

PEMBERDAYAAN AGROWISATA MELON MELALUI PERANCANGAN IDENTITAS GREENHOUSE DI DESA PELANG KIDUL

Aunur Baldan Dwipama¹, Ariani Lidyah Prameswari², Rahma Widia Sari³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam
Negeri Sunan Ampel¹

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Islam Negeri
Sunan Ampel Surabaya²

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam
Negeri Sunan Ampel³

Email : anrbaldan@gmail.com¹, arianilidyah10@gmail.com²
widiarahma124@gmail.com³

ABSTRAK

Pengembangan agrowisata berbasis potensi lokal merupakan salah satu strategi pemberdayaan masyarakat desa yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi secara berkelanjutan. Desa Pelang Kidul, Kabupaten Ngawi, memiliki potensi tersebut melalui *Greenhouse Melon* yang dikembangkan sebagai implementasi program ketahanan pangan dan dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). Meskipun memiliki potensi ekonomi yang baik, pengembangan *Greenhouse Melon* sebagai destinasi agrowisata masih menghadapi kendala berupa belum adanya identitas visual yang mampu memperkuat citra dan daya tarik destinasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat identitas *Greenhouse Melon* melalui perancangan dan pembuatan ikon sebagai media branding kawasan agrowisata. Metode yang digunakan adalah pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) dengan jenis penelitian kualitatif melalui observasi, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Tahapan pelaksanaan meliputi inkulturasi, *Discovery*, *Dream*, *Design*, *Define*, dan *Destiny*. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa aset lokal berupa *Greenhouse Melon* memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi agrowisata berbasis masyarakat. Melalui proses partisipatif bersama pemerintah desa, BUMDes, dan

Article History

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagiarism Checker No
234.KK.44.893484

Copyright : Author

Publish by : Krepa



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

masyarakat, berhasil dirancang serta dipasang ikon *Greenhouse Melon* sebagai identitas visual kawasan. Keberadaan ikon tersebut berfungsi sebagai media komunikasi visual yang memperkuat citra destinasi, meningkatkan daya tarik wisata, mendukung promosi digital, serta menjadi penanda kawasan yang mudah dikenali masyarakat maupun wisatawan. Program ini menunjukkan bahwa penguatan identitas visual merupakan salah satu bentuk pemberdayaan agrowisata yang mampu mengoptimalkan aset lokal sekaligus mendukung pengembangan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Asset Based Community Development (ABCD), agrowisata, identitas visual, *Greenhouse Melon*, pemberdayaan masyarakat.

ABSTRACT

The development of agro-tourism based on local potential is one of the community empowerment strategies capable of promoting sustainable rural economic growth. Pelang Kidul Village, Ngawi Regency, possesses such potential through the Greenhouse Melon project, which was established as an implementation of the national food security program and is managed by the Village-Owned Enterprise (Badan Usaha Milik Desa or BUMDes). Despite its promising economic potential, the development of Greenhouse Melon as an agro-tourism destination has been constrained by the absence of a visual identity capable of strengthening its image and attractiveness. This community service program aimed to reinforce the identity of Greenhouse Melon through the design and installation of an iconic visual landmark as a branding medium for the agro-tourism area. The program employed the Asset-Based Community Development (ABCD) approach using qualitative research methods, including observation, interviews, and Focus Group Discussions (FGDs). The implementation consisted of the stages of Inculturation, Discovery, Dream, Design, Define, and Destiny. The results indicate that Greenhouse Melon represents a valuable local asset with significant potential for development as a community-based agro-tourism destination.

Through a participatory process involving the village government, BUMDes, and local community members, a Greenhouse Melon icon was successfully designed and installed as the area's visual identity. The icon serves as a visual communication medium that strengthens the destination's image, enhances its tourism appeal, supports digital promotion, and functions as a recognizable landmark for both local residents and visitors. The program demonstrates that strengthening visual identity is an effective form of agro-tourism empowerment, capable of optimizing local assets while supporting sustainable rural economic development.

Keywords: *Asset-Based Community Development (ABCD), agro-tourism, visual identity, Greenhouse Melon, community empowerment.*

PENDAHULUAN

Desa memiliki daya tarik tersendiri yang dapat menciptakan sektor pariwisata tumbuh secara alami, yang kemudian dapat mendukung pertumbuhan ekonomi mandiri sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Rusyidi & Fedryansah, 2019). Pemberdayaan sumber daya alam melalui kontribusi masyarakat yang diwakilkan desa melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) menjadi bukti bahwa desa kini memiliki keseriusan untuk membangun sektor pariwisata yang tidak hanya dapat menarik wisatawan untuk datang, tapi juga dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan (Nurwahyuliningsih, Prihatini, Pusnita, Itisham, & Fanagung, 2024). Konsep pariwisata berkelanjutan bukan menjadi sebuah hal baru saja dibicarakan melainkan sudah sejak lama digaungkan, dalam website Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dikatakan bahwa konsep pariwisata berkelanjutan ini memiliki 4 fokus utama yakni pengelolaan berkelanjutan (bisnis pariwisata), ekonomi berkelanjutan (sosio ekonomi), keberlanjutan budaya (*sustainable culture*), serta aspek lingkungan (*enviromtent sustainability*).

