunakan tanah, naman menggunakan air sebagai media tanamnya. Sehingga metode penanaman ini dapat di aplikasikan dimana saja. Dan jauh lebih mudah untuk di aplikasikan di tempat- tempat yang tinggi seperti loteng rumah. Loteng ialah tingkat teratas dari sebuah rumah yang umumnya di gunakan untuk meletan parabola atau sebagai tempat menjemur pakaina. Namun sesungguhnya loteng bias di manfaatkan lebih dr itu.

Kata kunci : Iklan layanan masyarakat (ILM), hidroponik, loteng

ABSTRACT

Public service advertisement is attired as a hydroponic field. The public service advertisement (ILM) is a peruses of delivering information that is of a persuasive nature or educates the media through advertising media so that its knowledge increases the attitudes and changes in public attitudes towards the issues conveyed, as well as registering a good image in the minds of the people. While Hydroponics in the method of planting without using the soil, naman uses water as a medium of planting. So this planting method can be applied anywhere. And much easier to apply in high places like a house attic. Attic is the top level of a house that is generally in use for parabolic or as a place to dry clothes pakaina. But actually loft bias in use over dr it.

Keywords : Public service ads (ILM), hydroponics, attic

I. PENDAHULUAN

Pemanpaatan loteng rumah sebagai tempat untuk berkebun hidroponik merupakan hal yang harus segera di galangkan mengingat semakin berkurangnya lahan hijau di dunia khususnya di daerah perkotaan. Berkurangnya lahan hijau yang terjadi sekarang ini disebabkan oleh pengalihan pemanfaatan lahan yang seharusnya menjadi lahan hijau. Saat ini

justeru malah di pergunakan untuk pemukiman penduduk. Hal ini yang menyebabkan bumi menjadi panas serta membuat efek rumah kaca.

Oleh sebab itu pula kita sebagai manusia sudah saatnya mulai memikirkan alternatif atau cara lain untuk mengembalikan lahan hijau yang sudah banyak beralih fungsi. Salah satu caranya dengan mulai memanfaatkan loteng rumah sebagai tempat untuk berkebun berhidroponik. Khususnya di kota-kota besar, banyak gedung-gedung atau rumah penduduk yang memiliki loteng namun tidak di gunakan secara maksimal. Kebanyakan loteng yang mereka miliki hanya digunakan sebagai tempat menjemur pakaian atau tempat meletakkan parabola saja.

Jika saja loteng rumah yang mereka miliki di manfaatkan secara maksimal khususnya di manfaatkan sebagai lahan berhidroponik, maka akan dapat mengurangi panas bumi dan efek rumah kaca yang terjadi saat ini. Enggannya masyarakat memanfaatkan loteng rumah atau loteng gedungnya sebagai lahan hidroponik pada umumnya di sebabkan oleh berkebun yang umumnya membutuhkan banyak tenaga dan kotor, ini yang menyebabkan banyak orang enggan memanfaatkan lotengnya sebagai lahan hijau.

Mengingat sulitnya memindahkan tanah yang ada di bawah ke loteng, Namun saat ini telah banyak cara berkebun yang tidak menguras tenaga dan kotor serta tidak menggunakan tanah sebagai media tanamnya. Salah satunya ialah dengan berkebun secara hidroponik. Hidroponik merupakan cara berkebun yang menggunakan air sebagai media tanamnya sehingga dengan cara ini kita tidak akan membutuhkan tenaga yang besar dan juga kita tidak akan kotor. Karna sipat air yang bersih dan bisa kita dapat dengan mudah. Selain itu berkebun secara hidroponik juga sangat mudah dalam hal perawatan serta jangka waktu pertumbuhan yang lebih cepat dibandingkan dengan berkebun dengan cara yang biasa.

I.1 Metode Perancangan

Untuk memperoleh hasil perancangan Iklan Layanan Masyarakat Manfaatkan Loteng Sebagai Lahan Hidroponik yang komunikatif, efektif, dan mampu mencapai tujuan, maka diperlukan sebuah metode yang baik untuk mewujudkannya.

