

MANDIRI/  
~~DANA INTERNAL LPPM~~  
~~/PERMINTAAN EKSTERNAL\*~~  
*\*Diisi sesuai dengan jenis pembiayaan*

## LAPORAN AKHIR PKM



# Branding Peningkatan Desa Wisata Sidoharjo di Gunungkidul

### Pengusul

**Ketua** : Wahyu Tri Widadijo, M.Sn (NIDN. 0526047001)

**Anggota** : Derena Martha Yohanda, M.Ds (NIDN. 0527129701)

### Anggota Mahasiswa:

Iklil Najma Muqtafa (11211043)

M Alfian Ramadhan (11211049)

Christovel Dendeng (11211023)

Aramita Safa (11211011)

Arnettha Putri (11211015)

Azizah Yuditasari (11211016)

Ulqiya Nur Husna (11201046)

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA**  
**YOGYAKARTA**  
**( Ganjil – 2024/2025 )**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN AKHIR PROPOSAL PKM**

**Judul PKM** : Branding Peningkatan Desa Wisata Sidoharjo di Gunungkidul

**Ketua Pengusul**

- a. Nama : **Wahju Tri Widadijo, M.Sn**
- b. NIDN : **0526047001**
- c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
- d. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
- e. Nomor HP : 08122974890
- f. Alamat e-mail : [wahyutri70an@gmail.com](mailto:wahyutri70an@gmail.com)

**Anggota Pengusul**

- a. Nama : **Derena Martha Yohanda, M.Ds (NIDN. 0527129701)**  
Ikhlil Najma Muqtafa (11211043)  
M Alfian Ramadhan (11211049)  
Christovel Dendeng (11211023)  
Aramita Safa (11211011)  
Arnettha Putri (11211015)  
Azizah Yuditasari (11211016)  
Ulqiya Nur Husna (11201046)

b. Perguruan Tinggi : **Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia**

**Institusi Mitra**

- a. Nama Institusi Mitra :  
Desa Wisata SIDOHARJO, Kec. Tepus, Kab. Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Alamat :  
Kec. Tepus, Kab. Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Jangka Waktu PKM** : 1 Semester

Yogyakarta, 31 Januari 2025

Mengetahui,  
Ketua STSRD VISI

(Wahju Tri Widadijo, M.Sn)

Ketua Pelaksana

(Wahju Tri Widadijo, M.Sn)

Menyetujui,

Ketua LPPM STSRD VISI

(R. Hadapiningrani K., M.Ds)

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **a. Latar Belakang Permasalahan**

"Desa wisata merupakan salah satu konsep pembangunan yang mengintegrasikan potensi wisata alam dan budaya dengan pemberdayaan masyarakat lokal" (Aji, 2021, hlm. 23). Salah satu desa yang sedang mengembangkan konsep ini adalah Desa Wisata Sidoharjo, yang terletak di Kecamatan Tepus, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta. Memiliki berbagai potensi wisata yang sangat menarik dan beragam, salah satunya yang terkenal yaitu destinasi wisata pantainya, dan Budaya lokal yang menjadi aset berharga, seperti seni tari, musik gamelan, serta tradisi dan festival yang masih dijaga oleh masyarakat. Kehidupan sosial yang kental dalam budaya Jawa. Selain itu, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Wisata Sidoharjo juga memiliki potensi, dengan produk-produk kerajinan tangan dan berbagai makanan khas yang bisa menarik perhatian.

Meskipun memiliki banyak potensi wisata dan budaya yang menarik, salah satu masalah utama Desa Wisata Sidoharjo yaitu sebagian besar perhatian pengunjung wisatawan masih terkonsentrasi pada destinasi pantai, di mana sektor wisata pantai seringkali berjalan sendiri tanpa keterkaitan yang jelas dengan destinasi wisata lainnya. Sementara potensi wisata budaya lokal, serta kerajinan tangan dan produk UMKM yang memiliki potensi besar tidak terjamah dan kurang mendapatkan perhatian. Hal ini terjadi karena adanya keterbatasan dalam promosi, serta kurangnya pengembangan dan manajemen yang terorganisir. Perlu adanya promosi sosial media dan perancangan grafis untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola dan memasarkan potensi desa wisata yang ada secara merata.