Pariwisata berkelanjutan dapat diwujudkan melalui optimalisasi potensi lokal dengan memanfaatkan sumber daya alam sebagai daya tarik wisata yang dapat memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat, salah satunya adalah agrowisata. Nuraini (2020) dalam Norma Laily Fatimatus Sa'diyah mengatakan menurut Kementerian Pertanian Republik Indonesia, optimalisasi potensi lokal tersebut dapat memanfaatkan kegiatan pertanian sebagai upaya untuk menaikkan daya tarik wisata sebagai bagian dari rekreasi dan eduwisata yang dapat memperluas pengetahuan

dan memperkuat hubungan pertanian dan pariwisata (Laily Fatimatus Sa'diyah, Zuhriyah, & Widodo, 2024). Konsep tersebut menunjukkan bahwa pengembangan agrowisata ini berpotensi menjadi salah satu strategi pemberdayaan masyarakat melalui optimalisasi potensi lokal yang diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi desa melalui pengembangan sektor pariwisata. Optimalisasi ini tentu saja dapat terwujud melalui berbagai faktor yang harus dimiliki desa, terutama infrastruktur pendukung yang dapat menunjang publikasi dan aksesibilitas agrowisata ini. Aspek yang dapat mendukung optimalisasi pengembangan agrowisata ini adalah ketersediaan infrastruktur yang dapat menunjang kualitas pelayanan dan pengalaman kepuasan pelanggan selama melakukan rekreasi. Kepuasan pengunjung ini dapat dilihat dari sejauh mana fasilitas penunjang dapat membantu kelancaran wisatawan dalam melaksanakan rekreasi di tempat wisata tersebut (Adi Saputra, Ula Ananta Fauzi, & Apriyanti, 2022), aksesibilitas menjadi faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap keputusan berkunjung karena aksesibilitas yang baik memiliki potensi untuk meningkatkan kedatangan wisatawan, hal ini berpengaruh juga terhadap pengelolaan operasional fasilitas, karena jika wisatawan meningkat maka tuntutan perawatan fasilitas untuk kenyamanan pengunjung akan menjadi prioritas pengunjung (Yohana Natalia, Karini, & Mahadewi, 2020). Aspek-aspek seperti infrastruktur dan aksesibilitas merupakan faktor utama yang menjadi pertimbangan bagi wisatawan untuk berkunjung, namun disamping itu juga memerlukan identitas visual sebagai bagian dari strategi untuk memperkuat citra dan daya tarik yang dapat mendukung promosi pengembangan agrowisata ini.

Keberadaan identitas visual ini tidak hanya berguna sebagai penanda suatu objek wisata, tetapi juga berguna sebagai media komunikasi merepresentasikan karakter dan keunikan yang dapat berperan untuk membangun citra dan daya tarik destinasi wisata tersebut (Hanifa dkk., 2024), secara fundamental, efektivitas identitas visual terletak pada aspek-aspek penyusunnya sehingga makna yang ingin direpresentasikan nantinya dapat ditangkap dengan jelas oleh wisatawan (Harprianto, D. Dienaputra, Muhamad Lukman, Ryanto Budiana, & Hasanah, 2026). Urgensi keberadaan identitas visual ini juga menjadi perhatian dalam pengembangan agrowisata *Greenhouse* Melon di Desa Pelang Kidul. *Greenhouse* Melon ini merupakan inovasi yang dikembangkan sebagai implementasi dari program ketahanan pangan yang dicanangkan pemerintah. Pengelolaannya secara mayoritas dilakukan oleh desa dengan memberdayakan masyarakat yang pengelolaannya diwakilkan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dimana pendanaan inovasi ini dilakukan melalui penyerapan dana desa sebesar 20% (Anggreini, Dede Sri Kartini, & Iyep Saefulrahman, 2025).

