







*“...maka, apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan),  
tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain),  
dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”  
(QS: Al Insyirah ayat 7-8)*



“Teruntuk Emak tercinta,  
serta Baba yang *insha Allah* di surga...”

## KATA PENGANTAR

Perancangan *visual branding* kawasan agrowisata Condet ini merupakan perwujudan ilmu desain yang dituangkan dalam karya Tugas Akhir sebagai salah satu syarat guna mengakhiri studi pada jenjang Strata Satu (S1) Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dibuatnya perancangan ini didasari atas kepedulian dan keresahan yang terjadi terhadap daerah Condet yang semakin hari semakin mengalami krisis identitas. Condet sekarang ini lebih dikenal oleh masyarakat sebagai daerah tempat usaha orang Arab yang menjual minyak wangi dan membuka usaha agen TKI. Pembangunan rumah usaha maupun perumahan pun semakin gencar. Namun, dibalik padatnya bangunan-bangunan yang menghimpit serta maraknya penjual minyak wangi dan agen TKI, Condet sesungguhnya masih memiliki aset berharga dan potensi beragam penting yang sangat layak untuk dikembangkan menjadi kawasan agrowisata. Keunikan dari potensi-potensi yang ada menjadikan Condet memiliki *positioning* yang kuat dan meyakinkan apabila dijadikan kawasan agrowisata.

Melalui perancangan *visual branding* ini diharapkan mampu menciptakan citra dan *brand image* yang baik terhadap Condet sehingga identitas Condet menjadi semakin baik ke depannya serta aset-aset berharga yang ada dapat dilestarikan bersama-sama. Diharapkan juga perancangan *visual branding* kawasan agrowisata Condet ini dapat memberikan manfaat yang baik dan berguna bagi kemajuan program desain komunikasi visual, kaum akademik, masyarakat, maupun lembaga-lembaga terkait.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah. Puji syukur kehadiran Allah S.W.T, sang pemilik daya atas segala upaya umat-Nya, atas segala nikmat, rahmat dan hidayah-Nya akhirnya Tugas Akhir karya desain ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. M. Agus Burhan M.Hum. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Ibu Dr. Suastiwi M.Des. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
3. Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn. selaku Ketua Jurusan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar selalu membimbing dengan memberi arahan dan masukan yang sangat bermanfaat guna terselesaikannya karya Tugas Akhir ini dengan baik.
4. Bapak P. Gogor Bangsa M.Sn. selaku Sekretaris Ujian Tugas Akhir sekaligus sebagai Dosen Pembimbing II, yang selalu membimbing dengan penuh arahan dan masukan terbaik guna terselesaikannya karya Tugas Akhir ini dengan baik.
5. Bapak Drs. Hartono Karnadi M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Ibu Hesti Rahayu S.Sn., M.A. selaku *cognate* Ujian Tugas Akhir.
7. Bapak Drs. M. Umar Hadi M.S. selaku dosen wali.
8. Seluruh staff pengajar dan karyawan Program Studi Desain Komunikasi Visual dan seluruh karyawan Akmawa Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang membantu dan memperlancar studi penulis.
9. Emak tercinta, atas do'a dan kasih sayang yang tak pernah putus, Abang-abang dan Empok-empok di rumah yang tak pernah lelah membantu dan menyemangati kuliah adik bontotnya. Terima kasih keluarga besar (alm) H. Emus Alamsyach.