Metode Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Manfaatkan Loteng Sebagai Lahan Hidroponik ini dikelompokkan menjadi empat tahapan, yaitu :

- a. Wawancara dilakukan untuk mengetahui lebih jauh mengenai metode berkebun hidroponik. Serta mengumpulkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk merancang iklan layanan masyarakat pemanfaatan loteng sebagai lahan hidroponik.
- b. Tahap Observasi dan Identifikasi Data Tahap ini meliputi pengumpulan data tentang seluruh aspek yang berkaitan dengan masalah sosial loteng sebagai lahan hidroponik terhadap masyarakat perkotaan, khususnya masalah cara memanfaatkan loteng sebagai lahan hidroponik.
- c. Tahap Analisis (pembahasan)

Pada tahap ini data-data yang telah didapat, dianalisa kembali dengan menggunakan metode analisis 5W+1H. Hal ini bertujuan agar media yang dirancang dapat berkomunikasi dengan baik kepada *audience*.

d. Tahap pembuatan karya (art work)

Tahap ini merupakan tahap akhir apabila semua data dan ide serta konsep dirasa sudah layak untuk diracik menjadi sebuah karya.

I.2 Landasan Teori

Iklan layanan masyarakat ialah iklan – iklan yang menyajikan pesan – pesan social yang bertujuan untuk membangkitkan kepedulian masyarakat terhadap sejumlah masalah yang harus mereka hadapi, yakni kondisi yang bisa mengancam keselamatan dan kehidupan umum. Iklan layanan masyarakat adalah salah satu upaya untuk mempersuasi masyarakat dengan cara mengajak dan menghimbau dan menghimbau mereka untuk mengerti, menyadari, turut memikirkan, serta menempatkan posisinya agar tidak larut dan terjerumus dengan permasalahan.

Iklan layanan masyarakat ialah sebuah iklan yang non komersial, iklan ini dirancang dan dipublikasikan bukan untuk mencari keuntungan namun untuk mendidik dan mengajak masyarakat peduli. Keuntungan yang dituju atas perancangan iklan layanan masyarakat bukan lah keuntungan ekonomi melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial ialah menambahnya pengetahuan masyarakat terhadap suatu hal dan perubahan sikap yang positif terhadap masalah yang diiklankan.

Di dalam Desain Komunikasi Visual, komunikasi dipahami sebagai bentuk penyampaian pesan atau informasi dan pengertian dari seorang kepada yang lain. Dalam semua usaha komunikasi pemasaran, tujuan diarahkan pada pekerjaan satu atau lebih, yaitu (1) membangun keinginan, (2) menciptakan kesadaran, (3) meningkatkan sikap dan mempengaruhi niat, (4) mempermudah pemakaian atau pembelian (Safanayong. 2006:10). Sedangkan variabel yang mempengaruhi proses komunikasi yaitu persepsi, motivasi, learning, memori, sikap, kepercayaan, kepribadian, pengaruh kelompok, gaya hidup, dan nilai-nilai. (ibid.,12).

Media komunikasi adalah alat/media yang digunakan sebagai sarana penyampaian pesan kepada target audiens. Fungsi media komunikasi adalah sebagai alat untuk mempermudah penyampaian pesan (efektif), mempercepat penyampaian pesan (efisien), memperjelas maksud dan tujuan penyampaian pesan, dan membangkitkan motivasi dalam mendengarkan suatu informasi.

Dalam menentukan suatu media dibutuhkan konsep desain guna mendapatkan media yang tepat sasaran, tepat pesan, dan tepat capaian. Tepat sasaran berhubungan dengan target audiens yang ditentukannya. Tepat pesan adalah informasi yang disampaikan adalah sama dengan yang diterima target audiens. Sedangkan tepat capaian artinya target audiens menanggapi pesan media sesuai dengan tujuan desain dibuat.

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), system pasang surut, system tetes, dan aeroponik.