Agrowisata *Greenhouse* Melon di Desa Pelang Kidul menjadi salah satu potensi yang dapat dioptimalkan menjadi sebuah program unggulan desa. Hal ini sesuai dengan keadaan geografis yang mana pertanian menjadi basis utama masyarakat

sebagai sumber mata pencahariannya. Keberadaan *Greenhouse* Melon merupakan implementasi program ketahanan pangan yang dicanangkan pemerintah, sehingga keberadaannya diharapkan dapat membantu mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara mandiri. Inovasi ini sudah berhasil memberikan dampak positif bagi desa, pada panen pertama yang dilakukan *Greenhouse* Melon ini menghasilkan total 1400 kg buah melon dan berhasil terdistribusi melalui pembeli secara langsung maupun tengkulak, ini menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki *greenhouse* ini sangatlah besar. *Greenhouse* Melon ini dari sisi ekonomi berhasil menunjukkan tren positif sebagaimana yang ditunjukkan dari hasil panen dan distribusi produk yang telah berjalan, namun dari sisi promosi optimalisasi agrowisata *Greenhouse* Melon sebagai destinasi wisata sepenuhnya masih belum optimal karena kurangnya identitas visual yang mampu memperkuat citra dan daya tarik destinasi. Eksistensi *Greenhouse* Melon ini menjadi kurang di mata masyarakat dan wisatawan karena tiadanya identitas visual yang mampu merepresentasikan maksud dan tujuan *Greenhouse* Melon ini dibangun. Aspek yang seharusnya menjadi kekuatan sebagai media komunikasi utama justru menjadi hal yang terlupakan dalam proses pengembangannya.

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa identitas visual memiliki peran vital yang dapat menunjang pengembangan destinasi agrowisata. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan identitas visual dan pengembangan destinasi perlu dikaji sebagai acuan dasar untuk melihat solusi atas permasalahan yang ada. Fakta permasalahan yang terjadi di atas kemudian menjadi urgensi mengapa penelitian ini harus dilakukan mengingat potensi yang dimiliki dalam pengembangan agrowisata *Greenhouse* Melon ini begitu besar tentu dengan ditunjang aspek pendukung yang dapat memaksimalkan potensi ini. Hal ini didukung oleh penelitian yang ditulis oleh Rini Astuti, Yulia Ningsih, Indry, dan Sarmen Aris (2026) dengan judul "*Pemberdayaan Agrowisata di Kampung Kuriman Panorama Baru Kota Bukittinggi*" yang mengatakan bahwa subjek dalam penelitian ini yakni kawasan Kampung Kuriman Panorama Baru memiliki potensi pengembangan agrowisata berkelanjutan yang dapat mendukung pariwisata kota Bukittinggi, namun sayang pengelolaannya belum terjadi secara maksimal karena permasalahan yang mendasar yakni rendahnya sumber daya manusia dalam pengelolaan agrowisata, minimnya koordinasi antar pemangku kepentingan serta belum optimalnya integrasi antara aktivitas pertanian dan komponen agrowisata. Penelitian ini juga dipertegas dengan artikel yang ditulis oleh Muzaki Ahmad Dayan dan Maheni Eka Sari (2022) dengan judul "*Potensi Agrowisata Berbasis Masyarakat*" mengemukakan bahwa melalui konsep *community based tourism* (CBT) masyarakat harus menjadi aktor utama yang dilibatkan secara aktif untuk berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata berbasis masyarakat agar selaras dengan tujuan akhirnya yakni meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat itu sendiri. Penelitian-penelitian ini menjelaskan

bahwa keberlangsungan pariwisata terutama konsep agrowisata sangat berpegang erat pada peran masyarakat, namun disamping itu ada satu aspek yang juga tidak kalah penting, terutama untuk mendukung memperkuat citra, promosi dan daya tarik wisatawan, yakni identitas visual. Hal ini didukung oleh penelitian yang ditulis oleh Amanda Nurhanifa dkk (2024), yang menjelaskan salah satu permasalahan yang sering dihadapi dalam pengelolaan pariwisata adalah kurangnya promosi yang dilakukan oleh pengelola, salah satu aspek yang mendukung promosi tersebut adalah identitas visual yang kuat dengan harapan nantinya mampu untuk mengkomunikasi apa yang menjadi kekuatan utama sebuah wisata, termasuk agrowisata.

Penelitian yang menjadi rujukan penulis memanglah selaras dengan tema besar yang diangkat penulis yakni pemberdayaan agrowisata, namun hal-hal yang menjadi pembahasan di atas masih menitikberatkan pemberdayaan masyarakat sebagai aspek krusial yang mendukung keberhasilan pengembangan wisata lokal, terutama agrowisata. Aspek penting lainnya seperti perancangan identitas visual sebagai instrumen pemberdayaan agrowisata dan dalam hal ini *Greenhouse Melon* masih jarang dibahas, dan menjadikan penelitian kami berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian yang kami ambil berfokus pada bagaimana nantinya dengan perancangan identitas visual ini dapat membantu pemberdayaan agrowisata *Greenhouse Melon* di Desa Pelang Kidul. Uraian-uraian diatas kemudian menyimpulkan satu rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini, yakni bagaimana perancangan identitas visual dapat mendukung representasi dan pemberdayaan agrowisata *Greenhouse Melon* di Desa Pelang Kidul. Rumusan masalah ini diambil karena sesuai dengan keadaan lapangan dan menjadi pembeda dengan penelitian lainnya yang telah dilakukan.

