

dasar pembelajaran melalui pendekatan psikologi eksperimental.(Miftahul Ulum and Ahmad Fauzi, 2023).

BAB III

ANALISIS DAN PERANCANGAN

3.1 Pengumpulan data (*Empatize*)

Sebelum masalah dapat diidentifikasi, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah mengumpulkan data melalui pendekatan Empathize. Pendekatan ini mencakup pengumpulan informasi menggunakan berbagai metode seperti wawancara, observasi, dan studi literatur. Tujuan dari tahap ini adalah mendapatkan pemahaman dan mengali seputar peran pupuk organik, baik dari segi pandangan petani, keunggulan, potensi, dan pengaruhnya terhadap lingkungan.

3.1.1 Wawancara

Pak Suwaji, seorang petani berusia 56 tahun yang tinggal di Dusun Bringin, telah menekuni dunia pertanian selama bertahun-tahun, sebuah profesi yang ia tekuni sejak masih muda, didorong oleh tradisi keluarga yang telah berlangsung selama beberapa generasi. Sejak kecil, Pak Suwaji sering membantu orang tuanya di sawah, belajar dari pengalaman dan kerja keras mereka dalam mengelola lahan pertanian. Pada akhirnya, ia memutuskan untuk meneruskan usaha keluarganya tersebut sebagai bagian dari pengabdian terhadap warisan keluarga dan masyarakatnya. Dalam praktik bertaninya, Pak Suwaji meyakini bahwa pupuk merupakan salah satu komponen yang sangat penting, karena mampu mempercepat pertumbuhan tanaman dan pada akhirnya mempercepat masa panen, yang menjadi

salah satu tujuan utama dalam pertanian padi. Saat ini, ia menggunakan pupuk KCL, yaitu pupuk kimia yang berbahan dasar kalium CA dengan kandungan sebesar 60%, yang diaplikasikan pada fase vegetatif padi, yaitu fase pertumbuhan awal di mana padi belum menghasilkan biji. Berdasarkan pengalaman panjangnya dalam bertani, Pak Suwaji merasa bahwa penggunaan pupuk ini memberikan dampak yang signifikan, terutama dalam hal mempercepat proses panen, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas lahan. Namun, ketika berbicara mengenai pupuk organik, Pak Suwaji memiliki pandangan yang lebih skeptis, karena ia merasa bahwa pupuk organik tidak jauh berbeda dari pupuk kimia yang biasa ia gunakan. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diterima oleh Pak Suwaji mengenai perbedaan antara kedua jenis pupuk tersebut masih sangat terbatas. Selain itu, Pak Suwaji enggan beralih ke pupuk organik karena beberapa alasan, termasuk perbedaan harga yang cukup mencolok di mana pupuk organik cenderung lebih mahal, serta faktor kenyamanan dan kepercayaan yang telah ia bangun selama bertahun-tahun menggunakan pupuk kimia, yang menurutnya telah memberikan hasil yang memuaskan. Untuk saat ini, Pak Suwaji mengaku belum tertarik untuk mencoba pupuk organik, karena ia merasa bahwa pupuk kimia yang selama ini ia gunakan masih sangat cocok dan memberikan manfaat besar dalam menunjang produktivitas pertaniannya.

Kemudian yang kedua, adalah hasil wawancara dengan bapak ari yang merupakan pendiri pabrik produksi pupuk organik di kecamatan wajak, beliau berusia 48 tahun yang telah berkecimpung di dunia pertanian khususnya pupuk organik selama bertahun tahun. Bapak Ari menjelaskan perbedaan yang tampak mencolok pupuk

organik dengan pupuk kimia yaitu adalah bahan bakunya, pupuk kimia menggunakan campuran bahan kimia sedangkan pupuk organik menggunakan limbah hewan contoh sapi, ayam, dan kerbau, ketiga bahan limbah hewan tersebut yang sering di gunakan oleh beliau untuk memproduksi pupuknya, bapak Ari menjelaskan dampak penggunaan pupuk organik tidak hanya baik untuk tanahamanya tadi juga untuk lingkungan, karena pada dasarnya apa yang dikasih ke tanaman akan diserap pula oleh tanah, dampak yang paling terlihat adalah kesuburan tanah yang semakin baik dicirikan tanah tersebut basah (tidak retak) dan di tinggali cacing di dalamnya. Menurut Bapak Ari pupuk organik memiliki dampak jangka Panjang kepada lingkungan memalui nutrisi yang diberikan pada tanaman maupun tanah yang akan menyebab proses regenerasi secara alami hal ini juga berdampak akan berkurangnya pencemaran lingkungan (darat). Beliau menambahkan pupuk organik juga akan dapat berkontribusi pada praktik pertanian berkelanjutan melalui dukungan untuk siklus alami dan mengurangi ketergantungan pada bahan kimia. Selama berkecimpung di dunia pertanian bapak Ari menjelaskan respon Masyarakat kepada pupuk organik yang masih skeptis dan memandangan sebelah mata pupuk organik serta Masyarakat tergantung menyepelekan pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh pupuk kimia, ia menambahkan alasan Masyarakat memiliki pemikiran seperti ini adalah adanya tradisi turun temurun yang sudah diwariskan kepada pendahulunya tentang penggunaan pupuk kimia hal tersebutlah yang menjadi tantangan terbesar dalam memperkenalkan pupuk organik kepada petani, namun tidak semua petani seperti itu masih ada diluar sana petani yang mulai beralih ke pupuk organik ia

mengapresiasi dan menyambut baik petani seperti ini meskipun ada beberapa petani yang belum konsisten menggunakan pupuk organik. Menurut bapak Ari Langkah awal yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan kepada petani pupuk organik adalah dengan menyadarkan, memberikan informasi, memberikan edukasi, dan memberikan hasil nyata kepada petani agar menimbulkan minat dalam diri mereka untuk menggunakan pupuk organik.



Gambar 3. 1 Proses Kegiatan Wawancara

Sumber: Dokumenter Penulis

3.1.2 Observasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Suwaji, seorang petani di Desa Bringin, diketahui bahwa penggunaan pupuk kimia masih lazim dilakukan oleh para petani di wilayah tersebut. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan informasi yang memadai yang dapat diakses oleh Pak Suwaji dan petani lainnya mengenai manfaat dan cara penggunaan pupuk organik. Padahal, di sisi lain, telah ada pabrik pupuk organik yang beroperasi di daerah tersebut, yang sebenarnya dapat memenuhi kebutuhan para petani seperti Pak Suwaji akan pupuk organik.

Namun, kurangnya sosialisasi dan pengetahuan membuat petani tetap bergantung pada pupuk kimia dalam praktik pertaniannya.

