

Perancangan Buku Panduan Chanapedia Ikan Hias sebagai Media Promosi UMKM Hans Channa di Bogor

Muhammad Azam Alfaruq¹, Ateng Setiawan², R.Widyo Wibisono T³

^{1,2,3} Desain Komunikasi Visual, Institut Sains dan Teknologi Al-Kamal

e-mail : mobatoday15@gmail.com¹, atengsetiawan1967@gmail.com²,
tikowibisono68@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini dibuat atas latar belakang permasalahan dari usaha ikan hias Hans *Channa* yang berkembang perlu mempunyai Buku Panduan yang didalamnya terdapat katalog sebagai pengenalan jenis-jenis ikan yang ditawarkan guna mendukung promosi dan mempermudah dalam penjualannya. Perancangan Buku Panduan ini bertujuan untuk menciptakan buku panduan yang menarik serta memudahkan konsumen dalam mengenali produk yang diinginkan. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan cara observasi langsung, mewawancarai dan mengumpulkan data berbentuk dokumen, foto, dan bentuk data lainnya yang mendukung penelitian. Perancangan Buku Panduan ini terdiri dari beberapa tahap, mulai dari menetapkan strategi media, memutuskan media yang akan digunakan, program dalam media utamanya, menghitung biaya produksi, menciptakan slogan, menetapkan tipografi, elemen-elemen desain, dll. Perancangan Buku Panduan dan media pendukung lainnya sangat dibutuhkan perusahaan ini untuk mengembangkan usaha dalam mempromosikan produk yang dimiliki.

Kata kunci : *Penelitian, Buku Panduan, Promosi, Channa, Katalog, Media Pendukung.*

Abstract

The study was made on the background of the problems the Hans channa ornament attempt needs to have a manual inside which is listed as a catalog to identify the types of fish that are offered to support the promotion and make easier in its sales. The design of the manual aims to create attractive manuals and make it easier for consumers to identify desired products. In the study, direct observation, interview, and collection of data in the form of documents, photographs, and other data forms support the assessment. The design of the manual consists of several stages, starting with establishing media strategies, deciding media to use, the programs in its core media, counting the cost of production, creating slogans, establishing typography, the design elements, etc. The design of self-help manuals and other supporting media is urgently needed for the company to develop businesses to promote products that are owned.

Keywords : *Research, Guidebook, Promotion, Channa, Catalog, Media Support.*

PENDAHULUAN

Beberapa masyarakat mengalami fenomena dalam memelihara ikan ini, terutama pecinta ikan predator air tawar, yang menarik perhatian penulis untuk memilih judul ini. Mengutip jurnal yang diterbitkan NCBI berjudul *The Effect of Interacting with Fish in Aquariums of Human Health and Well-Being: A Systematic Review*, rekreasi ini dianggap memiliki banyak manfaat, seperti menenangkan pikiran, mengurangi stres, dan membuat hidup lebih menyenangkan. Ikan predator air tawar seperti ikan *Tiger Datz*, ikan *Oscar*, ikan *Peacock Bass*, ikan *Channa*, dan ikan Arwana adalah beberapa macam ikan yang cantik dan cocok untuk dipelihara di dalam akuarium untuk membuatnya indah dan hidup.

Nama gabus atau ikan Channa mengarah kepada ke keluarga *Channidae*. Orang-orang lebih suka menyebutnya kaisar kepala ular atau *Snakehead Emperor* daripada ikan Channa. Ikan-ikan ini dapat ditemukan dari Asia hingga Afrika. Sangat penting untuk diingat bahwa Indonesia memiliki beberapa spesies ikan Channa asli yang berasal dari Indonesia. Ini termasuk *Channa*