III. Pembahasan

Iklan layanan masyarakat atau yang lebih di kenal dengan sebutan kampanye social sebagai salah satu bentuk sarana pengetahuan masyarakat bagaimana cara memanfaatkan loteng rumah sebagai lahan hidroponik khususnya di kota medan. Pembangunan yang sangat pesat di kota medan membuat banyak lahan hijau yang dialih fungsikan menjadi bangunan-bangunan rumah tinggal dan bangunan industri. Sehingga berdampak pada pemanasan global yang saat ini kita rasakan.

Untuk merancang agar iklan layanan masyarakat atau yang di sebut kampanye social ini berjalan dengan baik maka dibutuhkan beberapa tahapan dan tahap awal yang harus dilakukan ialah. Tahap awal ialah melakukan reset pengumpulan data serta mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya baik itu data verbal maupun data dokumen.

Dalam perancangan iklan layanan masyarakat atau kampanye sosial nantinya akan menggunakan poster atau spanduk, dalam hal ini media tersebut di anggap efektif dalam menyampaikan maksud dan tujuan di buatnya iklan layanan masyarakat ini, karena mudah di lihat dan diterima oleh masyarakat luas khususnya di kota medan.

Adapun tujuan pembuatnya iklan layanan masyarakat pemanfaatan loteng sebagai lahan hidroponik dan membuat produk desain komunikasi visual ini adalah sebagai berikut:

- Memperkenalkan sistem penanaman dengan metode hidroponik.
- Memberikan alternatif dalam dua pertanian.
- Membangkitkan kesadaran masyarakat atas betapa pentingnya lahan hijau bagi kehidupan kita bersama.
- Membuka wawasan masyarakat tentang mudahnya cara berkebun dengan menggunakan metode hidroponik.
- Membangun kesadaran masyarakat bahwa loteng rumah bukan lah lahan tidur yang tidak bernilai ekonomis.
- Membangun kesadaram masyarakat bahwa lahan hijau bisa berada di atas loteng rumah.

Ruang lingkup dari pembahasan iklan layanan masyarakat pemanfaatan loteng sebagai lahan hidroponik. Agar pembahasan dalam perancangan tidak meluas dan tidak mengurangi tujuan yang ingin di capai, maka perlu adanya pembatas ruang lingkup di dalam perancangan

kampanye sosial memanfaatkan loteng sebagai lahan hidroponik di kota Medan. Ruang lingkup perancangan di batasi pada pencarian data seputar Medan, kampanye sosial, dan letak geografis yang berada di kota Medan. Seluruh kegiatan perancangan sampai dengan final nantinya akan dilaksanakan pada bulan Oktober sampai dengan Desember 2017. Kegiatan perancangan nantinya meliputi proses perancangan poster dan spanduk sebagai media utamanya, pemilihan media pendukung dan penyajian yang informatif serta di eksekusi dengan sebaik-baiknya.

Target utama dalam perancangan iklan layanan masyarakat pemanfaatan loteng sebagai lahan hidroponik sebagai berikut:

a. Demografis

Usia :17-50 tahun

Terdiri dari : Remaja, Dewasa, Orang tua

Jenis kelamin : Perempuan Dan Laki-laki

b. Geografis

Lokasi sasaran yang di tuju dalam perancangan ini adalah kota Medan.

c. Psikografi

Secara target perancangan ini mengarah kepada rumah - rumah yang memiliki loteng, seperti di tempat – tempat umum seperti supermarket, tempat perbelanjaan dan di tempat – tempat umum lainnya.

Pengumpulan data merupakan tahapan awal yang harus dilakukan untuk merancang sebuah iklan layanan masyarakat. Pada tahap ini kita akan mencari tahu apa yang sebenarnya terjadi di lapangan. Dengan mengetahui apa yang sebenarnya terjadi maka kita akan dapat menentukan metode apa yang akan digunakan untuk merancang iklan layanan masyarakat.