Selain itu, toko pertanian menjadi tempat pertama yang didatangi oleh Pak Suwaji ketika beliau membutuhkan pupuk untuk keperluan pertaniannya. Melalui toko-toko pertanian inilah, Pak Suwaji memperoleh informasi terkait berbagai jenis pupuk yang kelak akan digunakan dalam praktik pertaniannya. Para penjual di toko-toko pertanian ini juga memiliki peran penting dalam memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat, terutama dalam mendorong mereka untuk beralih dari penggunaan pupuk kimia ke pupuk organik. Dengan demikian, diharapkan kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan penggunaan pupuk organik di kalangan petani yang melibatkan toko-toko pertanian sebagai mitra distribusi, karena toko-toko tersebut merupakan akses awal bagi petani untuk mendapatkan pupuk yang akan digunakan dalam kegiatan pertanian mereka.

Kemudian observasi dilanjutkan dengan menggali data pengguna pupuk organik dan kimia di desa wajak, hasil penggalian data ditemukan, dari total 64 petani yang ada di desa Bringin, 36 orang menggunakan pupuk kimia, sementara hanya 28 orang yang menggunakan pupuk organik. Petani di Desa Wajak cenderung lebih sering mengandalkan pupuk kimia untuk mempercepat pertumbuhan tanaman dibandingkan pupuk organik. Mereka juga jarang melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi tanah maupun tanaman, sehingga kurang memahami kebutuhan spesifik lahan yang digarap. Selain itu, penggunaan pestisida dilakukan secara rutin meskipun serangan hama belum banyak, yang berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap ekosistem. Fokus

utama para petani lebih tertuju pada hasil panen jangka pendek, sementara upaya menjaga kesuburan tanah untuk keberlanjutan jangka panjang masih kurang diperhatikan.



Gambar 3. 2 Proses Observasi

Sumber: Dokumenter Penulis

3.1.3 Studi Literatur

Mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, seperti jurnal, artikel, dan sumber media lainnya, dapat mendukung data yang dikumpulkan, memperkuat perancangan dan membuktikan keabsahan data.

Sebagai negara agraris, kontribusi sektor pertanian terhadap pertumbuhan ekonomi nasional mengalami penurunan yang signifikan. Salah satu faktor utama penyebab penurunan ini adalah perubahan iklim yang semakin tidak menentu, yang

memberikan dampak besar terhadap keberlangsungan sektor pertanian. Perubahan iklim global ini sebagian besar disebabkan oleh meningkatnya emisi Gas Rumah Kaca (GRK) akibat berbagai aktivitas manusia yang mendorong naiknya suhu bumi. Perubahan iklim tersebut memberikan dampak negatif terhadap pembangunan pertanian, karena melibatkan tiga unsur utama iklim yang sangat berkaitan dengan aktivitas pertanian, yaitu meningkatnya suhu udara yang memengaruhi kelembapan dan dinamika atmosfer, berubahnya pola curah hujan, serta meningkatnya frekuensi kejadian iklim ekstrem seperti El-Nino dan La-Nina (UPLAND, 2023).

Kemudian dalam konteks Desain Komunikasi Visual, kampanye kesadaran lingkungan, infografis berperan penting dalam menyampaikan informasi yang kompleks secara lebih sederhana dan menarik. Sebagai contoh, infografis yang menampilkan data penurunan kualitas udara di Jakarta dapat lebih cepat menarik perhatian publik dibandingkan laporan tertulis yang panjang dan teknis.

Penggunaan infografis terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman audiens. Berdasarkan penelitian dari, konten visual dapat meningkatkan daya ingat informasi hingga 65%. Hal ini menjadi sangat relevan dalam kampanye lingkungan, di mana informasi yang disampaikan sering kali bersifat teknis dan sulit dipahami oleh masyarakat umum. Melalui penggunaan elemen visual seperti diagram, grafik, dan kombinasi warna yang kontras, desainer dapat menghasilkan infografis yang tidak hanya estetis tetapi juga mudah dipahami dan penuh makna. (Fathoni, Anandaridho and Wijaya, 2024)

3.2 Identifikasi Masalah (*Define*)

Setelah data terkumpul, analisis dilakukan untuk mengidentifikasi masalah mendasar yang dihadapi oleh para petani. Tahap ini bertujuan untuk menemukan aspek-aspek utama yang menjadi permasalahan yang perlu diatasi. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, sejumlah masalah utama terungkap, antara lain:

3.1.2.1 *What* (Apa) Apa peristiwa yang sedang diteliti.

Penggunaan Pupuk Organik yang masih minim di kalangan petani dikarenakan kurangnya pemahaman infomasi mengenai pupuk organik.

3.1.2.2 *Who* (Siapa): Siapa target utama dari kampanye ini

Petani bahan pokok yang masih menggunakan pupuk kimia, dikarenakan petani ini adalah elemen penting dan yang paling sering menggunakan pupuk.

3.1.2.3 *When* (Kapan): Kapan kejadian ini berlangsung?

Kejadian ini berlangsung di tahun 2024 sesuai dengan hasil data yang di peroleh oleh peneliti melalui observasi dan wawancara.

3.1.2.4 *Why* (Mengapa): Mengapa perlu dibuat kampanye ini?

a. Kurangnya Pemahaman dan Pengetahuan

Banyak petani belum sepenuhnya memahami manfaat jangka panjang pupuk organik, termasuk dampaknya terhadap kesuburan tanah dan lingkungan. Informasi yang kurang memadai mengenai perbandingannya dengan pupuk kimia membuat petani ragu untuk memilih pupuk organik.

d. Akses Terbatas terhadap Pupuk Organik

Meskipun ada pabrik pupuk organik di beberapa daerah, distribusi dan ketersediaan di toko-toko pertanian masih terbatas. Hal ini menyebabkan petani lebih mudah mendapatkan pupuk kimia yang sudah umum mereka gunakan.

e. Harga Pupuk Organik yang lebih tinggi

Harga pupuk organik terkadang lebih tinggi dibandingkan dengan pupuk kimia, terutama jika dibeli dalam jumlah kecil. Meskipun pupuk organik menawarkan manfaat jangka panjang, biaya awal yang lebih tinggi menjadi kendala bagi petani untuk beralih.

f. Kebiasaan dan Pola Pikir Konvensional

Banyak petani telah terbiasa menggunakan pupuk kimia selama bertahun-tahun, sehingga merasa nyaman dengan metode tersebut. Mereka mungkin merasa skeptis terhadap perubahan, terutama jika tidak ada hasil nyata dalam jangka pendek.