Striata, *Channa Micropeltes* (ikan toman) yang banyak ditemukan di perairan Sumatera dan Kalimantan, *Channa Limbata*, *Channa Marulioides*, dan *Channa Bankanensis* di Pulau Bangka, dan *Channa Melapnotera* dari Sungai Kapuas di Sumatera Barat dan Sumatera Selatan. Yang terakhir, *Channa Pleurotalma* berasal dari bagian Tenggara Sumatera Barat, Sebagai negara berkepulauan, maka sangat diawajarkan Indonesia memiliki banyak berbagai jenis ikan *Channa* yang tersebar khususnya pada kepulauan Sumatera juga Kalimantan (Courtenay, 2004). Pada usaha yang penulis pilih ini yaitu Hans *Channa* memiliki permasalahan yaitu belum ada Buku Panduan yang didalamnya terdapat logo serta belum memiliki katalog untuk promosi ikan hias tersebut. Logo itu berperan penting dalam membangun brand, serta fungsi daripada logo itu sendiri adalah sebagai identitas yang harus dimiliki dari suatu usaha (Oscario.A, 2013). Katalog merupakan media yang dapat digunakan untuk memperluas dan mempermudah dalam menawarkan dan mengkomunikasikan kepada konsumen terhadap apa saja yang dijual (Rahmat F, 2019).

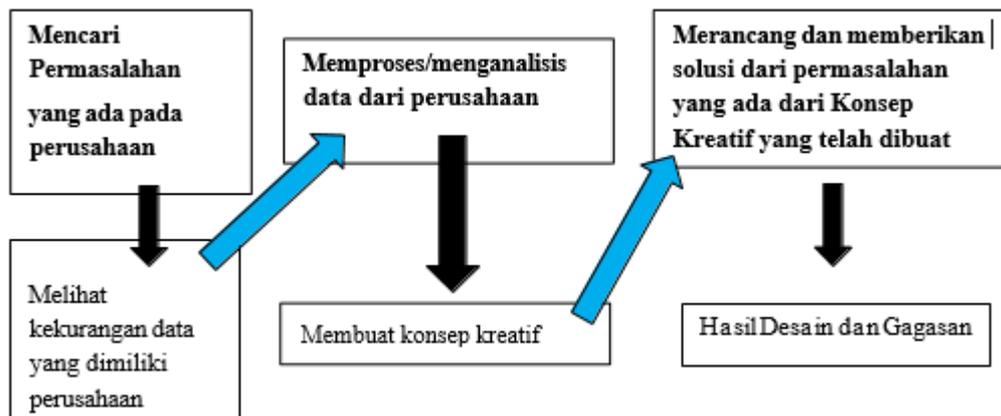
Berdasarkan dari masalah tersebut, penulis percaya bahwa buku panduan memiliki potensi yang luar biasa untuk membantu bisnis dalam mempromosikan produk mereka. Sangat mungkin untuk menyampaikan informasi tentang produk yang dimiliki perusahaan melalui desain logo dan katalog produk. Dengan demikian, pelanggan tidak hanya akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang proses jual-beli, tetapi mereka juga akan belajar tentang ikan channa dan cara merawatnya dengan benar. Diharapkan bahwa perancangan logo dan katalog produk akan memperkenalkan UMKM Hans Channa kepada konsumen yang lebih luas dan juga bisa membantu mempromosikan produk ikan channa yang dimiliki dengan menggunakan metode yang informatif dan kreatif serta akan berdampak positif pada pengembangan konsumen. Oleh karena itu pentingnya membuat Perancangan Buku Panduan Chanapedia Ikan Hias Sebagai Media Promosi UMKM Hans Channa di Bogor.

METODE

Dalam melakukan perancangan, penulis menggunakan pendekatan kualitatif, metode deskriptif didefinisikan menjadi penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data tentang situasi yang terjadi dan menjelaskan suatu permasalahan sebagaimana adanya. (Desiana Nur Indra Kusumawati, 2022). Pada metode deskriptif kualitatif adalah dengan cara mengumpulkan data-data dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap owner tentang apa yang di inginkan. Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut penulis dapat melakukan pengumpulan data agar menghasilkan perancangan yang akurat yaitu melalui data primer. Dalam mencari data primer, penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu Wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Penggunaan metode kualitatif bertujuan untuk mencari informasi serta data-data yang diperlukan untuk penelitian pada UMKM penjualan ikan hias khususnya ikan *channa* dan diolah nantinya.