- Melakukan wawancara kepada beberapa nara sumber yang telah menggunakan metode hidroponik di loteng rumah mereka. Sehingga mendapat informasi bagaimana cara menanam menggunakan metode hidroponik yang baik dan benar.
- Melakukan Observasi yang dilakukan adalah dengan terjun langsung kelapangan mengunjungi rumah – rumah warga yang memiliki loteng yang ada di kota Medan, dan juga mengunjungi rumah – rumah yang telah menggunakan loteng sebagai lahan hidroponik yang di kota Medan. untuk mendapatkan data dan informasi yang di perlukan dalam perancangan ini.

Gambar 1. loteng yang di manfaatkan hanya sebagai tempat peletakan tabung air

Gambar 2. loteng yang di manfaatkan hanya sebagai tempat menjemur pakaian

Gambar 3. loteng yang di manfaatkan sebagai lahan berhidroponik tanaman tomat

Gambar 4. loteng yang di manfaatkan sebagai lahan berhidroponik tanaman buah

d. Dokumentasi

Mencari sumber informasi berupa foto, dan data tentang rumah – rumah yang memiliki loteng di kota medan. Selain itu, proses dokumentasi juga langsung menuju ke lapangan yaitu mendatangi rumah – rumah yang memiliki loteng di kota medan.

Gambar 5. loteng yang di manfaatkan sebagai lahan berhidroponik tanaman sayuran

e. Identifikasi Data

Adapun beberapa identifikasi masalah dalam merancang iklan layanan masyarakat loteng sebagai lahan hidroponik ialah sebagai berikut:

- Masih banyaknya loteng rumah yang masaih di gunakan untuk tempat menjemur pakaian atau hanya untuk meletakan tangka air.
- Sebagian pemilik rumah belum mengetahui cara berkebun hidroponik, sehingga enggan memanfaatkan loteng sebagai lahan hidroponik.

f. Analisis Data

Dalam perancangan ilkan layanan masyarakat ini analisis masalah yang dilakukan ilah sebagai berikut:

- **What** : Apa yang akan dinuat? Pada perancangan ini yang akan dibuat ialah sebuah iklan layanan masyarakat yang dapat menarik minat target audiens untuk mulai memanfaatkan loteng sebagai lahan berkebun hidroponik.
- **Where** : Dimana akan diaplikasikan atau diterapkan? Perancangan iklan layanan masyarakat ini nantinya akan diaplikasikan dalam bentuk poster dan bener yang akan dipasang di lokasi-lokasi yang strategis.
- **When** : Kapan Dimulai? Perancangan ini akan dimulai saat ini hingga selesai
- **Who** : Siapa target audiens? Target audiens dari perancangan iklan layanan masyarakat ini ialah para remaja, dewasa dan orang tua.
- **Why** : Mengapa diciptakan? Iklan layanan masyarakat pemanfaatan loteng sebagai lahan hidroponik untuk memperkenalkan metode hidroponik pada masyarakat.
- **How** : Bagaimana merancang sebuah iklan layanan masyarakat pemanfaatan loteng sebagai lahan hidroponik? Iklan akan dirancang menggunakan software tertentu untuk medesai iklan layanan masyarakat pemanfaatan loteng sebagai lahan hidroponik.

III.1 Strategi Perancangan

Dalam perancangan ini nantinya setelah pengumpulan data selesai, maka akan di lakukan pengamatan pada poster atau iklan dengan tema yang sama, yang telah lama di sosialisasikan kepada masyarakat. Perancangan di mulai dengan brainstorming kemudian di spesifikasikan data tersebut menggunakan cara Mind Mapping. Dengan menggunakan pengolahan data tersebut, maka akan menghasilkan beberapa visual berupa foto, layout, ilustrasi dan warna.