### **b. Rumusan Permasalahan**

Keterbatasan dalam informasi dan promosi mengakibatkan wisatawan tidak mendapatkan akses yang memadai tentang keberagaman objek potensi wisata, sehingga beberapa potensi wisata seperti budaya dan produk UMKM yang dimiliki oleh desa belum optimal dalam menarik perhatian pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, rumusan masalah utama yang perlu diupayakan adalah bagaimana cara mengoptimalkan strategi promosi yang efektif.

### **c. Tujuan perancangan**

Tujuan perancangan promosi ini adalah untuk mengatasi kurang optimalnya potensi wisata yang ada di Desa Wisata Sidoharjo dan keterbatasan dalam informasi dan promosi yang mengakibatkan terbatasnya pengetahuan wisatawan mengenai keberagaman objek wisata. Dengan Merancang elemen grafis yang mencerminkan karakteristik budaya dan alam Desa Wisata Sidoharjo untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan khas dengan

memanfaatkan media sosial, perancangan grafis dan teknologi digital secara maksimal untuk meningkatkan daya tarik wisatawan, meningkatkan akses informasi wisata dan meningkatkan brand awareness Desa Wisata Sidoharjo.

#### d. Manfaat Perancangan

Manfaat dari perancangan promosi ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan Desa Wisata Sidoharjo, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun budaya, di antaranya:

1. Bagi Masyarakat Lokal: Meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan dan promosi potensi desa, serta membuka peluang usaha baru melalui pengembangan sektor pariwisata dan UMKM.
2. Bagi Pemerintah Desa: Meningkatkan pendapatan desa melalui sektor pariwisata, serta memperkuat posisi Desa Wisata Sidoharjo sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan.
3. Bagi Wisatawan: Menyediakan informasi yang lebih lengkap dan mudah diakses mengenai potensi wisata yang ada di Desa Wisata Sidoharjo, serta memberikan pengalaman wisata yang lebih kaya dan beragam.
4. Bagi penulis : perancangan promosi ini memberikan banyak manfaat bagi penulis, baik dari segi pengembangan keterampilan, Proses ini akan meningkatkan keterampilan desain grafis penulis dan juga pengembangan pribadi. Dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh. Keberhasilan proyek ini juga akan meningkatkan kredibilitas profesional penulis, yang dapat menjadi nilai tambah dalam perjalanan karir di masa depan.

## BAB II

### DATA & ANALISIS

#### I. Data Obyek

##### 1. Data Geografis dan Lingkungan

- Lokasi:  
Desa Sidoharjo, Kecamatan Tepus, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta.  
Koordinat: -8.110845, 110.619234.
- Aksesibilitas:
  - Rute: Dapat dijangkau dari Kota Yogyakarta ± 2 jam perjalanan menggunakan kendaraan bermotor.
  - Kondisi jalan: Jalan desa cukup baik, meskipun beberapa bagian berbukit dan sempit.
  - Transportasi: Angkutan umum terbatas, disarankan menggunakan kendaraan pribadi.
- Topografi dan Lanskap:  
Lanskap perbukitan kapur khas Gunungkidul dengan keindahan gua dan panorama alam.
- Iklim dan Cuaca:  
Tropis, dengan musim kemarau yang panjang dan curah hujan rendah.

##### 2. Potensi Wisata Alam

- Keunikan Alam:
  - Daerah pesisir pantai
- Keanekaragaman Hayati:  
Seperti pohon jati dan flora khas Gunungkidul.
- Potensi Pertanian:  
Lahan pertanian tadah hujan dengan tanaman jagung, singkong, dan kacang tanah.

##### 3. Potensi Wisata Budaya

- Tradisi dan Adat Istiadat:
  - Ritual bersih desa atau "rasulan".
  - Kesenian lokal seperti doger dan jathilan.
- Kuliner Lokal:
  - Pathilo
  - Jamu Telang
  - Jamu Kunir asem

- Kerajinan dan Seni:  
Kerajinan Blangkon
- Sejarah dan Legenda Lokal:  
Cerita rakyat terkait asal-usul nama desa yang berkaitan dengan tokoh-tokoh lokal.