Pada penelitian ini memiliki target yaitu pelaku usaha ikan hias yang biasanya belum memiliki buku panduan sebagai media promosi serta untuk mengedukasi pembeli tentang ikan *channa* yang ditawarkan. Buku panduan Ada berbagai jenis media promosi, dalam jurnal penelitian yang berjudul pembuatan buku panduan sebagai media promosi perpustakaan, yaitu Pertama, media cetak; ini adalah media statis yang mengutamakan pesan-pesan negan yang terdiri dari sejumlah kata, gambar, ataupun jepretan hasil foto, serta buku panduan. selanjutnya yang kedua, media penyelenggaraan; ini adalah media efektif yang digunakan untuk melakukan komunikasi antara pengguna dan penjual/penyelenggara. Sosial media adalah contoh media penyelenggaraan (Rahmi A, 2017). Oleh karena itu, ada dua jenis media promosi: media cetak dan media penyelenggaraan. Media cetak adalah media statis yang mengutamakan pesan negan yang terdiri dari sejumlah kata, gambar, atau foto, Brosur, pemisah halaman pada buku, surat kabar, kalender, buku panduan adalah contoh media cetak. Selanjutnya, media sosial adalah salah satu jenis media penyelenggaraan, yang berfungsi sebagai alat yang efektif untuk memperluas komunikasi antara pemustaka dan perpustakaan. Setiap media memiliki sisi kekurangan dan kelebihan dalam penyampaian informasi. Pada penelitian ini penulis memiliki tahapan perancangan yang akan dijalankan yang merupakan bagian dari pendekatan sistematis untuk menyelesaikan suatu masalah dengan maksimal sesuai dengan tujuan perancangan yang telah ditetapkan. Sebelum

melakukan rangkaian kegiatan, penulis baiknya menuliskan serta melihat untuk memahami bagan proses berfikir kreatif desain mulai dari input, proses hingga output.



Gambar 1. Bagan Metodologi Perancangan Desain
(Sumber : Buku Kualitatif)

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan berdasarkan masalah yang teridentifikasi yaitu belum memiliki buku panduan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data pada tahap awal, penulis mengunjungi langsung tempat penelitian yang dituju. Observasi dilakukan pada tanggal 15 November 2023 yang langsung ke tempat penelitiannya yaitu UMKM Hans *Channa*. UMKM Hans *Channa* beralamat di Yayasan Rumah Qur'an Annajah Telaga Kahuripan, Teras 2 Extension A6 No 5,6,7, RT.02/RW.11, Tegal, Kec. Kemang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16310.

2. Wawancara

Tahap wawancara merupakan bagian dari teknik pengumpulan data, dimana penulis melakukan interaksi percakapan dengan narasumber yaitu pemilik usaha. Tujuan dari wawancara ini untuk menggali informasi dan data lebih dalam tentang usaha ikan *channa* yang dijalani untuk menunjang perancangan yang akan dibuat.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana data yang diperoleh dapat tersimpan dalam bentuk foto.

HASIL PERANCANGAN

Data Khalayak Sasaran

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis di UMKM Hans *Channa* yang berada di Bogor pada tanggal 15 November 2023, penulis menjabarkan profil perusahaan sebagai berikut :

1. Nama Perusahaan : Hans *Channa*
2. Nama Pemilik : Muhammad Adil Nasution Panggabean
3. Alamat : Yayasan Rumah Qur'an Annajah Telaga Kahuripan, Teras 2 Extension A6 No 5,6,7, RT.02/RW.11, Tegal, Kec. Kemang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16310
4. Produk yang dijual : Ikan *Channa Auranti*, Ikan *Channa Maruloides (Maru)*, Ikan *Channa Blue Pulchra*, Ikan *Channa Asiatica Leucistic*, Ikan *Channa Albino*, Ikan *Channa Andrao*, Ikan *Channa Asiatica WhiteSpot*, Ikan *Channa Stewarti*, Ikan *Channa Asiatica RedStripe*.