Dalam perancangan kampanye sosial ini setelah data di lengkapi, kemudian dilanjutkan dengan sketsa dasar dengan beberapa alternatif di dalamnya, lalu di seleksi kemudian di lanjutkan dengan menggunakan software grafis dan di aplikasikan ke kertas *injekpaper*, sampai pada akhirnya tercipta final desain yang di aplikasikan ke dalam media utama maupun media pendukung, kemudian media iklan layanan masyarakat Manfaatkan Loteng Sebagai Lahan Hidroponik siap di tempatkan di tempat yang paling strategis agar para masyarakat umum dan khususnya para remaja, dewasa dan orang tua dapat melihat media iklan layanan masyarakat tersebut dengan baik.

III.2 Konsep Kreatif

Konsep kreatif merupakan sebuah tema, ide pokok atau gagasan unik yang akan diangkat dan dikemas menjadi sebuah produk komunikasi visual. Secara garis besar konsep kreatif merupakan titik awal yang sangat penting untuk menemukan berbagai gagasan baru dan belum pernah ada sebelumnya, agar apa yang akan dikomunikasikan mempunyai sebuah karakteristik atau pembeda.

Untuk Iklan layanan masyarakat memanfaatkan loteng sebagai lahan hidroponik, adadua ide besar yang akan dijadikan sebagai pijakan dalam perancangannya. Ide tersebut adalah sebagai berikut:

a. loteng rumah

Loteng rumah di jadikan tempat berkebun dengan system hidroponik. Yang akan terlihat indah dan asri, lalu disandingkan dengan loteng yang tidak di jadikan lahan berkebun hidroponik serta penambahan beberapa sayuran dan system penanaman hidroponik. Loteng yang tidak dijadikan lahan hidroponik dimaksudkan sebagai loteng tidur.

b. Loteng mu bukan lahan tidur

Taqline ini untuk mengingatkan kita, bahwa loteng yang kita miliki dapat di manfaatkan sebagai lahanber kebun hidroponik, bukannya sekedar loteng yang tidak menghasilkan sesuatu.

Kedua ide besar diatas akan diwujudkan kedalam bentuk visual yang menarik agar bisamenarik perhatian *target audience*, dan diaplikasikan kedalam beberapa media publikasi, seperti kantung belanja kertas atau gelas.

III.3 Strategi Kreatif

Secara umum, strategi kreatif merupakan rangkaian kegiatan untuk merumuskan bentuk, isi, serta strategi penyampaian pesan (verbal dan visual), sebelum masuk ke tahap pengerjaan atau eksekusi sebuah produk komunikasi visual.

Dalam strategi kreatif, semua hal yang berkaitan dengan ide dan konsep perancangan iklan layanan masyarakat Manfaatkan Loteng Sebagai Lahan Hijau, akan diracik menjadi sebuah pesan yang menarik dan menancap kehati dan benak *target audience*.

Adapun yang harus ditentukan dalam perancangan iklan layanan masyarakat Manfaatkan Loteng Sebagai Lahan Hijau adalah sebagai berikut:

a. Isi Pesan

Pesan dalam iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk mempersuasi *target audience* agar paham bagaimana memanfaatkan Loteng Sebagai Lahan Hidroponik sebagai gerakan penghijauan.

b. Pesan Verbal

Pesan Verbal merupakan pesan berupa teks atau kata-kata, yang tujuannya adalah sebagai pendukung yang memperjelas pesan visual. Melalui pesan verbal inilah iklan bisa lebih efektif untuk berkomunikasi dengan *target audience* agar tujuan Iklan dapat tercapai. Pesan pada iklan layanan masyarakat menyatakan bahwa loteng rumah kita dapat di jadikan sebagai lahan pertanian dengan system hidroponik yang bukan terbuat dari besi yang akan tahan jika kejatuhan benda berat, atau tertusuk benda tajam.

c. Pesan Visual

Untuk pesan visual iklan layanan masyarakat Manfaatkan Loteng Sebagai Lahan Hijau akan ditampilkan visual dengan menggunakan loteng yang lebih indah setelah di manfaatkan sebagai lahan hidroponik, karnabanyakan aloteng yang hanya digunakan sebagai tempat menjemur pakaian.