Permasalahan ini kemudian akan diidentifikasi dan dianalisis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD). Pendekatan ini relevan karena sesuai dengan keadaan lapangan dan selaras dengan tema Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dirancang oleh pihak Universitas. Pendekatan ini berfokus pada pemanfaatan aset individu atau umum, potensi, bakat dan kekuatan yang dimiliki oleh desa tersebut yang dapat menginspirasi perubahan positif di masyarakat (Herry Setyawan dkk., 2022).

Uraian diatas kemudian mendasari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini untuk menawarkan solusi dengan melakukan perancangan identitas visual. Upaya ini diharapkan dapat mendukung pemberdayaan agrowisata sehingga kedepannya dapat memiliki identitas kuat yang dapat mendukung peningkatan citra, daya tarik dan promosi agrowisata *Greenhouse Melon* di Desa Pelang Kidul, disamping itu identitas visual ini diharapkan menjadi media komunikasi yang dapat menjelaskan maksud dari agrowisata ini. Pelaksanaan kegiatan dilakukan menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) dengan mengoptimalkan potensi dan aset

yang telah dimiliki desa, sehingga solusi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan mitra dan kondisi lapangan. Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini berupa identitas visual *Greenhouse Melon* yang mampu merepresentasikan karakter destinasi sekaligus menjadi media pendukung promosi. Perancangan identitas visual ini diharapkan dapat bermanfaat dalam jangka waktu yang lama, terdekat dalam jangka pendek identitas visual ini mampu untuk mendukung promosi dan penguatan citra agrowisata *Greenhouse Melon* ini, dan dalam jangka panjang diharapkan dapat membantu pengembangan agrowisata dan mampu menjadi simbol komunikasi antara agrowisata, masyarakat dan wisatawan.

METODE

Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini menggunakan metode pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) dengan jenis penelitian kualitatif yang digunakan untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai kondisi, potensi, kebutuhan, serta aspirasi masyarakat dan pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan *greenhouse* melon di Desa Pelang Kidul. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan *Forum Group Discussion* (FGD). Data yang diperoleh melalui ketiga metode tersebut digunakan sebagai dasar dalam mengidentifikasi aset lokal serta merumuskan program pemberdayaan yang sesuai dengan metode *Asset Based Community Development* (ABCD) (Rahmawati dkk., 2024). Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai *point* utama dalam proses pemberdayaan sehingga aset yang dimiliki dapat dimanfaatkan dan diberdayakan oleh masyarakat secara mandiri dan maksimal (Sari dkk., 2021). Dalam proses penerapannya metode *Asset Based Community Development* (ABCD) menggunakan 5 tahapan yakni *Discovery*, *Dream*, *Design*, *Define*, dan *Destiny*, kegiatan diawali dengan tahap inkulturasi sebagai proses membangun hubungan dan memahami kondisi sosial masyarakat.

Tahap inkulturasi dilakukan sebagai tahap awal untuk pengenalan dan menjalin hubungan dengan warga yang terlibat dalam proses pemberdayaan, termasuk melakukan pendekatan kepada sejumlah tokoh masyarakat setempat (Hermayanti, 2025). Inkulturasi menjadi tahap penting karena memungkinkan Tim KKN untuk memahami kondisi sosial, potensi lokal, serta dinamika masyarakat secara lebih kontekstual. Selain itu, tahap ini juga bertujuan untuk membangun penerimaan masyarakat terhadap kehadiran mahasiswa sehingga proses penggalian aset dan pelaksanaan program dapat dilakukan secara partisipatif.

Tahap *Discovery* adalah proses menemukan aset yang dimiliki oleh desa melalui observasi secara menyeluruh dan dilanjutkan dengan wawancara terhadap tokoh Masyarakat. Pada tahap ini Tim KKN mengidentifikasi aset sumber daya alam

khususnya *greenhouse* melon dan aset sumber daya manusia seperti perangkat desa, BUMDes. Tahap *Discovery* penting dilakukan untuk memahami kekuatan dan sumber daya yang telah tersedia di masyarakat sebagai dasar dalam menentukan arah pengembangan program (Samsu Nurfalah dkk., 2025). Identifikasi terhadap berbagai aset tersebut kemudian menjadi dasar untuk menggali harapan dan cita - cita masyarakat mengenai pengembangan potensi yang dimiliki Desa Pelang Kidul.