Analisis SWOT

	Strength (S) Kekuatan	Weakness (W) Kelemahan
	<ol style="list-style-type: none"> Harga ikan yang sesuai dengan pasarnya namun mempunyai kualitas ikan yang bagus Kejujuran dalam berbisnis 	<ol style="list-style-type: none"> Banyak kompetitor menjual dengan harga murah (banting harga) Masih sedikit penjual ikan <i>channa</i> yang memiliki branding yang baik
Opportunities (O) Peluang	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
<ol style="list-style-type: none"> Sosial media dapat menjadi tempat untuk promosi Belum adanya katalog yang mumpuni sebagai media promosi Masih banyak kompetitor yang belum memiliki produk ikan <i>channa</i> yang langka 	<p>Memakai kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada</p> <ol style="list-style-type: none"> Jujur dalam mempromosikan ikan di sosial media. Memasukan harga sesuai pasar pada media katalog. 	<p>Atasi semua kelemahan dengan memanfaatkan semua peluang yang ada</p> <ol style="list-style-type: none"> Menampilkan produk-produk ikan <i>channa</i> yang langka kepada konsumen agar tertarik dan tidak mudah tergiur dengan harga yang murah namun kualitas rendah di usaha lain. Memasukan edukasi tentang perawatan <i>chnna</i> yang baik pada katalog.
Threats (T) Ancaman	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
<ol style="list-style-type: none"> Jenis ikan yang musiman 	<p>Gunakan semua kekuatan untuk menghindari semua ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> Terus mengembang biakkan ikan-ikan yang sekiranya langka dan juga memiliki kualitas yang bagus agar bisa bertahan. Ketika memiliki ikan-ikan dengan kualitas yang bagus, harus bisa menampilkannya dengan jujur pada katalog. 	<p>Tekan semua kelemahan dan cegah semua ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> Menawarkan nilai tambah seperti memiliki katalog produk yang menarik ketika melayani konsumen kualitas ikan yang lebih baik memberikan paket-paket pembelian ikan seperti beli 2 gratis 1 bibit.

Tujuan Kreatif

Pada penelitian ini sebelum melakukan perancangan, peneliti memiliki landasan sebelum melakukan perancangannya yaitu ada dua tahap dalam menetapkan konsep perancangan yaitu tujuan dan strategi perancangan yang digunakan. Menjelaskan tujuan dari pada perancangan yang akan dibuat adalah belum memiliki buku panduan yang bertujuan untuk mempromosikan produk dan mengedukasi konsumen terhadap produknya. Tujuan perancangan tugas akhir ini merupakan membuat buku panduan dan juga menjadi syarat kelulusan dari program studi Desain Komunikasi Visual pada Institut Sains dan Teknologi Al-Kamal guna menciptakan desainer,

penulis, peneliti, dan desainer yang kreatif. Adapun tujuan khusus dari penulisan tugas akhir ini sebagai berikut :

1. Merancang buku panduan UMKM Hans *Channa* yang menarik dan informatif.
2. Merancang media pendukung untuk promosi guna dalam menawarkan produk.
3. Memudahkan konsumen dalam mengenali produk yang diinginkan yang terdapat dalam buku panduan.

Strategi Kreatif

Perancangan Buku Panduan *Channapedia* UMKM Hans *Channa* menggunakan Strategi media dengan menggunakan media cetak sebagai media utama untuk menyampaikan pesan pada buku yang dibuat serta media promosi lainnya.

1. Tipografi

Tipografi sebagai aspek yang terkait dengan huruf dan cara penyusunannya. Tipografi mencakup "semua aturan yang ada hubungannya dengan huruf", dan typeface adalah cara mengatur penggunaan huruf yang dibuat secara khusus. Berkaitan dengan identitas dari sebuah brand, penulis sebagai desainer harus memperhatikan tipografi, karena tipografi merupakan bagian dari desain itu sendiri (Rustan, 2010).



Gambar 2. Tipografi Barlow
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 3. Tipografi Arial
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

2. Warna

Warna memiliki peran penting sebagai elemen psikologis yang mampu memengaruhi emosi individu. Respon manusia terhadap warna dipengaruhi oleh pengalaman visual yang tersimpan dalam ingatan otak (Adam S, 2004).



Gambar 4. Pallet Warna Buku Panduan
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

3. Unsur Verbal

Terdapat unsur verbal yang harus disiapkan dalam perancangan sebuah design agar dapat mendasari dengan jelas terhadap design yang dibuat :

- a) Sub judul : Buku Panduan Channapedia UMKM Hans Channa
- b) Slogan : “Pesona Gabus Dalam Aquarium”
- c) Kata kunci : Ikan Channa, Ikan Hias

Media Utama

1. Logo



Gambar 5. Logo UMKM Hans Channa
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

2. Buku Panduan



Gambar 6. Cover Buku Panduan
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