#### **4. Fasilitas Pendukung**

- Akomodasi:  
Beberapa homestay dikelola oleh masyarakat lokal.
- Fasilitas Umum:
  - Toilet umum dan tempat parkir di area wisata utama.
  - Pos informasi wisata.
- Tempat Makan:  
Warung sederhana yang menyediakan makanan khas desa.
- Infrastruktur Wisata:
  - Spot foto di pesisir pantai.

#### **5. Sumber Daya Manusia**

- Masyarakat Lokal:  
Sebagian besar bekerja sebagai petani, namun aktif terlibat dalam pengelolaan wisata.
- Pemandu Lokal:  
Tersedia pemandu yang berpengalaman untuk memandu ke destinasi wisata.
- Keterampilan dan Kearifan Lokal:  
Keterampilan dalam mengolah makanan tradisional dan membuat kerajinan tangan.

#### **6. Kondisi Sosial dan Ekonomi**

- Jumlah Penduduk:  
±6.600 ([desasidoharjo.gunungkidulkab.go.id](http://desasidoharjo.gunungkidulkab.go.id)) 2014
- Mata Pencaharian:  
Mayoritas sebagai petani, buruh, dan pekerja informal.
- Potensi Pasar:  
Wisatawan domestik, terutama yang tertarik pada wisata alam dan budaya.

#### **7. Kajian dan Potensi Pengembangan**

- Peluang Wisata Baru:
  - Wisata edukasi pertanian tradisional.
  - Agrowisata berbasis tanaman lokal seperti singkong.
- Daya Tarik Unggulan:  
Eksplorasi Pantai Sadranan, Sili, Sundak dan Ngandong
- Analisis SWOT:
  - Kekuatan: Lanskap unik dan tradisi budaya yang menarik.
  - Kelemahan: Infrastruktur yang masih terbatas.

- Peluang: Peningkatan wisata minat khusus seperti Jatilan.
- Ancaman: Kerusakan lingkungan akibat eksploitasi wisata.

## **8. Regulasi dan Dukungan**

- Peraturan Desa:
  - Pengelolaan berbasis komunitas.
  - Pembagian hasil yang transparan antara masyarakat dan pengelola wisata.
- Dukungan Pemerintah:
  - Bantuan dari Dinas Pariwisata Gunungkidul untuk pelatihan pengelola wisata.
- Kemitraan:
  - Kerjasama dengan operator wisata lokal dan komunitas pencinta alam.

## **9. Kesehatan dan Keamanan**

- Fasilitas Kesehatan:
  - Terdapat puskesmas di desa terdekat.
- Sistem Keamanan:
  - Pemantauan dan pendampingan oleh warga lokal selama aktivitas wisata.

## **II. Analisis Obyek**

### **1. Data Geografis dan Lingkungan**

Desa Sidoharjo memiliki lanskap khas karst yang menarik untuk wisata alam. Lokasinya yang strategis di perbukitan Gunungkidul menawarkan akses ke sejumlah destinasi wisata unik, meskipun perlu perbaikan infrastruktur untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan.

### **2. Potensi Wisata Alam**

#### **Objek Analisis:**

- Pantai Sadranan
  - Keunggulan: Pantai dengan pasir putih, cocok untuk snorkeling karena memiliki terumbu karang yang indah.
  - Kendala: Fasilitas kebersihan yang kurang memadai.
  - Potensi Pengembangan: Menambahkan tempat penyewaan alat snorkeling dan memperbaiki fasilitas umum.
- Pantai Sili
  - Keunggulan: Suasana pantai yang tenang dan cocok untuk keluarga.
  - Kendala: Minimnya papan informasi wisata.

