

## BAB III

### METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

#### 3.1 Tahapan Pembuatan

##### 3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam merancang *Event Seminar Food Garden Kita* yang berjudul “Demonstrasi Plot sebagai Langkah Awal Membangun *Food Garden*” di Kampung Nagajaya, perancang karya menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2014), metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian dalam pengumpulan, analisis, dan interpretasi data yang didalamnya terdapat langkah-langkah dari sekumpulan asumsi yang luas hingga metode-metode yang terperinci.

Perancang karya juga menggabungkan teknik triangulasi (wawancara, dokumentasi, dan dokumentasi) untuk memperdalam makna dan mendapatkan data yang relevan guna mendukung proses perancangan serta mencapai hasil yang diinginkan. Perancang karya melakukan survei dan terjun langsung untuk melakukan wawancara bersama beberapa pemangku kepentingan yaitu, Anis Faisal Reza, Tohri, dan Usep perwakilan masyarakat yang ada di Kampung Nagajaya, Desa Sindangratu.

##### 3.1.2 Metode Perancangan Karya

Dalam perancangan karya *Food Garden Kita*, perancang karya melibatkan beberapa tahapan yang sistematis, yaitu menggunakan teori *event management*. Menurut Goldblatt (2014), terdapat 5 tahap dalam merancang sebuah *event* yaitu *research, design, planning, coordination, dan evaluation*.

###### 3.1.2.1 Research

Langkah pertama dalam *event management* adalah *research*. Riset dapat dilakukan dengan mengumpulkan data-data dan informasi secara luas dan mendalam. Data dan informasi tersebut harus sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan dari audiens yang menjadi target dari *event* yang dirancang. Dengan adanya informasi tersebut, tim perancang *event* dapat memiliki gambaran mengenai *event* yang akan diselenggarakan dan dapat mempertimbangkannya dengan lebih hati-hati.

MPada tahap ini, perancang *event* dapat menentukan lokasi atau *venue* yang sesuai dengan jumlah target audiens dan suasana yang diinginkan. Selain itu, perancang *event* juga dapat menentukan tema yang relevan sesuai riset dan tujuan *event*. Langkah awal ini sangat membantu mempersiapkan segala sesuatu dengan lebih matang karena dapat direncanakan sedemikian rupa. Oleh karena itu, penting untuk memahami kebutuhan audiens melalui sebuah riset yang mendalam, agar perancang *event* dapat memastikan bahwa *event* yang dirancang mampu memberikan pengalaman yang bermakna dan memuaskan audiens.

Dalam melakukan riset yang baik, perlu adanya 5W+1H sebagai panduan untuk kebutuhan perancangan *event*. Berikut rumusan-rumusan pertanyaan yang perancang karya dan tim buat sebagai panduan merancang *event* Food Garden Kita:

1. Apa yang menjadi kesulitan masyarakat di Kampung Nagajaya seputar pangan?
2. Siapa target audiens pada *event* yang akan diselenggarakan?
3. Kapan waktu yang tepat bagi masyarakat untuk menyelenggarakan *event*?
4. Dimana lokasi penyelenggaraan *event*?
5. Mengapa masyarakat Kampung Nagajaya perlu untuk memahami pentingnya sistem pangan lokal dan resiliensi komunitas?
6. Bagaimana langkah yang tepat untuk merancang *event* ini agar sesuai dengan tujuan dan harapan?

Goldblatt (2014) juga menegaskan pentingnya analisis SWOT agar memperkuat perencanaan *event* dan mencapai kesuksesan sebuah *event*. Analisis SWOT menjadi salah satu metode efektif untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi kesuksesan *event*. Adanya analisis kekuatan, perancang karya dapat menemukan unsur positif atau nilai jual yang bisa dimanfaatkan untuk mendukung suksesnya sebuah

*event*, seperti keterampilan, sumber daya, hingga reputasi yang baik. Analisis kelemahan digunakan untuk mengidentifikasi hal-hal yang masih perlu diperbaiki, seperti anggaran, masalah teknis, dan sebagainya.