Tahapan selanjutnya *Dream*, yaitu proses menggali harapan dan cita - cita masyarakat maupun pihak pihak yang terlibat dalam pengelolaan aset (Fitriana & A'yunina, 2023). Pada tahap ini Tim KKN melakukan pendekatan dengan metode Forum Group Discussion (FGD) dengan beberapa pihak yang akan terlibat dalam pengelolaan *greenhouse* melon. Berdasarkan hasil Forum Group Discussion (FGD) diperoleh harapan agar *greenhouse* melon dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan memiliki identitas yang lebih kuat sebagai salah satu potensi agrowisata Desa Pelang Kidul. Harapan yang telah dirumuskan melalui proses Forum Group Discussion (FGD) tersebut kemudian menjadi dasar dalam menentukan bentuk pengembangan yang dapat dilakukan terhadap *greenhouse* melon. Untuk mewujudkan keinginan agar *greenhouse* memiliki identitas yang lebih kuat dan lebih dikenal sebagai potensi agrowisata Desa Pelang Kidul, diperlukan perumusan strategi dan rancangan program yang sesuai dengan kebutuhan serta potensi yang dimiliki. Selanjutnya, proses perumusan rancangan program tersebut dilakukan melalui tahap *Design*.

Tahap *Design* merupakan proses yang bertujuan untuk melaksanakan implementasi berdasarkan potensi yang telah diidentifikasi dan kebutuhan yang telah disampaikan oleh pihak pengelola (Arif dkk., 2025). Tim KKN melakukan beberapa hal, yang diawali dengan merumuskan strategi, proses, dan sistem yang akan digunakan dalam pelaksanaannya. Berdasarkan hasil penggalian tersebut, dirancang program pengembangan identitas *greenhouse* melalui pembuatan ikon atau identitas visual yang berfungsi sebagai tanda pengenal dan representasi keberadaan *greenhouse* sebagai potensi agrowisata Desa Pelang Kidul. Perancangan ini dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik *greenhouse* dan potensi budidaya melon, sehingga identitas yang dihasilkan dapat merepresentasikan aset lokal yang dikembangkan.

Rancangan yang telah disusun kemudian memasuki tahap *Define*, yaitu proses pemantapan dan penetapan bentuk program yang akan dilaksanakan (Rachmantsyah dkk., 2026). Pada tahap ini, rancangan identitas *greenhouse* ditetapkan sebagai program prioritas berdasarkan hasil identifikasi aset. Penetapan tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa rancangan yang telah disusun memiliki arah implementasi yang jelas dan sesuai dengan tujuan pengembangan aset lokal. Dalam pendekatan ABCD, proses penetapan program dilakukan dengan mempertimbangkan potensi serta keterlibatan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan aset yang

dikembangkan, sehingga program yang dirumuskan dapat memperoleh dukungan dari pengelola *greenhouse*. Dengan ditetapkannya rancangan program, proses pemberdayaan kemudian berlanjut pada tahap pelaksanaan dan penguatan hasil program melalui tahap *Destiny*.

Tahap *Destiny* merupakan tahap pelaksanaan dan evaluasi terhadap program yang telah dirancang dan ditetapkan (Muh. Ahyar & Nihlatul Falasifah, 2024). Pada tahap ini, rancangan identitas *greenhouse* diwujudkan melalui pembuatan dan pemasangan ikon sebagai tanda pengenalan fisik *greenhouse*. Pelaksanaan program dilakukan dengan melibatkan pihak-pihak terkait, khususnya pengurus BUMDes sebagai pihak yang terlibat dalam pengelolaan *greenhouse*. Keterlibatan pengelola *greenhouse* dalam proses pengembangan aset merupakan salah satu prinsip penting dalam pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) karena dapat mendorong partisipasi, rasa memiliki, dan kemampuan masyarakat untuk mengoptimalkan aset yang dimiliki. Setelah implementasi dilakukan, evaluasi dilaksanakan untuk melihat ketercapaian program, terutama dalam hal terbentuknya identitas visual *greenhouse* dan penerimaan dari pihak pengelola.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Pelang Kidul merupakan desa yang memiliki potensi besar pada sektor pertanian. Sebagian besar masyarakat bermata pencaharian sebagai petani sehingga pengembangan sektor pertanian menjadi prioritas utama salah satunya adalah pengembangan budidaya *Greenhouse* Melon di Desa Pelang Kidul, keberadaan *Greenhouse* Melon ini berawal dari program ketahanan pangan (Ketapang) yang merupakan kebijakan pemerintah dalam mengalokasikan dana Desa. Dana tersebut dimanfaatkan oleh pemerintah desa dan BUMDes untuk mengembangkan aset yang tidak hanya berorientasi pada sektor pertanian, tetapi juga memiliki potensi sebagai upaya meningkatkan ekonomi desa yang mandiri. Kebijakan tersebut sejalan dengan Undang Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa yang memberikan kewenangan kepada desa untuk mengelola potensi aset yang dimiliki guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, Pengalokasian Dana Desa untuk program ketahanan pangan juga mengacu pada Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Permendes PDTT) Nomor 2 Tahun 2024 mengatur fokus penggunaan Dana Desa 2025 yang diprioritaskan untuk penanganan kemiskinan ekstrem (maksimal 15% untuk BLT Desa), ketahanan pangan nabati dan hewani, pencegahan stunting, penguatan desa yang adaptif terhadap perubahan iklim, serta pengembangan ekonomi desa dan BUMDes. Langkah ini menjadi bentuk inovasi pemerintah desa dalam memanfaatkan sumber daya alam untuk meningkatkan produktivitas pada sektor pertanian, yang diarahkan menjadi potensi agrowisata yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara mandiri.