DAFTAR ISI

KATALOG IKAN.....3

CARA MERAWAT CHANNA.....8

CONTOH PENYAKIT & PENYEBAB.....9

PENANGANAN PENYAKIT.....10

CARA BUDIDAYA.....11

Contact Info :
WhatsApp : 0858-9287-6931
TikTok : @hans_channa.plg

Gambar 7. Daftar Isi Buku Panduan
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



KATALOG IKAN HANS CHANNA

Channa Blue Pulchra

Ikan Channa Blue Pulchra adalah salah satu spesies ikan air tawar yang berasal dari keluarga Channidae. Secara umum, ikan Channa dikenal sebagai ikan gabus atau sneakhead. Berikut adalah beberapa deskripsi tentang ikan Channa Blue Pulchra.

1. Penampilan Fisik :
Tubuh yang panjang dan silindris dengan kepala yang relatif besar, warna tubuhnya biru gelap dengan corak dan variasi warna yang menarik.

2. Ukuran : 25-30cm

3. Habitat : Berasal dari perairan air tawar di Asia terutama di sungai, danau, atau rawa-rawa

Channa Auranti

Ikan Channa Auranti adalah salah satu spesies ikan air tawar yang berasal dari keluarga Channidae. Secara umum, ikan Channa dikenal sebagai ikan gabus atau sneakhead. Berikut adalah beberapa deskripsi tentang ikan Channa Auranti :

1. Penampilan Fisik :
Warna yang dimiliki lebih mencolok dari Blue Pulchra dengan didominasi warna kuning/orange/emas serta beberapa ada yang memiliki corak belang yang indah.

2. Ukuran : 15-16cm

3. Habitat : Banyak ditemukan di rawa-rawa, sungai, danau yang ada di negara Indonesia, Malaysia, dan Thailand

3

Gambar 8. Halaman Katalog Buku Panduan
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 9. Halaman Cara Merawat Channa (Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 10. Halaman Contoh Penyakit dan Penyebab (Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 11. Halaman Penanganan Penyakit
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)



Gambar 12. Halaman Cara Budidaya Channa
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

SIMPULAN

Pada penulisan ini penulis harus menyelesaikan permasalahan yang ada yaitu merancang Buku Panduan *ChannaPedia* untuk usaha ikan hias Hans *Channa*, mulai dari mencari referensi desain, merancang sketsa kasar, mulai mendesain dari hasil referensi yang ditentukan dan diterima oleh owner, kemudian mencetak menjadi buku panduannya.

Kemudian pada permasalahan yang kedua yaitu tentang merancang media pendukung untuk promosi seperti x-banner, kalender, kartu nama, sticker, bendera, topi, kaos, lanyard, keychain, dan totebag. Tujuan daripada pembuatan media pendukung itu sendiri guna mempermudah dalam menawarkan produk ikan hias dari UMKM Hans *Channa*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, S. (2004). *Logo Design Workbook: A Hands On Guide to Creating Logos*. Massachusetts: Rockport Publishers, Inc.
- Courtenay, Jr., W.R. and J.D. Williams. (2004). *USGS Circular 1251: Snakeheads (Pisces, Channidae)- A Biological Synopsis and Risk Assessment*. U.S. Department of the Interior, U.S. Geological Survey. Denver.
- Kusumawati, D.N.I., W. I. (2022). Analisis Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Tradisional Lempur Berbahan Alami Memiliki Daya Tarik dan Ketahanan Mutu Produk. *Jurnal Nawala Visual*, 41-49.
- Oscario, Angela. (2013). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand. Retrived November 11, 2023, from <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/3429/2815>
- Rahmat F, Bukit.F.R.A, Geby.G.A.S, Irvan, Fahmi. (2019). Pembuatan Website Katalog Produk UMKM Untuk Pengembangan Pemasaran dan Promosi Produk Kuliner. Retrived November 11, 2023, from <https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/JPPM/article/view/4317/2684>
- Rahmi, A. Desriyeni. (2017). Pembuatan Buku Panduan Media Promosi Perpustakaan Di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat. Retrived Desember 19, 2023, from <https://media.neliti.com/media/publications/327648-pembuatan-buku-panduan-media-promosi-per-cb4ed754.pdf>
- Rustan, S. (2010). *Font & Tipografi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.