Selain itu, pada faktor eksternal terdapat aspek peluang dan ancaman bagi *event*. Perancang karya dapat mencari peluang seperti memanfaatkan tren di masyarakat, dukungan dari pemerintah, dan melakukan kolaborasi dengan mitra. Namun, ancaman juga perlu dipertimbangkan dengan baik agar sewaktu-waktu dapat diatasi dan *event* tetap dapat berjalan, seperti cuaca yang tidak mendukung, perubahan regulasi, hingga adanya persaingan dengan pihak lain. Berikut analisis SWOT dari *event* Food Garden Kita:

Tabel 3.1 Analisis SWOT Food Garden Kita

<b>Strength</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tujuan adanya kegiatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yaitu ketahanan pangan dan resiliensi komunitas.</li> <li>- <i>Event</i> akan dibawakan oleh narasumber yang telah berpengalaman dan disegani oleh masyarakat.</li> <li>- Masyarakat yang sudah familiar dengan kegiatan berkebun</li> </ul>
<b>Weakness</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengetahuan masyarakat yang kurang mengenai resiliensi komunitas dan potensi bencana di daerahnya karena keterbatasan informasi yang diterima.</li> </ul>
<b>Opportunities</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dukungan dan respon yang baik dari masyarakat karena belum pernah melakukan kegiatan seminar.</li> <li>- Dukungan oleh mahasiswa UMN melalui penggalangan dana.</li> </ul>
<b>Threats</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi yang kecil sehingga jumlah audiens harus dibatasi</li> <li>- Ancaman cuaca buruk (hujan badai) karena <i>event</i> berlangsung pada bulan Desember</li> </ul>

Berdasarkan riset yang perancang karya dan tim lakukan selama berada di Kampung Nagajaya, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kampung Nagajaya kesulitan mengakses bahan makanan karena lokasi kampung yang jauh dari pusat perbelanjaan. Selain itu, berdasarkan wawancara tidak terstruktur bersama salah seorang warga, mereka hanya menunggu tukang sayur keliling di pagi dan sore hari untuk ketersediaan bahan makanan, dan jika kehabisan maka mereka terpaksa untuk ke kota dan menempuh jarak perjalanan pulang-pergi selama kurang lebih 1 jam. Masyarakat di Kampung Nagajaya juga kurang paham mengenai resiliensi sistem pangan dan komunitas yang berkelanjutan.

Dengan latar belakang diatas, perancang karya berencana untuk mengadopsi atau mengimplementasi *demonstration plot food garden* di salah satu pekarangan rumah warga di Kampung Nagajaya. Implementasi kebun contoh *food garden* ini bukan semata-mata hanya untuk menjadi sebuah karya, namun perancang karya juga ingin memberikan edukasi pentingnya memiliki kebun pangan mandiri untuk membantu meningkatkan gizi keluarga serta memenuhi pangan keluarga. Dengan adanya kebun contoh dan seminar mengenai *food garden*, diharapkan masyarakat kampung Nagajaya bisa mulai menerapkan kebiasaan baru yang membangun sistem pangan lokal dan komunitas yang resilien. Sehingga ketika Kampung Nagajaya telah menjadi desa yang tangguh, nantinya Kampung Nagajaya dapat menjadi *sister village* bagi desa-desa lainnya dan fasilitator untuk ketahanan pangan.

### **3.1.2.2 Design**

Tahap design menjadi tahap bagi perancang *event* untuk menentukan tema dan konsep untuk penyelenggaraan *event*. *Event Food Garden* Kita “Seminar dan *Workshop* Mengelola *Food Garden*” rencananya akan diadakan di salah satu halaman rumah warga, tepat disamping

demonstrasi plot (demplot), Kampung Nagajaya. Penetapan venue ini bertujuan agar saat seminar dan *workshop*, audiens dapat melihat langsung, mengenal, dan mengidentifikasi peralatan yang dapat digunakan untuk membuat *food garden*. Pembuatan demplot ini dirancang dengan menggunakan barang-barang bekas yang ada di rumah, sehingga tidak mengeluarkan biaya banyak. Namun, karena merupakan kebun contoh maka tetap dibuat terlihat *aesthetic* atau indah untuk menarik perhatian masyarakat.