Salah satu strategi yang diterapkan adalah budidaya *Greenhouse* Melon, dalam pengembangan *Greenhouse* ini menggunakan sistem budidaya hidroponik, metode hidroponik ini dirasa lebih efisien karena media tanam dapat digunakan berulang kali melalui sterilisasi tanpa harus mengganti seperti media tanam serta menghasilkan buah berkualitas, sistem hidroponik ini mendukung bagaimana konsep pertanian modern yang lebih ramah lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan *Greenhouse* Melon tidak hanya mempertimbangkan keuntungan sesaat, tetapi juga mempertimbangkan jangka panjang yang mampu memberikan manfaat ekonomi secara berkelanjutan. Meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan *Greenhouse* Melon di Desa Pelang Kidul ini masih menghadapi beberapa kendala, khususnya pada aspek branding destinasi. Seiring berkembangnya Agrowisata *Greenhouse* Melon di Desa Pelang Kidul, *Greenhouse* tidak hanya sebagai destinasi wisata saja tetapi juga menjadi wisata edukatif, karena melalui sistem penanaman menggunakan hidroponik diharapkan mampu menjadi salah satu ikon agrowisata Desa Pelang Kidul yang menawarkan pengalaman berbeda bagi pengunjung, karena melalui agrowisata ini, pengunjung dapat memetik dan memilih secara langsung buah melon, selain itu juga pengunjung dapat mengetahui sistem penanaman hidroponik secara langsung.

Berdasarkan hasil observasi selama pelaksanaan program pengabdian masyarakat, diketahui bahwa *Greenhouse* Melon kurang menarik minat masyarakat maupun wisatawan, karena kawasan tersebut belum memiliki identitas visual yang berfungsi sebagai penanda (landmark) sekaligus menjadi media branding wisata. Kondisi ini menyebabkan *Greenhouse* Melon belum memiliki ciri khas visual yang mampu membedakan identitas agrowisata sejenis di daerah lain. Pada pelaksanaan pengabdian masyarakat kami melaksanakan program kerja berupa perancangan dan pembuatan ikon *Greenhouse* Melon sebagai salah satu bentuk penguatan identitas visual kawasan agrowisata. Program ini diawali dengan proses identifikasi karakteristik *Greenhouse* melalui observasi lapangan dan diskusi bersama perangkat desa serta BUMDes, pada hasil diskusi tersebut kemudian menjadi dasar dalam menyusun konsep design ikon *Greenhouse* Melon, seperti membentuk sketsa tulisan *Greenhouse* Melon, serta pemilihan warna hijau sebagai representasi sektor pertanian. Sebagai bentuk implementasi, pemasangan ikon tersebut dilanjutkan dengan kegiatan peresmian yang dilaksanakan secara simbolis oleh Pemerintah Desa, BUMDes, tim mahasiswa pengabdian masyarakat, serta dihadiri oleh Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa Kabupaten Ngawi. Dalam wawancaranya Kepala Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa mengatakan "Greenhouse Melon ini bisa dipertahankan dan dikembangkan lebih besar, dan yang jelas semoga masyarakat nanti bisa berkontribusi dengan harapan *greenhouse* ini bisa memberikan tambahan penghasilan bagi masyarakat disamping pertanian konvensional yang sudah dijalani".