3.1.2.5 *Where* (Di mana): Di mana kejadian ini terjadi?

Fenomena ini terjadi di desa Bringin, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang.

3.1.2.5 *How* (Bagaimana): Bagaimana upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut?

Penelitian yang akan merancang kampanye sosial guna meningkatkan *awareness* tentang pupuk organik, diharapkan akan meningkatkan penggunaan pupuk organik di kalangan petani.

3.3 Pemecahan Masalah (*Ideate*)

untuk mengatasi permasalahan kurangnya informasi yang diserap petani tentang pupuk organik, peneliti menawarkan beberapa rancangan permasalahan sebagai berikut :

a. Booklet Kampanye Promosi

Menurut Kemm dan Close dalam makalah “*mengenai media gizi*”, booklet memiliki dua keunggulan dibandingkan media lainnya, yaitu dapat dipelajari kapan saja karena bentuknya menyerupai buku, serta mampu memuat informasi yang relatif lebih banyak dibandingkan poster (Purbasari and Septiannisaa, 2020).

Menurut Ewles dalam makalah “*media gizi*” yang dikutip dalam buku karya Fitri Roza, media berbentuk buku memiliki sejumlah keunggulan, antara lain(Gustaning, 2014):

- Dapat digunakan sebagai sarana belajar mandiri.
- Mudah dipahami dan dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi bagi keluarga maupun teman.

- Praktis untuk dibuat, diperbanyak, diperbaiki, serta disesuaikan sesuai kebutuhan.
- Mengurangi kebutuhan peserta untuk mencatat selama proses pembelajaran.
- Biaya produksinya relatif murah dan pembuatannya cukup sederhana.
- Lebih tahan lama dibandingkan media cetak lainnya.
- Memiliki kapasitas untuk memuat informasi dalam jumlah yang lebih banyak.
- Dapat disesuaikan untuk menyesar kelompok demografis tertentu.

b. Booklet berisi muatan konten seputar pupuk organik

Booklet yang berisi muatan konten – konten Pupuk Organik akan memberikan Gambaran informasi kepada petani jika mereka beralih ke Pupuk Organik

c. Distribusi Booklet

Berkolaborasi dengan Perusahaan penyedia pupuk organik

Perusahaan penjual pupuk pertanian disini berperan sebagai mitra utama petani untuk mendapatkan pupuk organik (yang akan mereka gunakan), melalui penyuluhan dan sosialisasi yang dilakukan oleh Perusahaan kepada target audience.

d. Ukuran

Booklet menggunakan A4, berdasarkan hasil obsevasi petani menggalami kesulitan jika menggunakan media yang berukuran kecil sehingga perlu dibuat media yang lebih besar, ukuran ini sendiri dipilih berdasarkan hasil pertimbangan kembutuhan audience.

3.2.1 Konsep Perancangan

Konsep utama dari perancangan ini adalah menciptakan rancangan muatan kampanye sosial yang bertujuan untuk memberikan informasi edukatif mengenai pupuk organik kepada masyarakat, khususnya para petani. Fokus utama dari kampanye ini adalah tidak sekadar memberikan informasi, tetapi juga mengubah persepsi yang selama ini ada tentang pupuk organik serta membangun citra positif yang dapat mendorong minat para petani dalam menggunakan pupuk organik. Pendekatan yang dipilih untuk mencapai tujuan ini adalah dengan menggunakan media poster kampanye sosial. Booklet dipilih karena elemen utamanya adalah menyampaikan informasi yang jelas, singkat, dan padat melalui. Informasi yang disajikan dalam Booklet diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan membangun bayangan yang kuat bagi audiens mengenai manfaat dan langkah-langkah yang perlu dilakukan jika mereka memilih untuk mengikuti pesan yang disampaikan dalam Booklet tersebut.

Dengan demikian, kampanye ini diharapkan dapat memainkan peran penting dalam membangun persepsi positif tentang penggunaan pupuk organik di

kalangan petani dan masyarakat umum. Kemudian kampanye ini diharapkan mampu menjadi langkah awal dalam mendorong para petani untuk beralih dari ketergantungan pada pupuk kimia menuju penggunaan pupuk organik yang lebih ramah lingkungan.

3.2.1.1 Target Audiens

Untuk merancang sebuah perancangan maka diperlukan strategi yang sangat penting untuk menentukan target audiens agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh kelompok yang telah dipilih. Dalam konteks ini, target audiens adalah sebagai berikut :

1. Demografis Umur: 40 - 50 Tahun
2. Jenis Kelamin: laki-laki dan Perempuan
3. Kelas Sosial : Umum (menengah ke atas dan menengah ke bawah)
4. Pekerjaan : Petani dan buruh tani
5. Persona: masyarakat yang masih mempunyai persepsi negatif terhadap pupuk organik.

3.2.1.2 Media

Media utama yang akan digunakan dalam kampanye ini adalah booklet kampanye social. Booklet ini akan memuat konten yang berfokus pada informasi tentang pupuk organik. Proses awal pembuatan Booklet dimulai dengan sketsa sebagai panduan untuk proses digital, dengan menggunakan format perancangan sebagai berikut :

1. Media: Cetak
2. Ukuran: Cetak A4 21 x 29.7 cm
3. Berbahan kertas AP 230 untuk Cover, Kertas AP 150 untuk halaman isi
4. Menggunakan cover berbahan Glossy

3.2.1.3 Layout

a. Teori Hierarki Visual

Menurut teori ini, informasi dalam sebuah desain sebaiknya diatur berdasarkan tingkat kepentingannya. Dengan menggunakan ukuran, warna, kontras, dan posisi, desainer dapat memandu perhatian pemirsa ke elemen yang paling penting terlebih dahulu. Misalnya, judul seringkali lebih besar dan lebih mencolok dibandingkan dengan teks paragraf.

b. Teori Ruang Kosong oleh Jan Tschichold

Jan Tschichold, seorang tipografer dan desainer terkenal, menekankan pentingnya penggunaan ruang kosong (white space) dalam tata letak desain. Ruang kosong tidak harus benar-benar putih, tetapi merupakan area kosong di sekitar elemen yang memungkinkan desain "bernapas" dan tidak terlalu

penuh. Hal ini membantu menciptakan keseimbangan dan fokus dalam sebuah desain.(BLOOD, 2019)

