

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kabupaten Banyumas merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki berbagai macam potensi wisata. Mulai dari wisata sejarah, wisata kuliner, hingga wisata alam dan pertanian yang mampu menarik perhatian wisatawan. Salah satu potensi wisata di Kabupaten Banyumas terletak pada sektor agrowisata. Agrowisata merupakan perpaduan antara wisata dan pertanian yang memperbolehkan pengunjung untuk mengunjungi kebun pertanian, peternakan, hingga membeli secara langsung produk agrowisata di tempat tersebut, menikmati pertunjukkan, mengambil bagian dari kegiatan pertanian [1]. Salah satu sektor agrowisata yang ada di Banyumas adalah Durian Bhineka Bawor Banyumas yang berada di desa Alasmalang, kecamatan Kemranjen.

Kecamatan Kemranjen merupakan daerah sering disebut dengan istilah "daerah durian" terutama di desa Alasmalang. Padahal menurut kepala Desa Alasmalang, sebenarnya di daerah Kemranjen terdapat tiga wilayah yang cukup dikenal dengan buah duriannya, seperti desa Alasmalang, desa Karangsalam dan desa Pagralang. Namun dikarenakan Desa Alasmalang lebih awal dalam membentuk kelompok tani durian serta pengembangan yang dilakukan masyarakat lebih cepat maka desa Alasmalang disebut sebagai pelopor durian di Kemranjen [2]. Di desa Alasmalang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani durian. Maka tidak heran apabila banyak warung yang menjual durian maupun bibitnya di sepanjang jalan desa tersebut.

Agrowisata yang menjadi pusat dan pelopor *varietas* durian Bawor di Desa Alasmalang adalah Agrowisata Durian Bhineka Bawor Banyumas. Durian yang dikembangkan adalah durian dengan jenis Bhineka Bawor. Durian Bhineka Bawor merupakan hasil dari rekayasa yang ditemukan oleh pemilik agrowisata Durian Bhineka Bawor. Durian tersebut menjadi produk unggulan karena mempunyai banyak kelebihan di antaranya, buahnya yang super tebal, dan berbiji kecil.

Selain itu rasa khas dari buah tersebut legit tetapi juga pahit. Dengan berbagai keunggulannya buah durian tersebut berhasil membawa pemiliknya, Sarno Ahmad Darsono meraih penghargaan Satya Lencana Wira Karya pada tahun 2004 sebagai petani dan penemu *varietas* durian unggul yang diberikan oleh presiden Susilo Bambang Yudoyono.

Sebagai agrowisata yang memiliki potensi besar untuk dapat lebih berkembang, sayangnya Agrowisata Durian Bhineka Bawor Banyumas belum memiliki logo sebagai identitas visual yang menarik dan konsisten. Padahal Agrowisata Durian Bhineka Bawor merupakan pelopor pertama kali yang menemukan durian dengan *varietas* Bhineka Bawor. Identitas visual memiliki peran penting untuk mengkomunikasikan visi dari suatu *brand*, sekaligus sebagai faktor penting dalam mengenalkan *brand* tersebut sehingga menjadi pilihan pertama konsumen setiap saat [3]. Penerapan identitas visual yang belum konsisten terlihat dalam beberapa desain visual seperti penerapan logo pada neon box dan banner yang terdapat pada Agrowisata Durian Bhineka Bawor Banyumas masih berubah-ubah. Pada neon box yang berada pada area tepi jalan menggunakan jenis logotype, tetapi pada banner menggunakan logo emblem dengan gambar wayang bawor. Logo tersebut juga masih terlihat sederhana karena penggunaan elemen logo seperti warna dan font yang digunakan belum sesuai dengan Agrowisata Durian Bhineka Bawor. Kemudian logo tersebut masih menggunakan ilustrasi bawor hasil *download* dari internet. Oleh karena itu, diperlukan adanya upaya perancangan ulang atau *re-design* identitas visual Agrowisata Durian Bhineka Bawor Banyumas. Selain itu *re-design* identitas visual ini juga dibutuhkan untuk menghasilkan *image* yang baru pada Agrowisata Durian Bhineka Bawor Banyumas.

*Re-design* bertujuan untuk membentuk citra (*image*) dan merefleksikan perubahan identitas secara menyeluruh tanpa mengabaikan tujuan awal [4]. Saat ini logo yang digunakan sebagai identitas visual belum mampu merefleksikan Agrowisata Durian Bhineka Bawor. Kesadaran merek atau *brand awareness* merupakan kemampuan *audiens* atau masyarakat untuk mengenali dan mengingat

suatu merek tertentu [5]. Identitas yang nantinya akan terangkum dalam *re-design* identitas visual Agrowisata Durian Bhineka Bawor Banyumas dibuat untuk membuat pencitraan atau *brand awareness* yang lebih kuat dan konsisten, selain itu juga sebagai pembeda dengan agrowisata yang lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan peneliti adalah melakukan perancangan *re-design* identitas visual Agrowisata Durian Bhineka Bawor di desa Alasmalang untuk meningkatkan *brand awareness*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam perancangan ini dapat dirumuskan, yaitu:

1. Bagaimana merancang *re-design* identitas visual Agrowisata Durian Bhineka Bawor untuk meningkatkan *brand awareness*?
2. Bagaimana merancang pengaplikasian identitas visual sebagai media pendukung yang dapat menarik perhatian pengunjung Agrowisata Durian Bhineka Bawor?

## **1.3 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari adanya perancangan *re-design* identitas visual Agrowisata Durian Bhineka Bawor adalah sebagai berikut:

1. Merancang *re-design* identitas visual sebagai media komunikasi bagi agrowisata Durian Bhineka Bawor untuk meningkatkan *brand awareness*.
2. Merancang pengaplikasian identitas visual sebagai media pendukung yang dapat menarik perhatian pengunjung Agrowisata Durian Bhineka Bawor.

## 1.4 Manfaat Perancangan

Berdasarkan hasil perumusan masalah di atas, maka manfaat yang didapat dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat bagi Keilmuan Desain Komunikasi Visual

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengalaman dalam membuat rancangan *re-design* identitas visual dan dapat menambah wawasan mengenai peningkatan *brand awareness*.

### 2. Manfaat bagi Institusi

Penelitian ini dapat mengembangkan bidang *tourism*, sesuai dengan visi kampus ITTP yang fokus pada pengembangan ilmu pengetahuan berbasis teknologi informasi dengan keunggulan pada bidang *healthcare*, *agro-industry*, *tourism*, dan *small medium enterprise (HATS)*.

### 3. Manfaat bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan edukasi mengenai Agrowisata Durian Bhineka Bawor dan menarik minat masyarakat sekitar untuk membudidayakan Durian Bawor.

## 1.5 Batasan Perancangan

Batasan perancangan bertujuan agar perancangan ini tetap terfokus pada permasalahan yang ada pada *re-design* identitas visual Argowisata Durian Bhineka Bawor Banyumas. Batasan perancangan pada *re-design* identitas visual Argowisata Durian Bhineka Bawor Banyumas berfokus pada Logo dengan media utama *GSM (Graphic Standard Manual)*, yang kemudian diaplikasikan ke berbagai media pendukung.