

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari *branding* Kelurahan Karang Sari berbasis agrowisata untuk mengenalkan identitas kampung belimbing Kota Blitar adalah:

1. Tujuan utama dalam perancangan *branding* ini adalah untuk mengenalkan identitas Kelurahan Karang Sari sebagai kampung belimbing di Kota Blitar melalui Agrowisata Belimbing Karang Sari.
2. Konsep desain dalam perancangan ini adalah “*Delight*”. Arti dari kata “*Delight*” adalah menyenangkan. Sehingga dengan konsep ini memiliki harapan untuk menjadikan Agrowisata Belimbing Karang Sari sebagai salah satu tempat wisata keluarga yang menyenangkan dan cocok untuk berekreasi serta mengenalkan Kelurahan Karang Sari sebagai kampung belimbing di Kota Blitar.
3. Konsep “*Delight*” diterapkan dengan tipografi *Diavlo* dan *Gill Sans MT*. Warna yang digunakan adalah hijau, kuning, oranye dan merah. *Tagline* yang terpilih adalah “Wisata Menyenangkan Bersama Keluarga”, sedangkan *headline* yang terpilih adalah “Belimbing Karang Sari”.
4. Konsep “*Delight*” diimplementasikan melalui media *billboard*, *x-banner*, brosur, *merchandise*, dan media sosial sesuai segmentasi dan target.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pihak Agrowisata Belimbing Karangsari diharapkan mengoptimalkan kegiatan promosi yang beda dari pada yang lain, sesuatu yang baru yang mampu dan memiliki daya tarik masyarakat untuk berkunjung ke Agrowisata Belimbing Karangsari.
2. Menonjolkan keunikan yang dimiliki Kelurahan Karangsari, yang memang hal tersebut merupakan pembeda yang sulit ditiru oleh pesaing yang menjual jenis dan konsep wisata yang serupa.