10. Meda “Melor” Agustinna, kekasih hati yang selalu memberi dukungan, do’a, bantuan, omelan, dan ilmu yang bermanfaat. Terima kasih sudah mau menjadi alarmku di setiap pagi.
11. Boss Teguh dan Boss Gunawan yang sudah mau menemani survey ke Condet.
12. Angga “Tuxo” Wicaksana, Muhammad “Gembul” Setiawan, yang sudah mau jadi teman *sharing* dan memberikan bantuan yang sangat bermanfaat.
13. Uzak Hananta, yang sudah mau direpotkan muter-muter Sleman. Egavespa dan Adipagi yang juga mau direpotkan ke Godean. Nuwun banget guys!
14. Boss Eddie\_Serries, yang selalu mau direpotkan selama proses perancangan Tugas Akhir ini, makasih banget bosskuh!
15. Rendy Aditya atas pinjaman pigura dan manekinya. Thanks banget nyo!
16. Beni Proklamasi atas pinjaman kemeja putihnya yang kece badai~
17. A’a Azi, Agan Agung BDSL, Uda Ukik, Dandy, Panggih, Pak Roni dan Bu Icak, Om Yongki, Zaenal, Rifqi Ncex, Bagus Byson, Bram, dan semua kawan-kawan DKV angkatan 2009 serta segenap tim display pameran TA yang terlalu banyak untuk disebutkan satu per satu. Terimakasih banyak atas bantuan, dukungan, motivasi, pengalaman, dan kebersamaannya sampai sekarang.
18. Terima kasih juga kepada Pak Prayanto, yang pernah melepas saya sebagai mahasiswa bimbingan Tugas Akhir.
19. Terima kasih juga kepada bapak-bapak misterius yang merampas tas saya yang berisi data Tugas Akhir di atas kereta dalam perjalanan menuju Jogja.
20. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, 9 November 2015

Zulkarnain Ghazali



## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

### **PERANCANGAN VISUAL BRANDING KAWASAN AGROWISATA CONDET**

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelas ke sarjana di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian dari sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 9 November 2015

Zulkarnain Ghazali

NIM 0911832024

## ABSTRAK

Perancangan Visual Branding Kawasan Agrowisata Condet 2015

Oleh: Zulkarnain Ghazali

NIM: 0911832024

Kerusakan lingkungan baik yang disengaja maupun tidak disengaja kerap terjadi dan cenderung mengalami peningkatan. Jakarta sebagai jantung ibukota negara yang terus mengalami perubahan signifikan dan pembangunan pada berbagai aspek memiliki daerah-daerah dengan aset dan potensi berharga berupa kekayaan alam yang layak untuk ditingkatkan dan dilestarikan. Salah satu daerah di Jakarta yang perlu lebih diperhatikan aset dan potensinya adalah Condet. Dari dasar tersebut maka dilakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengangkat *positioning* sebuah daerah dalam perancangan *visual branding* kawasan agrowisata Condet, Kramat Jati, Jakarta Timur, Indonesia.

Condet merupakan daerah sejuk juga nyaman, di dalamnya terdapat potensi-potensi seperti keanekaragaman flora, seni budaya dan ekowisata yang sangat layak untuk dikembangkan dan menjadikan Condet sebagai kawasan agrowisata. Hal tersebut menjadi salah satu alasan untuk menyampaikan pesan yang disajikan dengan nuansa segar dan natural. Konsep natural menjadi pendekatan utama dalam menyampaikan pesan yang nantinya diintegrasikan ke media komunikasi visual.

Kesimpulan yang dapat diambil bahwa pada perancangan *visual branding* ini digunakan pendekatan keadaan geografis dan potensi-potensi Condet yang merupakan aset berharga daerah. Dengan pendekatan tersebut diharapkan *visual branding* Condet dapat memiliki daya tarik tinggi dan identitas Condet menjadi lebih baik di masa mendatang.

Kata kunci: *Visual Branding*, Agrowisata, Condet

## **ABSTRACT**

*Zulkarnain Ghazali*

*Designing Visual Branding for Condet Agrotourism Area 2015*

*Environmental damage either intentionally or unintentionally frequently occur and tend to increase. Jakarta as the heart of the capital of the state which continues to experience significant changes and development on various aspects having areas with valuable assets and potential in the form of natural wealth that deserve to be improved and preserved. One of the areas in Jakarta that need more attention of assets and its potential is Condet. From these basic conducted a research that aims to elevate the positioning of a region in the designing of visual branding Condet agro-tourism area, Kramat Jati, East Jakarta, Indonesia.*

*Condet is an area that comfortably cool shades, in which there is the potential of such a diversity of flora, cultural arts and ecotourism are very worthy to be improved and made Condet as an agro-tourism area. It became one of the reasons to convey messages that are presented with fresh and natural feel. The concept of natural become the main approach in conveying the message that will be integrated into visual communication media.*

*The conclusion can be retrieved that the visual branding design is using an approach geographical circumstances and potentials of Condet which is a valuable asset area. With this approach is expected to visual branding Condet can have a high appeal and the identity of Condet becomes better in the foreseeable future.*

