

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kota Blitar merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang cukup banyak memiliki potensi wisata yang dapat menarik perhatian para wisatawan mulai dari wisata alam dan juga wisata sejarah. Selain itu, Blitar juga memiliki obyek wisata berbasis pertanian yaitu perkebunan belimbing. Sebut saja Kelurahan Karangsari yang memiliki banyak perkebunan Belimbing. Dalam upaya meningkatkan potensi wisata yang ada, pemerintah kota menjadikan perkebunan belimbing tersebut sebagai destinasi Agrowisata Belimbing di Kota Blitar. Namun Agrowisata ini masih belum memaksimalkan potensi kepariwisataannya, hal ini terlihat dari masih kurangnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke wana wisata ini. Salah satu faktor penyebabnya adalah masih kurangnya media promosi yang mempromosikan Agrowisata Belimbing di Kelurahan Karangsari. Berangkat dari permasalahan tersebut tujuan dari penelitian tugas akhir ini untuk merancang *branding* Kelurahan Karangsari berbasis agrowisata untuk mengenalkan identitas kampung belimbing Kota Blitar.

Agrowisata Belimbing Karangsari ini terletak di Kelurahan Karangsari, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar sekitar 4 km dari pusat Kota Blitar. Kelurahan ini terkenal dengan perkebunan belimbingnya. Karena hal itulah, Kota Blitar dikenal sebagai penghasil buah Belimbing ([www.visitblitar.com](http://www.visitblitar.com)).

Luas perkebunan belimbing yang ada di agrowisata Kelurahan Karangsari adalah 5 Ha dan berada di tanah bengkok yang tidak henti-hentinya dikembangkan sejak tahun 2008. Belimbing Karangsari merupakan belimbing varietas unggul yang dikembangkan Kelompok Tani Margo Mulyo. Karena kepengurusan yang baik, perkebunan tersebut berkembang pesat dan sering didatangi masyarakat pada umumnya. Maka muncul pemikiran dari pemerintah kota untuk mengembangkan perkebunan itu menjadi obyek wisata ([www.visitblitar.com](http://www.visitblitar.com)).

Menurut H. Imam Surani selaku ketua Kelompok Tani Margo Mulyo ([belimbingkarangsari.wordpress.com](http://belimbingkarangsari.wordpress.com)) seluruh warga diwajibkan menanam pohon Belimbing di pekarangan rumah. Ia mengungkapkan tujuannya adalah selain menjadi tanaman pelindung yang ditanam di rumah, tanaman tersebut dapat memberi nilai tambah. Maka tak heran jika akan menemui pohon belimbing di setiap rumah jika melewati kawasan Karangsari. Setiap pohon rata-rata menghasilkan lebih dari 0,5 kwintal tiap periode periode berbuah yaitu selama empat kali dalam setahun.

Di sini wisatawan dapat memetik dan memakan langsung buah belimbing sepuasnya di kebunnya serta dapat belajar membuat minuman sirup dari buah Blimbing. Pengunjung juga akan dipandu oleh pemandu agrowisata yang terdiri dari 2 orang pemandu, yaitu pemandu inti yang akan mengantar pengunjung dari tempat parkir menuju ke kebun belimbing dan pemandu kebun yang akan memandu didalam kebun belimbing ([www.visitblitar.com](http://www.visitblitar.com)).

Buah belimbing yang dihasilkan Kelurahan Karangsari bisa dibilang berbeda dengan belimbing yang berada di daerah lain. Belimbing Kelurahan Karangsari memiliki ukuran yang lebih besar dari jenis belimbing lain. Selain itu, warna kuning yang terang dan mencolok serta rasa manisnya yang mendominasi menjadikan belimbing Kelurahan Karangsari memiliki nilai istimewa dari belimbing yang berasal dari daerah lain (*nasional.news.viva.co.id*).

Yang membuat lebih menarik, di dekat Agrowisata Belimbing ini juga terdapat bangunan pabrik pengolahan belimbing yang di dalamnya terdapat media pengolahan, gudang bahan dan stok barang, tempat packing, dan rumah kompos (*www.timesindonesia.co.id*).