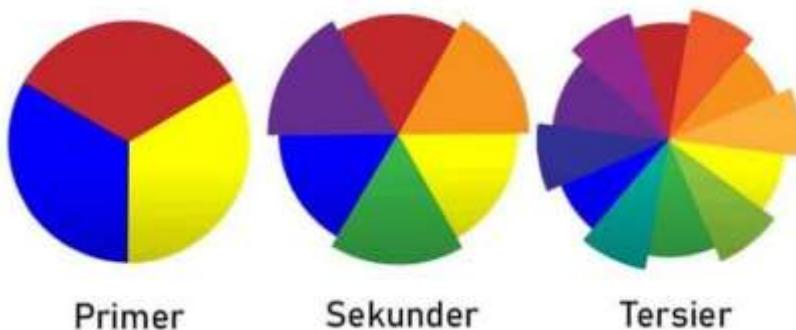


Gambar 3. 3 Teori Ruang Kosong Menurut Jan Tschichold

Sumber: (BLOOD, 2019)

3.2.1.4 Warna

Teori Warna oleh Brewster yang pertama kali diungkapkan pada tahun 1831. Pada teorinya ini, beliau menyederhanakan warna yang ada menjadi empat kelompok warna yang terdiri dari primer, sekunder, tersier, serta warna netral. Kelompok warna tersebut disusun dalam sebuah lingkaran warna brewster yang menjelaskan mengenai teori komplementer, split komplementer, triad, serta tetrad (Haris, 2022).



Gambar 3. 4 Teori Warna Brewster

Sumber: (Haris, 2022)

3.2.1.5 Copy Writing

Technical Copywriting atau biasa disebut Copywriting Teknis yang sama sekali tidak berorientasi pada penjualan. Jenis copywriting ini lebih condong kepada penyampaian atau memberikan edukasi mengenai cara kerja suatu produk maupun layanan(Moshem, 2025).

3.2.1.6 Strategi Kreatif

Formula FAB (*Features, Advantages, and Benefits*) yaitu teknik yang membantu membuat konten lebih menarik, informatif, dan meyakinkan. Metode ini mendorong untuk tidak hanya menonjolkan fitur produk, tetapi juga menjelaskan keunggulan serta manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen, dengan pendekatan FAB, copywriting menjadi lebih dari sekadar informatif, mampu menginspirasi audiens sekaligus mendorong mereka untuk bertindak, terdiri dari :

A. Features

adalah aspek nyata atau konkret dari suatu produk atau layanan. Aspek ini menggambarkan apa itu, spesifikasinya, dan karakteristik uniknya

B. Advantages

Menjelaskan bagaimana fitur-fitur ini berdampak langsung kepada pelanggan berarti menguraikan secara rinci hubungan antara karakteristik produk atau layanan dengan pengalaman yang dirasakan pengguna.

C. Benefits

Adalah hal yang benar-benar menjadi fokus perhatian pelanggan, karena pada akhirnya mereka ingin tahu apa yang akan mereka dapatkan dari sebuah produk atau layanan. Manfaat menjawab pertanyaan penting di benak mereka: "Apa untungnya bagi saya? atau "Bagaimana ini bisa membantu saya?".(Gallager, 2023)

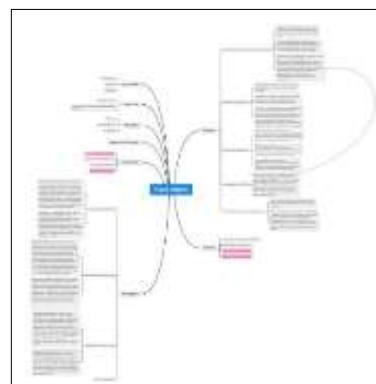
3.4 Prototype

3.3.1 Proses Perancangan

Berdasarkan konsep perancangan yang telah disampaikan sebelumnya, peneliti akan menjelaskan secara lebih rinci langkah-langkah dalam proses perancangan, yang mencakup beberapa tahapan sebagai berikut :

3.3.1.1 Brainstroming dan Moodboard

Tahap pertama dalam perancangan ini adalah brainstorming dan moodboard untuk mengelompokan klasifikasi data yang diperoleh, sehingga kedepanya akan mempermudah proses perancangan.



Gambar 3. 5 Brainstroming

Sumber: documenter penulis



Gambar 3. 6 Moodboard

Sumber: dokumenter penulis

Berikut adalah hasil mind mapping yang dibuat :

Tabel 3. 1 Mind mapping

1	Fenomena/Masalah	Masyarakat kurang mengetahui atau kurangnya ada edukasi mengenai manfaat pupuk organik bagi tanaman
	Data	Berdasarkan penuturan narasumber pupuk organik memiliki beberapa manfaat kepada tanaman, 1). Meningkatkan kesuburan tanah, 2). Menjaga keseimbangan ekosistem, 3). Meningkatkan hasil panen.
	Insight	Penggambaran visual manfaat yang terkandung dalam pupuk organik secara umum dan mudah dipahami. Dengan menggunakan desain yang mencolok untuk menyorot mata agar tertuju pada materi yang dikampanyekan
2	Fenomena/Masalah	Masyarakat kurang mengetahui atau kurangnya ada edukasi mengenai manfaat pupuk organik bagi tanah, khususnya lahan pertanian mereka
	Data	Berdasarkan penuturan narasumber pupuk yang baik untuk pertanian adalah tanah yang lembab atau gambut, tanah subur biasanya terdapat cacing dan microorganisme yang hibup

		didalamnya, sedangkan tanah yang menggunakan pupuk kimia cenderung tandus dan kering karena cacing dan microorganisme yang terkandung didalamnya mati terkena racun dalam kandungan pupuk kimia
	Insight	Visualisasi perbandingan tanah yang subur dan tidak subur dari segi penggunaan pupuk organik maupun kimia
3	Fenomena/Masalah	Para petani tidak mengetahui dalam pupuk organik terdapat kandungan microorganisme – microorganisme beraktivitas membantu siklus pertanian
	Data	Menurut narasumber pupuk organik yang diproduksi oleh PT Tiara Kurnia beberapa microrganisme yang terkandung didalamnya sebesar 6,43%. Mircoorganisme ini dalam pertanian berperan salah satunya membuat tanah tetap subur, dan dapat menjadi nutrisi alami yang dikonsumsi oleh tanaman
	Insight	Visualisasi Cara kerja bakteri dengan keterhubunganya dengan pertanian, khususnya tanaman dan tanah