Perancang karya dan tim juga harus memperhatikan jobdesk antar individu yang disesuaikan dengan timeline kegiatan, mulai dari pembangunan kebun contoh, kemitraan, media partner, *brief* untuk sosial media, logistik untuk kebun contoh, logistik dan tim saat *event*, pemilihan narasumber, dan menjalin hubungan baik dengan *stakeholders*. Selain itu, ide-ide kreatif, menarik, dan inovatif harus mulai dituangkan dalam tahap ini untuk mendukung kesuksesan *event*. Setelah menentukan tema dan konsep, perancang *event* dapat mulai menentukan dari *key message*, logo, pemilihan warna, auditori, maskot, dekorasi, dan hal-hal lain yang diperlukan sepanjang *event*.

#### **a. Logo**



Food Garden Kita adalah proyek yang digarap oleh seorang mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara pada kegiatan Humanity Project, sehingga sebelumnya telah memiliki logo sendiri. Logo yang diberikan oleh founder Food Garden Kita menggambarkan tangan yang saling merangkul dengan daun berwarna hijau. Makna dari logo ini adalah saling merangkul, menjaga hubungan dengan alam, dan keberlanjutan.

Bersama dengan tim, perancang karya melakukan diskusi untuk melanjutkan proyek Food Garden Kita dengan wajah yang baru. Kesepakatan mengenai pembaharuan dan modernisasi logo pun sudah atas persetujuan pendahulu di proyek Food Garden Kita

dengan mempertimbangkan aspek keindahan visual, inovatif, modern, dan keberlanjutan.

Tim Food Garden Kita memutuskan untuk menyewa jasa profesional seorang ilustrator dalam pembuatan logo dengan harapan dapat dianggap lebih profesional dan memiliki identitas yang lebih kuat. Logo yang baru diharapkan mampu menggambarkan visi, misi, nilai-nilai, dan harapan Food Garden Kita, seperti kebersamaan, keberlanjutan, dan inovasi, dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran serta ketertarikan masyarakat Lebak Selatan terhadap program resiliensi pangan. Berikut merupakan perbedaan logo lama menjadi logo baru yang dipakai oleh penulis dan tim:

Tabel 3.2 Perubahan Logo Food Garden Kita

Logo Lama	Logo Baru
	

**b. Key Message**

Dalam *event* besar Food Garden Kita, yang menjadi pesan kunci pada Season 2 ini adalah “BersamaUntukResiliensi”. Dipilihnya tema dan pesan kunci ini oleh tim Food Garden Kita karena besar harapan bahwa masyarakat akan memiliki semangat kebersamaan dalam membangun resiliensi pangan dan komunitas yang tangguh. Mengingat bahwa resiliensi akan lebih berdampak dan bermanfaat jika dilakukan secara bersama-sama atau



berkomunitas, maka pesan ini menjadi alasan untuk turut membangun komunitas yang resiliensi terhadap ketahanan pangan.

## #BersamaUntukResiliensi

Gambar 3.1 *Key Message* Food Garden Kita

### c. Maskot

Dalam proses desain maskot untuk Food Garden Kita, perancang karya tim sepakat untuk melakukan modernisasi maskot, sama seperti dengan logo. Maskot atau simbol karakter menjadi sebuah identitas bagi organisasi atau acara. Maskot Food Garden Kita dinamakan Denta, yang diambil dari kata “*Garden*” yaitu “Den”, dan kata “Kita” yaitu “Ta”. Denta berasal dari Bahasa Italia yang bermakna kekal atau abadi, dan dipilih untuk menggambarkan resiliensi yang fokus terhadap keberlanjutan dan ketahanan pangan serta perekonomian masyarakat melalui kampanye digital di Food Garden Kita Season 1.

Modernisasi maskot dilakukan untuk menyesuaikan tema akan yang diusung. Oleh sebab itu, seluruh elemen desain dari maskot seperti *color palette* dan *template visual* akan disamakan supaya tidak menghilangkan ciri dari Denta. Perubahan signifikan terlihat dari bentuk dan sentuhan lukisan maskot Food Garden Kita. Berikut merupakan perbedaan maskot terdahulu dengan maskot yang sudah dimodernisasi:

Tabel 3.3 Perubahan Logo Food Garden Kita

Maskot Lama	Maskot Baru
-------------	-------------



#### d. Kolateral

Menurut Kotler et al. (2017), kolateral sering merujuk pada materi tambahan atau materi pendukung. Kolateral biasanya digunakan untuk mempromosikan dan memperkuat branding dalam sebuah *event*. Kolateral bertujuan untuk menarik lebih banyak audiens dan mencakup berbagai media, baik cetak maupun digital. Untuk mendukung acara Food Garden Kita dalam Seminar “Demonstrasi Plot sebagai Langkah Awal Membangun *Food Garden*”, perancang karya mempersiapkan berbagai kolateral untuk memenuhi kebutuhan *branding*, promosi, hingga pelaksanaan *event*.