Dengan adanya *Greenhouse Melon* ini tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang memperkuat identitas *Greenhouse Melon* sebagai destinasi agrowisata unggulan Desa Pelang Kidul. Selain itu ikon ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing di tengah berkembangnya sektor pariwisata berbasis potensi lokal, selain itu juga dapat menjadi objek dokumentasi yang mendukung promosi melalui berbagai platform media sosial. Dengan demikian, program kerja pembuatan ikon *Greenhouse Melon* mendukung pengembangan agrowisata berbasis potensi lokal di Desa Pelang Kidul.

Di era digital saat ini, keberadaan identitas visual semakin penting dalam mempromosikan tempat wisata melalui media sosial. Wisatawan cenderung tertarik mengunjungi destinasi yang memiliki tampilan visual menarik dan mudah dikenali. Oleh karena itu, Ikon *Greenhouse* yang khas dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Selain Ikon, foto dan video yang menampilkan identitas visual kemudian berpotensi viral melalui berbagai platform media sosial, sehingga secara tidak langsung menjadi sarana promosi yang efektif dalam memperluas jangkauan informasi mengenai destinasi wisata. Aktivitas ini secara tidak langsung menciptakan promosi dari mulut ke mulut dalam bentuk digital, dimana pengalaman pengunjung dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas tanpa memerlukan biaya promosi yang besar, semakin banyak konten yang diunggah oleh wisatawan, maka semakin tinggi pula peluang *Greenhouse Melon* dikenal oleh calon pengunjung dari berbagai daerah. Keberadaan ikon *Greenhouse Melon* mendukung terbentuknya *destination branding* yang konsisten. Identitas visual yang diterapkan pada papan nama, media sosial, brosur, maupun media promosi lainnya akan membangun kesan mudah dikenali sebagai *Greenhouse Melon* sebagai salah satu ikon agrowisata Desa Pelang Kidul. Dengan demikian, perancangan ikon *Greenhouse Melon* tidak hanya menghasilkan sebuah elemen visual sebagai penanda kawasan, melainkan menjadi bagian dari strategi pemberdayaan agrowisata berbasis potensi lokal. Identitas visual tersebut berperan dalam memperkuat citra destinasi meningkatkan efektivitas promosi digital, serta meningkatkan kunjungan wisatawan yang pada akhirnya mampu memberikan *feedback* terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat di Desa Pelang Kidul.



Gambar 1 Peresmian Ikon Greenhouse



Gambar 2 Pemetikan Melon

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui perancangan identitas visual Greenhouse Melon di Desa Pelang Kidul berhasil memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi yaitu belum adanya identitas yang mampu merepresentasikan Greenhouse Melon sebagai destinasi agrowisata. Melalui pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD), seluruh tahapan kegiatan dilaksanakan secara partisipatif dengan mengoptimalkan aset yang telah dimiliki desa serta melibatkan pemerintah desa, BUMDes, dan masyarakat dalam proses perencanaan hingga implementasi program.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa ikon *Greenhouse Melon* yang dirancang dan dipasang tidak hanya berfungsi sebagai penanda fisik kawasan, tetapi juga menjadi media komunikasi visual yang memperkuat citra, meningkatkan daya tarik destinasi, serta mendukung strategi promosi. Keberadaan identitas visual tersebut menjadi langkah awal dalam membangun *destination branding Greenhouse Melon* sehingga lebih mudah dikenali oleh masyarakat dan wisatawan. Dengan demikian, program ini memberikan kontribusi nyata terhadap upaya pemberdayaan agrowisata berbasis potensi lokal yang diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dan mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat Desa Pelang Kidul.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, pemerintah Desa Pelang Kidul dan BUMDes diharapkan dapat mengoptimalkan pemanfaatan identitas visual *Greenhouse Melon* secara konsisten pada berbagai media promosi, seperti papan informasi, media sosial, Google Maps, brosur, maupun materi publikasi lainnya sehingga citra destinasi dapat terbentuk secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Saputra, T., Ula Ananta Fauzi, R., & Apriyanti. (2022, Oktober). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Tani Betet Nganjuk. *SIMBA Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi 4*, hlm. 1-18.
- Anggreini, B., Dede Sri Kartini, & Iyep Saefulrahman. (2025). MANAJEMEN KEUANGAN PUBLIK PADA DANA DESA DALAM MEWUJUDKAN KETAHANAN PANGAN DI DESA CIBIRU WETAN KABUPATEN BANDUNG TAHUN 2024. *Journal Publicuho*, 8(4), 2704-2713. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v8i4.963>
- Arif, M., Furiandini, F., Nur, S., Istiqomah, L., Yanti, E. R., & Sofyan, M. R. (2025). Optimalisasi Perpustakaan Desa Berbasis Asset-Based Community Development: Strategi Pemberdayaan Literasi Di Plabuhanrejo,

- Lamongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 2987-1093.
<https://doi.org/10.54437/annafah>
- Fitriana, N., & A'yunina, Q. (2023). Membangun Kemandirian Ekonomi Organisasi Melalui Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). *Jurnal Akses Pengabdian Indonesia*, 8(2).
- Hanifa, A. N., Murti, C. H., Nathanael, F., Dias, G. A. R., Pravangastha, K., Dewangga, M. A., ... Heryadi, S. S. (2024). Re-Branding Pariwisata Desa Anggrasmanis: Pengembangan Visual Identity Dalam Branding Tempat Wisata. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(9), 3940-3944.
<https://doi.org/10.59837/jpmmba.v2i9.1589>
- Hermayanti. (2025). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PENGOLAHAN TALAS MENJADI KRIPIK DI KELURAHAN KELAISI TIMUR KABUPATEN ALOR. *Journal of Community Dedication*, 5(1), 68-75.
- Harprianto, R. A., D. Dienaputra, R., Muhamad Lukman, K., Ryanto Budiana, H., & Hasanah, U. (2026). Dinamika Komodifikasi dalam penerapan identitas visual pada media promosi pariwisata: Studi Watashi travel. *Program Studi Magister Pariwisata Berkelanjutan, Sekolah Pascasarjana, Universitas Padjadjaran*, 13(3), 1189-1200.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30998/jd.v13i3.3137>
- Herry Setyawan, W., Mansur, Rahayu, B., Maryam, S., Aslichah, Khoiruddin, ... Efendi, Moh. Y. (2022). *Asset Based Community Developme* (1 ed.). Samarinda: PT. Gaptেক Media Pustaka.
- Laily Fatimatus Sa'diyah, N., Zuhriyah, A., & Widodo, S. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN AGROWISATA PETIK MELON LADANG PRAYOGA (DEVELOPMENT STRATEGY OF PRAYOGA MELON PICKING AGROTOURISM). *Jurnal Agristan*, 6(2), 347-361.
<https://doi.org/10.37058/agristan.v6i2.12063>
- Muh. Ahyar, & Nihlatul Falasifah. (2024). Pemberdayaan Masyarakat dalam Memanfaatkan Lahan Pekarangan Kosong Melalui Program Kebun Sehat di Desa Kedawung Wetan Pasuruan. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(4), 39-53.
<https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i4.3240>
- Nurwahyuliningsih, E., Prihatini, L., Pusnita, I., Itisham, M. H., & Fanagung, A. (2024). Pendekatan Community Based Tourism (CBT) Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 463-474.
<https://doi.org/10.37478/abdika.v4i3.4596>
- Rachmantsyah, T. H., Soemartono, T., Djatmika, G. H., & Sukmana, P. (2026). Penerapan Pendekatan ABCD (Asset Based Community Driven) dalam Pemberdayaan Ekonomi Perempuan. *Jurnal Abdi MOESTOPO*, 9(1).
<https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v9i1.6276>

- Rahmawati, A., Peachilia, I. P. P., Hanifah, D. S., & Humaedi, S. (2024). Potensi Implementasi Pendekatan Asset Based Community Development (Abcd) Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Di Kampung Wisata Cigadung. *PEKSOS: Jurnal Ilmiah Pekerja Sosial*, 23(1).
- Rusyidi, B., & Fedryansah, M. (2019). PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1(3), 155. <https://doi.org/10.24198/focus.v1i3.20490>
- Samsu Nurfalalah, M Irfan Fahmi Hukmi, Indra Purwana, & Ahdan Ahdan. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Karangharja Berbasis ABCD dalam Penguatan Kesadaran Lingkungan, Penghijauan, dan Ketahanan Pangan. *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(4), 156-163. <https://doi.org/10.62951/panggungkebaikan.v2i4.2488>
- Sari, A. F., Widiyanto, A., Ramayanti, D., Fajri, N. I., Khairunnisa, E., Auni, N., Rizki, N. A., Shodiq, S. B. N., Suaningrat, S., Sahril, S., Mukmin, M., & Harahap, A. D. (2021). Pengembangan Agrowisata Dalam Meningkatkan Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Toapaya Kabupaten Bintan. *JPPM Kepri: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat Kepulauan Riau*, 2(1), 1-12. <https://doi.org/10.35961/jppmkepri.v2i1.382>
- Yohana Natalia, C., Karini, Nmo., & Mahadewi, Npe. (2020). PENGARUH AKSESIBILITAS DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN KE BROKEN BEACH DAN ANGEL'S BILLABONG. *Jurnal IPTA*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.24843/IPTA.2020.v08.i01.p02>