4	Fenomena/Masalah	Banyak tanah yang rusak atau tidak subur dikarenakan penggunaan pupuk kimia yang berlebihan
	Data	Hampir 8 - 10% tanah di daerah wajak dulunya digunakan sebagai pertanian namun kini telah beralih fungsi dikarenakan tanah tersebut sudah tidak subur atau tidak bisa ditanami
	Insight	Visualisasi keadaan tanah sebelum dan sesudah rusak yang diharapkan membuat masyarakat dasar dan mengurangi penggunaan pupuk kimia berlebihan
5	Fenomena/Masalah	Topografi persawahan yang berupa terasiring tidak lepas dari tanah ambruk yang salah satu juga terjadi dikarenakan pertanian yang tidak ramah lingkungan, contohnya di desa wajak saat hujan deras biasanya terjadi tanah ambruk di saluran irigasi pertanian
	Data	Hampir saat terjadi hujan deras, para petani berusaha memperbaiki saluran irigasi di sawah (aliran air) agar tidak meluap dan terjadi ambruk
	Insight	Penggambaran ancaman yang terjadi saat memilih pertanian yang tidak ramah lingkungan, berupa

		longsor dan lahan yang ambruk diakrenakan pencemaran lingkungan akibat pupuk kimia
6	Fenomena/Masalah	PH tanah yang ideal untuk pertanian umumnya adalah tidak asam maupun basa pada kisaran 5,5 hingga 7,0 , sementara para petani terkadang masih mengacuhkan persoalan ini.
	Data	di daerah wajak Ph tanah cenderung tidak stabil sehingga terkadang tanaman yang ditanam oleh petani gagal panen maupun terlambat masa pertumbuhan contoh tanaman jagung yang idealnya 3 bulan sudah panen, tetapi menjadi 3,5 bulan dikarenakan Ph tanah yang mempengaruhi pertumbuhan.
	Insight	Pengambaran visual manfaat Ph tanah yang stabil untuk pertumbuhan tanaman
7		Pupuk kimia biasanya menyebabkan pencemaran lingkungan dikarenakan bahannya yang susah terurai oleh lingkungan.
	Data	Di Desa Wajak jika terjadi hujan setelah Pemupukan (kimia) pupuk pasti akan terbawa air dan sepanjang perjalanan pupuk menjadi racun yang meracuni hewan – hewan yang dilalui contohnya katak sawah, kerang sawah

	Insight	Visualisasi pupuk kimia terbawa arus yang menyebabkan hewan – hewan mati, disertai dengan penjelasan kenapa ini bisa terjadi, serta cara penanganannya
8	Fenomena/Masalah	Petani kurang memahami Jika penggunaan pupuk organik dapat mengurangi pencemaran lingkungan khusunya untuk jangka panjang
	Data	Hampir rata rata petani yang menggunakan pupuk di desa wajak memilih pupuk Kimia dikarenakan kurang mengetahui dampak yang ditimbulkan pupuk organik untuk mengurangi pencemaran lingkungan dan lebih memilih karena akses yang mudah didapatkan
	Insight	Himbaun berupa visualisasi manfat – manfaat pupuk organik dalam pertanian khusunya untuk mengurangi pencemaran lingkungan dalam jangka Panjang
9	Fenomena/Masalah	Limbah yang dihasilkan oleh pupuk organik umumnya lebih mudah terurai dikarenakan limbah tersebut tidak beracun dan lebih ramah terhadap lingkungan, petani desa wajak menggap limbah pupuk organik sama saja dengan limbah pupuk kimia

	Data	Petani didesa Wajak lebih memilih tanaman mereka cepat tumbuh dan panen meskipun itu menggunakan pupuk kimia yang menghasilkan limbah yang mencemari sungai
	Insight	Himbaun limbah yang dihasilkan pupuk organik dan pupuk kimia serta dampak keduanya untuk lingkungan dan sungai
10	Fenomena/Masalah	Selain tidak menimbulkan racun pupuk organik juga dapat meningkatkan keaneragaman hayati, contohnya dengan cara memberikan nutrisi pada tanaman lain atau hewan yang hidup disekitar tanaman utama yang diberi pupuk
	Data	Rata rata pertanian di desa wajak agak sulit detemui ikan dan kerang di sawah dikarenakan air yang menjadi habitat mereka sudah tercemar pupuk kimia
	Insight	Himbaun dan informasi pupuk organik tidak mengganggu keaneragaman hayati yang ada disekitar tanaman yang diberikan pupuk organik
11	Fenomena	Salah satu limbah yang dihasilkan pupuk organik adalah endapan microorganisme yang mana ini juga dapat dimanfaatkan lagi menjadi pupuk lagi, kurangnya pemahaman tentang hasil limbah yang

		dapat dimanfaatkan ini membuat petani desa wajak cenderung mengacuhkan pupuk Organik dibanding pupuk kimia
	Data	Rata – rata petani tidak mengetahui limbah yang dihasilkan maupun yang dapat dimanfaatkan oleh pupuk Organik dan pupuk Kimia.
	Insight	Penggambaran visual menggunakan highlight limbah pupuk organik yang dapat dimanfaatkan lagi, diharapkan memberikan informasi yang menarik mengenai limbah pupuk Organik.
12	Fenomena/Masalah	Selain padat limbah dari pupuk Organik terkadang ada yang cair, biasanya didapat dari hasil fermentasi. Cairan ini dapat dimanfaatkan sebagai pestisida alami untuk mengusir hama yang mengganggu pertanian. Sedangkan petani di desa wajak lebih memilih menggunakan pestisida beracun untuk membasmi hama dalam praktek pertanian
	Data	Petani di desa wajak lebih memilih menggunakan pestisida beracun dibandingkan menggunakan pestisida yang lebih ramah lingkungan
	Insight	Visualisasi hasil limbah pupuk Organik yang dapat menjadi pestisida alami, sekaligus

		memberikan himbaun bahaya penggunaan pestisida non alami
13	Fenomena/Masalah	Petani desa wajak menggunakan pupuk kimia merupakan hasil turun temurun atau warisan dari generasi sebelumnya yang mengakibatkan ketergantungan dan enggan mencoba jenis pupuk baru (pupuk Organik) untuk pertanian mereka.
	Data	Sekitar 70-80 % petani desa wajak memilih menggunakan pupuk yang telah lama mereka gunakan baik itu mendapatkan rekomendasi dari generasi sebelumnya ataupun dari lingkungan sekitar mereka, yang membuat para petani masih ragu ragu untuk beralih pupuk
	Insight	Visualisasi himbaun dan ajakan untuk beralih menggunakan pupuk Organik, informasi utama di tekankan pada kenapa harus beralih ke pupuk Organik daripada pupuk kimia
14	Fenomena/Masalah	Satu satu manfaat pupuk Organik adalah meningkatkan kuantitas hasil pertanian, petani di desa wajak kurang memahami manfaat ini, dikarenakan meraka menganggap baik pupuk organik dan kimia tergolong sama, hanya berbeda bahan yang digunakan