Terdapat berbagai macam kolateral seperti brosur yang berisikan 10 komoditas dalam *food garden* sebagai media informasi kepada masyarakat. Spanduk dan baliho yang diletakkan di depan bangunan *food garden* agar meningkatkan visibilitas acara, dan *merchandise* untuk peserta seminar seperti baju, topi, dan botol minum yang terdapat logo Food Garden Kita untuk memperkuat identitas *event*.

#### 3.1.2.3 Planning

Menurut Goldblatt (2014), tahap planning terdiri dari 3 aspek utama, yaitu waktu, ruang, dan durasi. Berikut 3 aspek utama dalam perencanaan *event* Seminar Food Garden Kita:

1. Waktu : Senin, 2 Desember 2024



2. Ruang : Halaman Rumah Kang Usep, Kampung Nagajaya.

3. Durasi : 3 jam

Berdasarkan hasil diskusi dan perencanaan, *event* Food Garden Kita akan berlangsung pada hari Senin, 2 Desember 2024, dimulai pukul 09.00 WIB. Penentuan tanggal dan waktu pelaksanaan ini didasarkan pada hasil riset yang mendalam serta banyak pertimbangan. Waktu yang dipilih adalah pagi menjelang siang, sebab menurut prakiraan cuaca dari BMKG, curah hujan di Lebak Selatan akan meningkat pada sore menjelang malam hari. Untuk pemilihan hari, dipilih hari Senin berdasarkan hasil diskusi dan telah dikonfirmasi oleh masyarakat Kampung Nagajaya yang ingin mengikuti dan menjadi peserta pada *event* ini. Masyarakat bersedia melakukan di hari Senin pagi karena tidak begitu banyak pekerjaan di waktu tersebut.

*Event* Food Garden Kita akan dilaksanakan di salah satu halaman rumah warga yang telah dibangun *food garden* di Kampung Nagajaya, Desa Sindangratu, Lebak Selatan, Banten. Dengan mengadakan acara di tempat ini, maka warga bisa dengan mudah datang dan tidak memerlukan akomodasi untuk sampai ke *event* Food Garden Kita. Saat seminar dan *workshop* berlangsung pun peserta dapat langsung berlatih dan melihat-lihat kebun contoh yang sudah disiapkan guna membangun resiliensi sistem pangan dan komunitas yang tangguh. Durasi pelaksanaan *event* Food Garden Kita di rancang selama 3 jam untuk 2 sesi. Sesi pertama adalah seminar “Demonstrasi Plot Sebagai Langkah Awal Membuat *Food Garden*”, dan sesi kedua adalah *workshop* “Pengelolaan *Food Garden*”.

Waktu	Durasi	Kegiatan	Detail
08.30 - 09.10	30'	Persiapan	Briefing panitia dan berkumpul dengan peserta
09.10 - 09.15	5'	Opening	MC membuka acara, menyebutkan sponsor, dan media partner.
09.15 - 09.20	5'	Kata sambutan	Ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan
09.20 - 09.25	5'		Tokoh Masyarakat Kampung Nagajaya
09.25 - 09.30	5'		Perwakilan/Head of Food Garden Kita
09.30 - 09.35	5'	Persiapan seminar	MC mengarahkan ke sesi berikutnya dan penyambutan narasumber
09.35 - 10.25	45'	Sesi 1 Seminar "Demonstrasi Plot sebagai Langkah Awal Membuat Food Garden"	Pengenalan demonstrasi plot, Pemberdayaan komunitas, Pentingnya <i>community resilience</i> , dan Teknik Budidaya Tanaman
10.25 - 10.30	5'	Sesi tanya jawab	MC mengarahkan peserta untuk bertanya seputar topik yang disampaikan
10.30 - 10.35	5'	Perpindahan	MC mengarahkan peserta ke food garden untuk melakukan workshop
10.40 - 11.40	60'	Sesi 2 Workshop "Pengelolaan Food Garden"	Pengelolaan Kebun Pangan, Inovasi Pertanian, Pembuatan Pupuk Organik, Pengelolaan Biopori, Pemanfaatan Hasil Sumber Hewani, dan Pengelolaan Fodder
11.40 - 11.45	5'	Pemutupan Acara	Pemberian sertifikat dan foto bersama narasumber dan peserta
11.45 - 11.50	5'	Pemberian Goodie Bag	Pemberian merchandise untuk peserta yang sudah mengikuti rangkaian acara
11.55 - Selesai		Makan siang	MC mengarahkan untuk liwetan bersama peserta dan narasumber