*Keywords: Visual Branding, Agrotourism, Condet*

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PENGESAHAN .....	ii
MOTTO .....	iii
PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Perancangan .....	4
D. Batasan Masalah .....	5
E. Manfaat Perancangan .....	5
F. Metode Perancangan .....	5
G. Skematika Perancangan .....	8

<b>BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS .....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
1. Identitas Visual.....	9
1) Nama.....	10
2) Logo.....	12
3) <i>Tagline</i> .....	13
4) Warna.....	14
5) Tipografi .....	16
6) Elemen gambar .....	17
2. <i>Brand</i> dan Cakupannya .....	17
a. Pengertian <i>Brand</i> .....	17
b. Strategi <i>Brand</i> .....	19
c. <i>Brand Positioning</i> .....	20
d. <i>Brand Equity</i> .....	22
e. <i>Brand Awareness</i> .....	23
f. <i>Brand Loyalty</i> .....	25
3. <i>Visual Branding</i> .....	27
a. Pengertian <i>Visual Branding</i> .....	27
b. Elemen <i>visual branding</i> .....	28
c. Strategi <i>Visual Branding</i> .....	29
4. Kawasan Agrowisata.....	31
a. Pengertian Kawasan Agrowisata.....	31
b. Kriteria Kawasan Agrowisata .....	32
c. Prasyarat Kawasan Agrowisata .....	33
d. Tujuan Pengembangan Kawasan Agrowisata .....	34
5. <i>Branding</i> Tempat.....	35
B. Identifikasi Data .....	36
1. Condet .....	36

a. Gambaran Umum Condet.....	36
b. Sejarah Condet .....	37
c. Iklim dan Kondisi Geografis Condet.....	40
d. Penduduk Condet .....	41
e. Potensi Condet.....	42
2. Komunitas Ciliwung Condet.....	44
a. Tentang Komunitas Ciliwung Condet .....	44
b. Visi dan Misi .....	45
c. Keanekaragaman Flora .....	46
d. Wahana <i>Outbond</i> .....	49
C. Analisis Data .....	50
1. Analisis SWOT Condet.....	50
2. Analisis SWOT Komunitas Ciliwung Condet.....	52
3. Kesimpulan.....	53
D. USP ( <i>Unique Selling Proposition</i> ).....	54
E. Segmentasi .....	55
F. Solusi.....	56

### **BAB III KONSEP PERANCANGAN.....57**

A. Konsep Komunikasi .....	57
1. Tujuan Komunikasi .....	57
2. Strategi Komunikasi .....	57
B. Konsep Kreatif .....	58
a. Tujuan Kreatif.....	58
b. Strategi Kreatif .....	59
c. Program Kreatif .....	62
C. Konsep Media	
1. Tujuan Media .....	72

2. Strategi Media .....	74
3. Program Media.....	74
D. Perencanaan Jadwal dan Biaya.....	76
1. Jadwal Media.....	76
2. Biaya Media .....	77
3. Biaya Kreatif .....	78

**BAB IV VISUALISASI.....79**

A. Desain Logo <i>Visual Branding</i> .....	79
1. Data Visual.....	79
2. Sketsa Penjaringan Ide <i>Logogram</i> .....	80
3. Studi Visual Logogram .....	81
4. Sketsa Penjaringan Ide <i>Logotype</i> .....	81
5. Studi Visual <i>Logotype</i> .....	82
6. Alternatif Logo.....	83
7. Evaluasi Logo.....	83
8. Final Desain Logo.....	85
9. <i>Grid System</i> .....	87
10. Studi Warna Logo.....	87
11. Skala Logo .....	88
B. Master Ilustrasi <i>Visual Branding</i> .....	89
1. Sketsa Master Ilustrasi .....	89
2. Digitalisasi Master Ilustrasi.....	90
3. Sketsa <i>Layout</i> Alternatif.....	91
4. Digitalisasi <i>Layout</i> Alternatif Master Ilustrasi.....	92
C. Media Utama dan Media Pendukung.....	93
1. <i>Billboard</i> .....	93
2. <i>Transit Ad</i> .....	94