	Data	Hampir keseluruhan petani di desa wajak menggap pupuk organik dan kimia hanya berbeda bahan yang digunakan dalam pembuatan dan harganya saja, untuk manfaat mereka menganggapnya masih sama saja
	Insight	Rangkain informasi yang memberikan gambaran bagaimana pupuk organik bekerja untuk meningkatkan kuantitas petanian dan dampak lain yang ditimbulkan dalam penggunaan pupuk Organik
15	Fenomena/Masalah	Dengan adanya limbah yang dapat dimanfaatkan dan beberapa hasil pupuk organik yang dapat diamanfaatkan diharapkan akan dapat meningkatkan keuntungan pertanian jika beralih menggunakan pupuk Organik
	Data	Salah satu petani yang diwawancara tidak mengetahui jika penggunaan pupuk Organik dapat meningkatkan keungtungan dengan cara efisiensi anggaran melalui limbah yang dapat dimanfaatkan kembali dan manfaat lain yang dapat digunakan lagi
	Insight	Penggambaran visual metafora petani yang menggunakan pupuk Organik dapat beberapa

		manfaat yang didapatkan, salah satunya menjadi kaya (lebih sedikit anggaran yang dikeluarkan)
16	Fenomena	Mengutip dari hasil wawancara para petani di desa Wajak belum memahami nutrisi dan perannya dalam pupuk organik pada tanaman
	Data	Petani di desa wajak memilih pupuk berdasarkan harga dan kemudahanya untuk di dapatkan, dari pada mereka harus memahami nutrisi dan kandungan yang terdapat didalamnya.
	Insight	Visualisasi edukasi yang membahas kandungan nutrisi dalam pupuk organik dan manfaatnya untuk tanaman sebagai higlight, agar memberikan informasi kepada petani untuk beralih ke pupuk Organik
17	Fenomena/Masalah	Petani kurang memahami dampak yang ditimbulkan oleh pupuk kimia untuk kesehatan
	Data	Berdasarkan hasil wawancara petani yang memilih menggunakan pupuk kimia lebih memilihnya karena dianggap lebih menguntungkan, dan tidak mempedulikan meskipun itu berdampak buruk untuk kesehatan.
	Insight	Penggambaran visual yang memberikan kesan ancaman dan dampak yang ditimbulkan pada

		kesehatan pupuk oleh pupuk kimia kepada tubuh, yang diharapkan menimbulkan rasa ketakutan pada target audience
18	Fenomena/Masalah	Petani kurang memahami cara kerja pupuk organik maupun kimia (secara umum) sehingga petani di desa Wajak menganggap kedua pupuk sama saja yang menyebabkan mereka kurang berminat untuk menggunakan pupuk Organik
	Data	Berdasarkan hasil wawancara petani saat menentukan pupuk apa yang digunakan mereka mendapatkan masukan dari sesama petani maupun penjual di toko pertanian, yang mana kedua sumber informasi ini lebih cenderung memilih pupuk kimia karena beberapa kelebihan kelebihan yang ditawarkan
	Insight	Visualisasi informasi cara kerja pupuk Organik dan poin utama yang membedakannya dengan pupuk Kimia agar dapat dijadikan acuan oleh petani untuk mempertimbangkan beralih ke pupuk organik
19	Fenomena/Masalah	Salah satu fenomena yang ditemui pada petani di desa Wajak mereka memilih pupuk Kimia, dikarenakan harganya lebih murah di banding

		pupuk Organik. Hal ini sebenarnya dapat diatasi dengan cara membuat pupuk Organik sendiri atau yang biasanya disebut pupuk kompos
	Data	Para petani lebih memilih menggunakan pupuk kimia dikarenakan lebih praktis dan mudah didapatkan dari pada harus membuat sendiri pupuk Organik
	Insight	Visualiasi cara membuat pupuk Kompos dan kelebihan yang ditawarkan dibandingkan dengan pupuk kimia, serta diharapkan dapat menjadi alternatif penggunaan pupuk Organik yang dianggap cukup tinggi harganya oleh petani
20	Fenomena/Masalah	Petani desa Wajak menganggap pupuk Organik dan pupuk Kimia sama saja, sehingga hal ini membuat mereka masih ragu atau enggan untuk beralih
	Data	Berdasarkan hasil wawancara, petani membeli pupuk adalah berdasarkan rekomendasi penjual toko pertanian dan sesama petani. Penjual toko pertanian rata – rata menyarankan produk yang paling laku digunakan yang mana produk itu adalah pupuk Kimia

	Insight	Pengambaran visual berupa informasi tentang perbedaan pupuk kimia dan pupuk Organik serta keuntungan yang didapatkan jika menggunakan pupuk Organik
21		Petani desa Wajak kurang berminat memilih pupuk Organik dikarenakan benefit yang didapatkan dianggap tidak ada perbedaanya dengan pupuk kimia
		Berdasarkan penuturan salah satu narasumber, seandainya di adakan promo yang menarik seputar pupuk Organik, mereka akan mempertimbangkan untuk beralih
		Visualisasi kampanye Gamifikasi untuk menarik petani agar mereka mau membeli pupuk Organik disertai dengan promo – promo yang menarik

3.2.2.1 Konsep halaman

Setelah melalui mind mapping dilanjutkan tahap pembuatan konsep halaman

Tabel 3. 2 Konsep Halaman

Halaman	Bab	Isi
01	Bab 1 Masalah yang tersembunyi dalam pertanian	Keadaan tanah yang rusak karena pupuk kimia berlebihan
02		Ancaman yang terjadi, bencana alam (menggunakan pupuk kimia)
03		Pupuk kimia merusak ekosistem, karena bahan susah terurai
04		Dampak 2, pupuk untuk sungai dan lingkungan
05		Petani yang turun temurun, menggunakan pupuk kimia, karena hasil warisan
06		Manfaat secara general pupuk organik
07		Manfaat secara general pupuk organik
08		Manfaat pupuk organik untuk tanah

09	Bab 2	Manfaat pupuk organik dampak panjang
10	Jalan Keluar, memulihkan tanah dengan pupuk organik	Pupuk organik tidak mengganggu keaneragaman hayati
11		Limbah organik bisa dimanfaatkan lagi
12		Pupuk organik dapat menjadi pestisida alami
13		Peran microorganism dalam pertanian
14	Bab 3 Ilmu di balik pupuk organik	Ph tanah yang ideal untuk pertanian
15		Kandungan nutrisi yang terkandung dalam pupuk organik
16		Icon yang ditampilkan mewakili pupuk organik dapat menjadi pestisida alami
17		Edukasi pupuk organik lebih yang dapat menjadi pestisida alami
18	Bab 4 Edukasi dan transformasi	Informasi perbandingan pupuk organik dan pupuk kimia

19	Bab 5 Solusi pertanian berkelanjutan	berisi kalimat persuasif untuk mengajak pembaca apakah tetap menggunakan pupuk kimia
20		Berisi kalimat edukasi yang ditawarkan untuk memperbaiki kerusakan tanah pertanian
21		Informasi untuk mendapatkan pupuk organik, guna mengatasi permasalahan pertanian
22		Berisi testimoni dari pelanggan sebelumnya, yang menggunakan pupuk organik
23		Wawancara kepada salah satu petani yang telah beralih menggunakan pupuk organik
24		

3.2.2.2 Layout

Layout yang digunakan dalam perancangan ini yaitu pemisahan konten informasi dan gambar akan memudahkan audiens untuk mencerna informasi, dengan mempertimbangkan teori hiraki visual dan ruang kosong.