Tabel 3.3 *Rundown* pelaksanaan event Food Garden Kita

#### 3.1.2.4 Coordination

*Coordination* dilakukan setelah melakukan *mapping* terhadap *stakeholder*/pemangku kepentingan seperti, *volunteer*, media partner, tenaga ahli, peserta acara. Koordinasi menjadi langkah yang krusial mengingat kesuksesan sebuah *event* sangat bergantung pada stakeholders. Dalam penyelenggaraan *event*, perancang karya dan tim akan berkoordinasi dengan beberapa pemangku kepentingan yang akan berkontribusi dalam *event*. Salah satunya didukung oleh panitia tambahan, yaitu 1 relawan Gugus Mitigasi Lebak Selatan dan mahasiswa dari program *Humanity Project Batch 5* UMN.

Perancang karya dan tim mengidentifikasi dan menganalisis pemangku kepentingan yang akan berkontribusi, diantaranya warga Kampung Nagajaya yang akan menjadi peserta, narasumber, relawan, dan tenaga ahli. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dibutuhkan pembagian

tugas yang sistematis dan menetapkan *Person in Charge* (PIC) untuk masing-masing *stakeholders*, agar tanggungjawab dapat terbagi dan dijalankan dengan baik sesuai dengan rencana awal.

Perancang karya mengambil peran menjadi koordinator yang bertanggungjawab atas narasumber dan logistik *event*. Dengan tanggungjawab yang dipilih, perancang karya melakukan pembuatan *Term of Reference* bagi narasumber, dimana penting untuk mengetahui topik dari seminar Food Garden Kita. Selain itu, perancang juga memastikan setiap keperluan *event* tersedia, baik bagi narasumber maupun peserta.

### **3.1.2.5 Evaluation**

Tahap evaluasi adalah tahap terakhir dari penyelenggaraan sebuah *event*. Fase ini penting karena dilakukan evaluasi secara menyeluruh dari tahap riset, design, planning, koordinasi, saat pelaksanaan *event*, hingga *event* selesai. Tahap ini bertujuan untuk melihat Kembali dan menilai apakah *event* telah berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan awal. Selain itu, evaluasi juga penting bagi perancang *event* untuk mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan dan faktor yang menghambat yang telah muncul selama proses dari awal hingga *event* selesai. Dengan adanya evaluasi, perancang karya dapat memahami seberapa efektif seminar Food Garden Kita dalam mencapai tujuan dan sasaran Food Garden Kita, serta mendapat *insight* baru sebagai acuan *event* serupa di masa mendatang.

Evaluasi akan dilakukan dengan membandingkan hasil pre-test yang diberikan sebelum *event* seminar “Demonstrasi Plot Sebagai Langkah Awal Membuat *Food Garden*” dan *post-test* setelah acara selesai. Dengan perbandingan *pre-test* dan *post-test*, perancang karya dapat menilai pemahaman peserta. Pengukuran tersebut dirancang untuk melihat perubahan tingkat pemahaman mengenai resiliensi sistem pangan dan komunitas yang tangguh sebelum dan setelah mengikuti kegiatan seminar. Evaluasi juga mencakup pengumpulan umpan balik dari peserta, tim, dan

pemangku kepentingan lainnya, baik secara lisan maupun melalui kuesioner guna mendapat perspektif yang lengkap mengenai keberhasilan seminar.