a. Bandara .....	94
b. Halte Bus .....	95
c. Transjakarta Ad .....	96
3. Iklan Media Cetak .....	96
a. Koran .....	96
b. Majalah .....	97
4. Media Luar Ruang Lainnya .....	97
a. Umbul-umbul .....	97
b. <i>Banner</i> .....	98
c. <i>Flying Chain / Flying Banner</i> .....	98
5. Media Sosial .....	99
a. <i>Website</i> .....	99
b. <i>Facebook</i> .....	103
c. <i>Twitter</i> .....	103
6. <i>Merchandise</i> .....	104
a. <i>T-shirt</i> .....	104
b. <i>Totebag</i> .....	104
c. Stiker .....	105
d. Pin .....	105
e. <i>Stationery kit</i> .....	105
f. Brosur .....	106
g. Katalog pameran .....	107
h. Poster pameran .....	108
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	109
A. Kesimpulan .....	109
B. Saran .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	113
<b>LAMPIRAN</b> .....	116



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Logo Adidas .....	11
Gambar 2 : Contoh logo .....	13
Gambar 3 : Contoh <i>tagline</i> LG .....	14
Gambar 4 : Contoh warna .....	15
Gambar 5 : Contoh tipografi font Mabella.....	16
Gambar 6 : Contoh elemen gambar .....	17
Gambar 7 : Logo A Mild.....	28
Gambar 8 : Iklan A Mild dengan slogan “GO AHEAD” .....	29
Gambar 9 : Kawasan agrowisata salak pondoh Turi, Sleman.....	32
Gambar 10 : Contoh logo branding tempat.....	36
Gambar 11 : Gambaran umum Condet .....	37
Gambar 12 : Peta wilayah Condet.....	41
Gambar 13 : Pintu masuk Komunitas Ciliwung Condet.....	45
Gambar 14 : Pohon salak dan bibit salak Condet .....	46
Gambar 15 : Pohon duku dan buah duku Condet .....	47
Gambar 16 : Pohon pucung / kluwak.....	48
Gambar 17 : Pohon kecapi dan rambutan .....	48

Gambar 18 : Pohon jengkol .....	49
Gambar 29 : Wahana <i>outbond</i> .....	50
Gambar 20 : Contoh gaya <i>flat design</i> .....	65
Gambar 21 : Beberapa potensi Condēt.....	66
Gambar 22 : Studi warna korporat .....	67
Gambar 23 : Studi huruf perancangan <i>headline</i> dan <i>bodycopy</i> .....	68
Gambar 24 : Studi huruf perancangan <i>subheadline</i> .....	69
Gambar 25 : Data visual perancangan logo .....	79
Gambar 26 : Sketsa penjaringan ide <i>logogram</i> Condēt .....	80
Gambar 27 : Studi visual <i>logogram</i> Condēt.....	81
Gambar 28 : Sketsa penjaringan ide <i>logotype</i> Condēt .....	81
Gambar 29 : Studi visual <i>logotype</i> Condēt .....	82
Gambar 30 : Alternatif logo Condēt.....	83
Gambar 31 : Skor penilaian logo Condēt.....	84
Gambar 32 : Evaluasi logo Condēt .....	85
Gambar 33 : Final desain logo Condēt.....	85
Gambar 34 : <i>Grid system</i> logo Condēt.....	87
Gambar 35 : Studi warna logo Condēt.....	87
Gambar 36 : Skala logo Condēt .....	88

Gambar 37 : Sketsa master ilustrasi .....	89
Gambar 38 : Digitaisasi master ilustrasi .....	90
Gambar 39 : Sketsa <i>layout</i> alternatif.....	91
Gambar 40 : Digitalisasi <i>layout</i> alternatif master ilustrasi.....	92
Gambar 41 : <i>Preview billboard landscape</i> .....	93
Gambar 42 : <i>Preview billboard portrait</i> .....	93
Gambar 43 : <i>Preview billboard bandara</i> .....	94
Gambar 44 : <i>Preview flying banner bandara</i> .....	94
Gambar 45 : <i>Preview poster halte shelter bus transjakarta</i> .....	95
Gambar 46 : <i>Preview poster halte bus umum</i> .....	95
Gambar 47 : Desain transjakarta <i>ad</i> .....	96
Gambar 48 : <i>Preview iklan koran</i> .....	96
Gambar 49 : <i>Preview iklan majalah</i> .....	97
Gambar 50 : Desain umbul-umbul.....	97
Gambar 51 : Desain <i>banner</i> .....	98
Gambar 52 : Desain <i>flying chain</i> .....	98
Gambar 53 : Desain halaman <i>home website</i> .....	99
Gambar 54 : Desain halaman <i>about website</i> .....	99
Gambar 55 : Desain halaman <i>news website</i> .....	100