Gambar 3. 7 Contoh layout yang digunakan

Sumber: Dokumenter Penulis

3.2.2.3 Warna

Dalam perancangan poster ini mengadaptasi teori warna primer dan teori warna sekunder untuk menciptakan suasana yang sesuai dengan tema pertanian. Menggunakan kombinasi warna hijau muda (mint), hijau tua (forest), hijau daun (leaf) dan hijau sage (sage) yang berdampingan akan merepresentasikan lingkungan dan ekosistem yang sehat.



Gambar 3. 8 Warna yang digunakan

Sumber: Dokumenter Penulis

3.2.2.4 Typografi

Font yang digunakan dalam perancangan ini adalah Montserrat. Penggunaan Montserrat juga akan memberikan kesan professional dan terpercaya untuk memperkuat pesan dalam kampanye. Kombinasi font Montserrat akan menghasilkan hiraku visual yang jelas dan memandu mata audiens dari judul utama ke dalam informasi. Kombinasi ini akan menciptakan kesimbangan estetika dan fungsionalitas yang akan memastikan pesan dalam kampanye tersampaikan dan meninggalkan kesan.



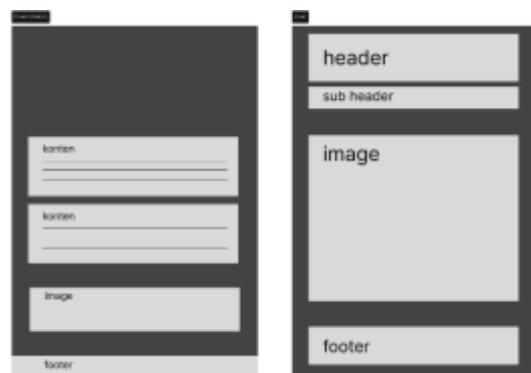
Gambar 3. 9 Font yang digunakan

Sumber: Dokumenter Penulis

3.2.2.5 Sketsa

Tahap ini, informasi-informasi yang terkumpul dari berbagai sumber dirangkum untuk membentuk sketsa awal. Fokusnya adalah pada pembuatan 24 sketsa yang akan menjadi dasar bagi desain booklet.

1. Cover



Gambar 3. 10 Sketsa cover depan dan cover belakang

Sumber: dokumenter penulis

2. Halaman 1-9



Gambar 3. 11 Sketsa halaman 1 – halaman 9

Sumber= documenter penulis

3. Halaman 10 – 18



Gambar 3. 12 Halaman 10 – 18

Sumber= dokumenter penulis

4. Halaman 19 – 24

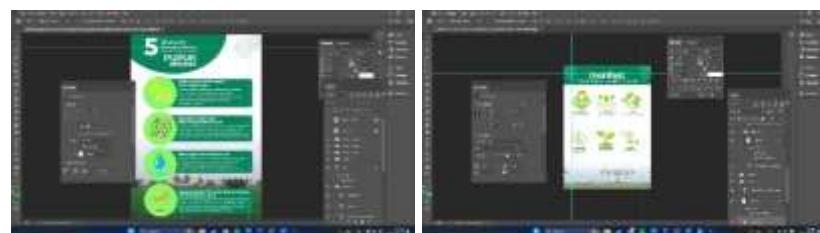


Gambar 3. 13 Halaman 19 - 24

Sumber= dokumenter penulis

3.2.2.6 Digitalisasi

Pada tahap ini penulis mendesain dan mewarnai sketsa dalam bentuk digital, menggunakan software desain grafis.



Gambar 3. 14 Digitalisasi

Sumber: dokumenter penulis

3.2.2.7 Proses Mencetak

Setelah proses digitalisasi, penulis mencetak buku di percetakan. Kertas yang digunakan adalah kertas 150 gsm dengan laminasi Glosy untuk halaman isi, sedangkan bagian sampul menggunakan bahan 230 gsm.



Gambar 3. 15 Proses mencetak

Sumber: dokumenter penulis

3.5 Rancangan pengujian (*Test*)

Dalam implementasi perancangan ini kampanye promosi ini, membuat booklet untuk meningkatkan penggunaan pupuk organik, dilakukan uji coba kepada dua jenis penilai yang terlibat dan uji pengamatan petani. Pertama, penilai media yang merupakan ahli dalam desain, dan visual untuk mengevaluasi kesesuaian poster dengan tujuan perancangan. Kedua, penilai materi yang merupakan seorang pemilik pabrik pupuk organik yang telah berkecimpung lama di bidang pertanian khusunya pupuk organik terkait langsung dengan muatan penulisan untuk menilai kesesuaian materi. Kemudian untuk uji pengamatan petani dilakukan oleh peneliti untuk memproleh hasil.

Uji coba dilakukan dengan mengumpulkan data dari kuesioner dengan *rating scale*. Instrumen penilai media terdiri dari tiga aspek yaitu aspek media, aspek kemenarikan dan aspek kesesuaian. Sementara itu penilai materi mencakup aspek kesesuaian dan isi. Data nilai diperoleh melalui penilai yang dilakukan oleh ahli.

Tabel 3. 3 Rating scale nilai ahli

Kriteria	Skor
Sangat Kurang	1
Kurang	2
Cukup	3
Baik	4
Sangat Baik	5

Hasil uji nilai oleh ahli materi dan ahli media, uji pengamatan dari observasi diperoleh dengan menghitung total skor dan kemudian menghitung presentase dari tiap aspek dengan rumus sebagai berikut:

$$x_i = \frac{\sum S}{S_{max}} \times 100 \%$$

Gambar 3. 16 rumus perhitungan penilaian

Keterangan:

ΣS : Jumlah skor

S_{max} : Skor maksimal

x_i : Nilai presentase kelayakan tiap aspek

analisis sebagai berikut membagi total skor yang sebenarnya diperoleh dari tiap-tiap aspek penilaian, di mana setiap komponen memiliki skala nilai skor maksimum 5 poin, dengan total skor yang diharapkan. Kemudian setelah mendapatkan hasil presentase, maka dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa kriteria yang tercantum pada tabel berikut.