### 3.2 Rencana Anggaran

Berikut rencana anggaran yang perancang karya buat untuk *event* Seminar Food Garden Kita:

Tabel 3.4 Rencana Anggaran Seminar Food Garden Kita

Keterangan	Detail	Harga Satuan	Qty	Subtotal
<i>Event</i>	Demonstration Plot	Rp2.500.000	1 set	Rp2.500.000
	Baliho	Rp100.000	1 pcs	Rp100.000
	Spanduk	Rp50.000	1 pcs	Rp50.000
	Standing <i>Banner</i>	Rp75.000	1 pcs	Rp75.000
<b>Narasumber</b>	Fee	Rp750.000	cash	Rp750.000
	Sertifikat	Rp40.000	1 pcs	Rp40.000
	Plakat	Rp125.000	1 pcs	Rp125.000
<b>Kolateral</b>	Jasa Illustrator	Rp150.000	1 set	Rp150.000
	Kaos <i>Merchandise</i>	Rp35.000	20 pcs	Rp700.000
	Topi <i>Merchandise</i>	Rp13.000	20 pcs	Rp260.000
	Botol <i>Merchandise</i>	Rp5.000	20 pcs	Rp100.000
	Brosur	Rp5.000	50 lbr	Rp250.000
	Stiker	Rp20.000	1 lbr	Rp20.000
<b>Dana Tak Terduga</b>		-	-	Rp1.000.000
<b>TOTAL</b>				<b>Rp6.120.000</b>

### 3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI

Target luaran karya biasanya digunakan sebagai acuan mengukur keberhasilan dan dampak yang dihasilkan dari sebuah *event*. Publikasi juga merupakan bagian penting dari target luaran karya *event* Food Garden Kita. Seluruh publikasi yang berkaitan dengan seminar “Demonstrasi Plot Sebagai Langkah Awal

Membuat Food Garden” akan disampaikan melalui platform media sosial resmi Instagram @foodgardenkita. Akun Instagram @foodgardenkita akan menyajikan berbagai informasi terkait visi, misi, tujuan, dan nilai-nilai dari Food Garden Kita. Selain itu, media komunikasi utama yang akan menyampaikan informasi dan dokumentasi setiap kegiatan adalah akun Instagram @foodgardenkita.

Dalam akun Instagram resmi, dokumentasi rangkaian kegiatan akan di publikasikan bersama dengan konten visual lainnya, seperti penggalangan dana untuk membangun kebun contoh di Kampung Nagajaya. Video dokumenter dan *after movie* pun akan dipublikasikan, untuk menggambarkan proses perancangan hingga *event* selesai. Publikasi ini dapat berfungsi sebagai penyebaran informasi mengenai keberhasilan acara kepada pihak-pihak pemangku kepentingan, seperti sponsor, mitra kerja, donatur, hingga publik. Hal ini dilakukan untuk memperoleh dukungan yang lebih di kegiatan serupa lainnya di masa mendatang.

Seluruh publikasi mengenai *event* seminar dan *workshop* Food Garden Kita akan didukung oleh media eksternal untuk menyebarkan terkait pelaksanaan kegiatan, yaitu media partner melalui sebuah *press release*. Informasi yang komprehensif dimulai dari latar belakang pembuatan *event*, tujuan, hingga saat pelaksanaan *event* akan dikemas dalam sebuah *press release* dan disebarkan ke 20 media lokal maupun nasional. *Press release* akan membantu meningkatkan eksposur bagi *event* seminar Food Garden Kita. Selain itu, publikasi juga bekerja sama dengan kolaborator resmi dari Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Bersama kolaborator, platform untuk menyampaikan informasi bertambah melalui media sosial dan *website*. Publikasi di media sosial @gugusmitigasibaksel akan berupa *story* dan *feeds* mengenai perjalanan perancangan *event* hingga hasil akhir *event*. Sedangkan, *press release* yang menjelaskan kegiatan secara rinci juga akan disebarkan melalui *website* Gugus Mitigasi Lebak Selatan.

Dengan adanya platform-platform publikasi ini, diharapkan informasi terkait seminar “Demonstrasi Plot Sebagai Langkah Awal Membuat *Food Garden*” dapat menjangkau lebih banyak audiens secara efektif dan menarik, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya resiliensi sistem pangan dan komunitas yang tangguh.