Gambar 56 : Desain halaman <i>events website</i> .....	100
Gambar 57 : Desain halaman <i>explore website</i> .....	100
Gambar 58 : Desain halaman <i>gallery website</i> .....	101
Gambar 59 : Desain halaman <i>contact website</i> .....	101
Gambar 60 : <i>Preview website</i> .....	102
Gambar 61 : <i>Preview fanpage facebook</i> .....	103
Gambar 62 : <i>Preview profile twitter</i> .....	103
Gambar 63 : Desain <i>t-shirt</i> .....	104
Gambar 64 : Desain <i>totebag</i> .....	104
Gambar 65 : Desain <i>cutting stiker</i> .....	105
Gambar 66 : Desain pin.....	105
Gambar 67 : Desain <i>stationery kit</i> .....	105
Gambar 68 : Desain brosur luar .....	106
Gambar 69 : Desain brosur dalam.....	106
Gambar 70 : Desain katalog bagian luar .....	107
Gambar 71 : Desain katalog bagian dalam .....	107
Gambar 72 : Desain poster pameran .....	108

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tabel perbedaan produk dengan <i>brand</i> .....	18
Tabel 2 : Jadwal Media .....	76
Tabel 3 : Biaya Media .....	77
Tabel 4 : Biaya Kreatif .....	78



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam yang berlimpah dan dikenal sebagai salah satu pusat keanekaragaman hayati terpenting dunia. Kekayaan alam dan hayati yang luar biasa banyaknya di Indonesia merupakan aset berharga dan patut untuk dilestarikan. Akan tetapi, pesatnya laju pembangunan dan arus modernisasi di era globalisasi sekarang ini mempengaruhi kelangsungan hidup kekayaan alam yang ada. Kerusakan lingkungan baik yang disengaja maupun tidak disengaja kerap terjadi dan cenderung mengalami peningkatan. Hal tersebut tentunya harus direspon dengan tepat oleh pemerintah terutama pemerintah daerah untuk berperan lebih serius dalam melestarikan daerahnya dengan melibatkan seluruh lapisan masyarakat. Adapun cara yang dilakukan yakni dengan memperbaiki strategi promosi juga prasarana dan infrastruktur suatu daerah dengan perencanaan yang terintegrasi agar potensi yang ada menjadi lebih menarik dan unggul sehingga dapat menjaga eksistensi dan meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD).

Jakarta sebagai Daerah Khusus Ibukota yang terus mengalami perubahan signifikan dan pembangunan pada berbagai aspek memiliki daerah-daerah dengan potensi yang menonjol untuk ditingkatkan dan dilestarikan. Salah satu daerah di Jakarta yang perlu lebih diperhatikan potensinya adalah Condet. Condet adalah sebuah daerah yang terletak di kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur, DKI Jakarta. Nama Condet berasal dari nama sebuah anak sungai Ciliwung, yaitu Ci Ondet. Ondet atau ondeh, adalah nama pohon sejenis pohon buni, buahnya bisa dimakan, yang nama ilmiahnya *Antidesma diandrum* Sprng, termasuk famili *Antidesmaeae* (Fillet, 1888:128 dari <http://id.wikipedia.org/wiki/Condet> akses 18 September 2014 pukul 00.15 )