Tabel 3. 4 Presentasi skor nilai

No	Presentasi Skor Ahli		Tingkat Nilai	
1	84.00%	< Skor ≤	100.00%	Sangat baik / Sangat Layak Tanpa Perbaikan
2	68.00%	< Skor ≤	84.00%	Baik / Layak dengan Perbaikan
3	52.00%	< Skor ≤	68.00%	Kurang baik / Kurang Layak dan Perlu Perbaikan
4	36.00%	< Skor ≤	52.00%	Tidak baik / Tidak Layak dan Harus diperbaiki
5	20.00%	< Skor ≤ 36.00%		Sangat Tidak baik / Sangat Tidak Layak dan Media Harus diganti

Selanjutnya, uji pengamatan kepada petani di sawah dilakukan oleh peneliti. Melalui pengamatan ini, peneliti dapat memberikan umpan balik yang mengenai efektivitas kampanye.

Tabel 3. 5 Rating skor uji pengamatan

Kriteria	Skor
Sangat Tidak Baik	1
Cukup Baik	2
Baik	3
Sangat Baik	4

Tabel 3. 6 Rating skor uji ahli

No	Presentasi Skor Ahli		Tingkat Kevalidan		
1	81.25%	< Skor ≤	100.00%	Sangat baik / Sangat Layak	Tanpa Perbaikan
2	62.50%	< Skor ≤	81.25%	Baik / Layak	dengan Perbaikan
3	43.75%	< Skor ≤	62.50%	Kurang baik / Kurang Layak	dan Perlu Perbaikan
4	25.00%	< Skor ≤	43.75%	Tidak baik / Tidak Layak	dan Harus diperbaiki

Lembar nilai untuk ahli materi (Komunikasi Visual)

Komponen yang akan diuji untuk nilai adalah sebagai berikut:

Ket:

1. Sangat Kurang
2. Kurang
3. Cukup
4. Baik
5. Sangat Baik

Tabel 3. 7 Lembar penilaian nilai media

No	Kriteria Penilaian	Skor				
		1	2	3	4	5
Aspek Kejelasan						
1	Kejelasan pesan yang disampaikan					
2	Kejelasan tujuan dari booklet					
3	Konsistensi tema dan pesan					
4	Penggunaan metafora yang tepat					
Aspek kemenarikan						
5	Kemenarikan visual booklet					
6	Kreativitas desain booklet					
7	Pemilihan warna dan font yang menarik					
8	Kemenarikan layout design					

9	Kesesuaian gambar dan tema				
10	Pemilihan ide booklet				
Aspek Keterbacaan					
11	Keterbacaan teks dalam booklet				
12	Penempatan teks yang sesuai				
13	Ukuran font yang digunakan				
14	Kontras antara teks dan latar belakang				
15	Pemilihan font booklet				
Aspek kesesuaian					
16	Relevansi booklet dengan tujuan kampanye				
17	Keselarasan antara teks dan visual				
18	Keseluruhan tampilan dan daya tarik booklet				
19	Kesesuaian booklet dengan audiens target				
20	Hirarki visual dan teks				
Penutup					

Lembar nilai untuk ahli materi (Pertanian)

Ket:

1. Sangat Kurang
2. Kurang
3. Cukup
4. Baik
5. Baik Sekali

Tabel 3. 8 Lembar penilaian ahli materi

No	Kriteria Penilaian	Skor				
		1	2	3	4	5
Konsep dan Tujuan						
1	Kejelasan tujuan kampanye social					
2	Relevensi pesan dengan tujuan					
3	Pemilihan tema masing masing halaman booklet					
Isi dan Pesan						
4	Representasi positif pupuk organik dalam gambar					
5	Kesesuaian isi pupuk organik dengan realitas					
6	Penjelasan pupuk organik sebagai pupuk yang baik untuk lingkungan					
7	Penekanan pada kontribusi pupuk organik pada pertanian					
8	Penggunaan symbol dan yang icon yang memperkuat pupuk organik					
9	Kejelasan dan kekuatan pesan yang disampaikan					
10	Kesesuaian isi konten dengan target audience					
11	Pemilihan kata kata persuasif dan inspiratif					
12	Keterkaitan antara visual dan pesan tertulis					
13	Efektifitas booklet dalam menyampaikan pesan					
Pengaruh dan Dampak						
14	Potensi booklet untuk mengajak menggunakan pupuk organik					
15	Potensi booklet untuk menarik perhatian audiens					
16	Potensi booklet untuk mendorong tindakan atau perubahan sikap					

Koisoner untuk audiens

Ket:

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Skor 2: Tidak setuju (TS)
3. Skor 3: Netral (N)
4. Skor 4: Setuju (S)
5. Skor 5: Sangat setuju (ST)

Tabel 3. 9 Lembar Penilain Responden

NO	Indikator	Skor				
		STS	TS	N	S	ST
1.	Booklet ini sesuai tema untuk menggambarkan pentingnya penggunaan pupuk organik, untuk pertanian.					
2.	Pesan visual yang digunakan di booklet ini mudah dipahami.					
3.	Poster ini membuat saya lebih ingin mengenal pupuk organik					
4.	Desain visual booklet ini menarik perhatian saya					
5.	Saya merasa terinspirasi untuk mendukung petani untuk menggunakan pupuk organik					
6.	Booklet ini berhasil menggambarkan pentingnya penggunaan pupuk organik untuk tanah pertanian					
7.	Saya memahami pesan utama yang ingin disampaikan melalui booklet ini					
8.	Saya merasa bahwa booklet ini mendorong petani untuk beralih menggunakan pupuk organik					
9.	Gaya visual booklet ini cocok untuk kampanye sosial mengenai petani.					
10.	Pesan dalam Booklet ini disampaikan dengan cara yang kreatif dan inovatif.					

11.	Pesan dalam booklet ini disampaikan dengan cara yang kreatif dan inovatif				
12.	Booklet ini membuat saya ingin mendukung penggunaan pupuk organik di pertanian indonesia.				
13.	Booklet ini memberikan informasi yang cukup mengenai tantangan petani menggunakan pupuk organik				
14.	Saya merasa booklet ini relevan dengan kondisi petani saat ini				
15.	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk melihat booklet ini				
16.	Booklet ini menggambarkan peran sesungguhnya pupuk organik dalam pertanian				