Agrowisata itu sendiri merupakan wisata pertanian dengan objek kunjungan daerah pertanian atau perkebunan yang sifatnya khas, yang telah dikembangkan sedemikian rupa sehingga berbagai aspek yang terkait dengan jenis tumbuhan yang dibudidayakan itu telah menimbulkan motivasi dan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjunginya. Aspek-aspek itu antara lain jenis tanaman yang khas, cara budidaya dan pengelolaan produknya, penggunaan teknik dan teknologi, aspek kesejarahannya, lingkungan alam dan juga sosial budaya disekelilingnya (Damardjati, 1995: 5).

Sedangkan menurut Yoeti (2000: 143) agrowisata merupakan salah satu alternatif potensial untuk dikembangkan di desa. Kemudian batasan mengenai agrowisata dinyatakan bahwa agrowisata adalah suatu jenis pariwisata yang khusus menjadikan hasil pertanian, peternakan, perkebunan sebagai daya tarik bagi wisatawan.

Untuk mengembangkan potensi pariwisata yang dimiliki oleh Agrowisata Belimbing Karangsari, perlu rasanya untuk melakukan suatu tindakan pengenalan. Menurut Harjanto (2009: 262), promosi merupakan kegiatan penting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan dan menginformasikan potensi suatu produk agar keberadaannya, lebih dikenal oleh khalayak luas dan dapat mendorong khalayak untuk berkunjung ke produk atau objek yang dipromosikan.

Dari sinilah tujuan dari *branding* Kelurahan Karangsari diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang buah belimbing mulai dari menanam hingga panen serta hasil olahannya dan manfaat buah belimbing dapat tersampaikan ke masyarakat lewat Agrowisata Belimbing ini. Pemilihan media promosi untuk mempromosikan Agrowisata Belimbing Karangsari sebagai tempat tujuan pariwisata sangatlah penting. Disamping untuk manfaat dari *branding* Kelurahan Karangsari adalah selain menarik minat wisatawan, *branding* juga dilakukan untuk mempertahankan intensitas kunjungan wisatawan ke Agrowisata Belimbing Karangsari Blitar.

Maka dari itu sebagai upaya mengenalkan Kelurahan Karangsari dilakukan sebuah *branding* untuk mengangkat Kelurahan Karangsari sebagai Kampung Belimbing melalui Agrowisatanya. Salah satu tindakan *branding* yang dapat dilakukan adalah membuat suatu logo beserta media promosi yang mendukung. Media promosi berfungsi sebagai sarana untuk mengenalkan serta mengingatkan kembali masyarakat akan Kelurahan Karangsari melalui Agrowisata Belimbing Karangsari ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan peneliti adalah melakukan perancangan *Branding* Kelurahan Karangsari Blitar berbasis Agrowisata Belimbing, diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan dan peningkatan daya tarik wisatawan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang di dapat yaitu “*Bagaimana merancang Branding Kelurahan Karangsari Berbasis Agrowisata Untuk Mengenalkan Identitas Kampung Belimbing Kota Blitar?*”

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun yang menjadi batasan-batasan masalah dalam melakukan perancangan ini yaitu :

- a. Pembuatan logo dan *tagline* Agrowisata Belimbing.
- b. Perancangan promosi ini menggunakan media promosi yang meliputi pembuatan GSM (*Graphic Standard Manual*), brosur, *billboard*, *x-banner*, *media sosial* dan *merchandise*.
- c. Penelitian dikhususkan pada Agrowisata Belimbing Karangsari.

## **1.4 Tujuan**

Tujuan yang ingin dicapai pada tugas akhir perancangan logo dan media promosi Agrowisata Belimbing Karangsari Blitar ini adalah untuk merancang *branding* Kelurahan Karangsari berbasis Agrowisata untuk mengenalkan identitas Kampung Belimbing Kota Blitar.

## **1.5 Manfaat**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi kalangan akademis, khususnya mahasiswa Desain Komunikasi Visual, dalam hal perancangan dan penggunaan logo serta media promosinya.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa diterapkan oleh Pemerintah Kota Blitar dalam mempromosikan Agrowisata Belimbing Karangsari guna mengoptimalkan potensi wisata sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Agrowisata Belimbing Karangsari khususnya pada Kelurahan Karangsari Blitar.