Daerah yang juga dikenal sebagai penghasil buah duku dan salak ini sempat dijadikan cagar buah-buahan dan budaya oleh mantan gubernur DKI Jakarta, Ali Sadikin. Berdasarkan SK Gubernur No. D.IV-1511/e/3/1974 tanggal 30 April 1974, kawasan ini ditetapkan sebagai wilayah cagar buah-buahan dan budaya Condet. Disusul SK Gubernur No. D.I-7903/a/30/75 tanggal 18 Desember 1975, Gubernur kembali menetapkan Condet sebagai daerah buah-buahan. Wilayah cagar ini mencakup tiga kelurahan di Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Yakni Kelurahan Batu Ampar, Bale Kambang, dan Kampung Dukuh. SK yang dikeluarkan oleh Gubernur Ali Sadikin itu menetapkan pembangunan Condet seluas 18.000 ha harus dibatasi. Misalnya, dengan menetapkan aturan koefisien dasar bangunan (KDB) hanya 20 persen dari luas tanah. Artinya, lahan yang terbangun maksimal hanya 20 persen (<http://condet-betawi.blogspot.com/2009/04/sejarah-asal-mula-condet.html> akses 18 September 2014 pukul 00.25). Namun, sekarang peraturan itu tidak bisa diterapkan lagi di Condet khususnya di wilayah Batu Ampar, sebab pemukiman berkembang pesat dengan pertumbuhan penduduk tinggi karena derasnya arus pendatang dan desakan pembangunan sedangkan SK Gubernur yang ada sampai saat ini belum jelas kelanjutannya. Penduduk asli Betawi-Condet yang tadinya mendiami wilayah ini pun semakin tergeser keberadaannya karena mereka lebih memilih tinggal di luar daerah Condet seperti di Bekasi, Depok maupun Bogor. Tidak heran jika sekarang ini masyarakat memandang sebelah mata daerah Condet yang sebenarnya sangat kaya akan nilai sejarah.

Sebagai kawasan yang mungkin hampir hilang eksistensinya dan mulai mengalami alih fungsi, Condet masih memiliki aset menarik untuk ditingkatkan potensinya yaitu berupa buah salak dan dukuh khas Condet dan berbagai macam tumbuhan lainnya. Kawasan Condet memiliki keunggulan flora yang sangat berpeluang untuk dibudidayakan. Menyikapi hal itu, pelestarian dan konservasi lingkungan dirasa sangat diperlukan agar potensi Condet tetap terjaga dan dapat bermanfaat di masa

mendatang. Akan tetapi, peran pemerintah sekarang ini dirasa kurang serius dalam menjaga dan memperhatikan Condet sebagai salah satu aset berharga kota Jakarta. Melandaskan argumen pada Pardi, seorang anggota DPD (<http://health.kompas.com/read/Salak.dan.Dukuh.Hilang.dari.Condet> akses 17 September 2014 pukul 19.15), mengungkapkan bahwa kondisi Condet sangat memprihatinkan, kurangnya pemberdayaan pemerintah Jakarta dalam menangani persoalan budaya betawi dan potensi yang ada dapat berpengaruh atas hilangnya aset berharga daerah

Dari data di atas, mengingat keunggulan Condet yang tersisa sekarang terdapat pada sektor flora, dirasa tepat kiranya jika Condet dijadikan kawasan agrowisata. Agrowisata dapat dikelompokkan ke dalam wisata ekologi (eco-tourism), yaitu kegiatan perjalanan wisata dengan tidak merusak atau mencemari alam dengan tujuan untuk mengagumi dan menikmati keindahan alam, hewan atau tumbuhan liar yang ada di lingkungan alamnya serta dapat digunakan sebagai sarana pendidikan (<https://tourismbali.wordpress.com/2013/03/10/definisi-agrowisata-dari-berbagai-perspektif-2/> akses 18 September 2014 pukul 20.15). Oleh karena itu, dengan adanya potensi yang cukup unggul dan menarik tersebut, perlu adanya sebuah sikap positif dengan cara membranding Condet menjadi kawasan agrowisata agar keberadaannya semakin kuat dan diakui sehingga aset berharga Condet dapat terselamatkan dan dapat memberikan manfaat di masa mendatang. Di samping upaya melestarikan, pemerintah daerah setempat juga dapat meningkatkan pemasukan PAD Condet.

Pada dasarnya, memasarkan daerah berarti merancang suatu daerah agar memiliki nilai jual yang tinggi dan mampu memenuhi dan memuaskan persepsi dan ekspektasi target pasar. Menurut Catherine Kaputa (2010 : 3) banyak orang mengartikan *branding* adalah cara untuk meraih kesuksesan dari potensi yang ada. Selain itu juga ia menjelaskan bahwa *branding* adalah tentang bagaimana menemukan sebuah ide besar untuk merancang sebuah *Unique Selling Product* (USP). Maka dengan adanya *branding*, aset atau potensi yang telah ada dapat digunakan untuk