III.4 Penyajian

a. Media yang digunakan.

Penyajian pesan dituangkan dalam bentuk poster dan benner yang dianggap dapat menyampaikan informasi yang dimaksud dengan baik, poster dipilih karna sipatnya yang mudah ditempel dimana saja dan bentuknya yang cukup ideal untuk diletakan dilokasi-lokasi yang strategis. Dan untuk benner dipilih karna sipatnya yang dapat berdiri tegak ditengah-tengah ruangan atau di dekat pintu-pintu masuk yang dapat dilihat oleh target audiens.

b. Tipografi

Pada perancangan iklan layanan masyarakat ini jenis huruf atau tipografi yang digunakan ialah “ Script MT Bold” jenis huruf ini dipilih karna dianggap memiliki karakter yang jelas dan lembut sehingga dapat menyampaikan informasi yang ingin disampaikan oleh iklan layanan masyarakat pemanfaatan loteng sebagai lahan hidroponik.

c. Warna

Pada perancangan ini warna-warna yang digunakan dominan warnah hijau hal ini disebabkan konsep dasar dari iklan itu sendiri yang mengangkat tema penghijauan sehingga warna hijau dianggap paling mewakili dan mendukung iklan layanan masyarakat yang digarap.

Gambar 6. Desain poster iklan layanan masyarakat Pemanpaatan loteng sebagai lahan hidroponik

Gambar 6. Desain Benner iklan layanan masyarakat Pemanfaatan loteng sebagai lahan hidroponik

IV. Kesimpulan

Keterbatasan lahan dan ketidaktahuan masyarakat Kota Medan terhadap system bercocok tanam hidroponik. 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 baran 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 iklan layanan masyarakat pemanfaatan loteng sebagai lahan hidroponik dilakukan sebagai bentuk usaha untuk membangun kesadaran masyarakat untuk mulai memanfaatkan loteng rumahnya sebagai lahan hidroponik bukan hanya sekedar untuk menjemur pakaian atau tempat penampungan air saja.

Selain itu iklan layanan masyarakat ini juga bertujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi masyarakat, karena dengan mengubah loteng menjadi lahan hijau masyarakat akan dapat mengurangi keperluan untuk membeli sayuran di karnakan loteng yang mereka miliki telah menghasilkan sayuran segar setiap hari yang sekiranya cukup untuk memenuhi kebutuhan sayuran. Sehingga uang yang seharusnya untuk membeli kebutuhan sayuran dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan lainnya.

Dan dampak yang lebihbesarlagi akan di rasakan masyarakat apabila kegiatan berkebun di loteng dengan metode hidroponik ini dikembangkan lebih lanjut akan dapat menghasilkan keuntungan yang mampu membantu kebutuhan rumah tangga, karna tidak hanya dapat di nikmati sendiri namun juga dapat di komersilkan ke lingkungan sekita.

Serta akan berdampak sangat baik bagi lingkungan sekitar dan bumi tercinta karna semakin banyaknya lahan hijau yang terbuka di muka bumi, tanpa harus merukak hutan yang akan mengakibatkan bayak bencana alam.

KEPUSTAKAAN

Buku:

- [1] Pujiyanto. (2013) . Iklan Layanan Masyarakat., ANDI Off set, Yogyakarta.
- [2] Safanayong, Yongky. (2006). Desain Komunikasi Visual Terpadu., Arte Intermedia, Jakarta.

Jurnal:

- [3] Runtiko, Agus Ganjar. (2013). “Desain Iklan Layanan Masyarakat Pemerintah” dalam Jurnal Penelitian Komunikasi. FISIP Universitas Jenderal Sudirman. Banyumas.Vol 16. No. 1 Juli 2013. ISSN 1410-8291.
- [4] Widianoro, Danu. (2015). “ Strategi Perancangan Poster Pada Iklan Layanan Masyarakat Kampanye Menabung Air Di Yogyakarta” dalam jurnal Desain komunikasi Visual. Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Vol III. No.1 Mei 2015