- Potensi Pengembangan: Penambahan papan petunjuk arah dan spot foto tematik.
- Pantai Andong
  - Keunggulan: Panorama sunset yang memukau.
  - Kendala: Akses jalan menuju pantai yang kurang baik.
  - Potensi Pengembangan: Perbaikan akses jalan dan penambahan area parkir.
- Pantai Sandak
  - Keunggulan: Masih alami, cocok untuk wisatawan yang mencari pengalaman privat.
  - Kendala: Belum ada fasilitas pendukung seperti toilet dan warung makan.
  - Potensi Pengembangan: Pembangunan fasilitas dasar dan promosi untuk pasar wisata minat khusus.

### **3. Potensi Wisata Budaya**

#### **Objek Analisis:**

- Ritual Rasulan
  - Keunggulan: Ritual tahunan yang unik, mencerminkan budaya lokal.
  - Kendala: Masih bersifat tradisional dan kurang dipromosikan kepada wisatawan luar.
  - Potensi Pengembangan: Mendokumentasikan ritual sebagai atraksi wisata dan mengemasnya dalam paket tur budaya.
- Kerajinan Blangkon
  - Keunggulan: Blangkon sebagai ikon budaya Jawa yang memiliki nilai historis dan estetis tinggi.
  - Kendala: Proses pembuatan blangkon yang cukup rumit dan memakan waktu.
  - Potensi Pengembangan: Pelatihan produksi massal dengan tetap mempertahankan kualitas, serta membuka workshop pembuatan blangkon untuk wisatawan.

### **4. Fasilitas Pendukung**

#### **Objek Analisis:**

- Homestay Lokal
  - Keunggulan: Memberikan pengalaman tinggal bersama masyarakat setempat.
  - Kendala: Keterbatasan jumlah homestay dan fasilitasnya masih sederhana.
  - Potensi Pengembangan: Peningkatan kualitas fasilitas dan pelatihan manajemen untuk pemilik homestay.
- Jalur Wisata
  - Keunggulan: Jalur trekking alami ke destinasi wisata.
  - Kendala: Kurangnya petunjuk arah dan peta wisata.
  - Potensi Pengembangan: Pembuatan jalur yang lebih aman, papan informasi, dan panduan digital.



## **5. Sumber Daya Manusia**

### **Objek Analisis:**

- **Pemandu Lokal**
  - Keunggulan: Masyarakat lokal memiliki pengetahuan mendalam tentang objek wisata.
  - Kendala: Masih terbatasnya pemandu yang terlatih dalam bahasa asing dan manajemen wisata.
  - Potensi Pengembangan: Pelatihan bahasa asing dan sertifikasi pemandu profesional.
- **Masyarakat**
  - Keunggulan: Antusiasme tinggi terhadap pengembangan wisata.
  - Kendala: Kurangnya kesadaran tentang pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan.
  - Potensi Pengembangan: Edukasi tentang pariwisata berkelanjutan.

## **6. Analisis SWOT Objek Wisata Desa Sidoharjo**

### **Kekuatan (Strengths):**

- Lanskap alam yang unik (pantai-pantai indah seperti Sadranan, Slili, Andong, dan Sandak).
- Budaya lokal yang autentik (ritual rasulan dan kerajinan blangkon).
- Masyarakat lokal yang ramah dan bersemangat.

### **Kelemahan (Weaknesses):**

- Aksesibilitas terbatas, terutama untuk kendaraan besar.
- Infrastruktur pendukung wisata masih sederhana.
- Minimnya promosi objek wisata di tingkat nasional dan internasional.

### **Peluang (Opportunities):**

- Peningkatan tren wisata minat khusus seperti ekowisata dan wisata budaya.
- Dukungan pemerintah dan mitra swasta untuk pengembangan desa wisata.
- Potensi kolaborasi dengan platform digital untuk pemasaran.

### **Ancaman (Threats):**

- Persaingan dari desa wisata lain di Gunungkidul.
- Kerusakan lingkungan akibat lonjakan pengunjung.
- Ketergantungan terhadap musim tertentu untuk atraksi wisata.

### **III. Analisis Target Audien**

#### **Segmen Audiens:**

- **Wisatawan Domestik**
  - Rentang usia: 18-45 tahun.
  - Minat: Wisata keluarga, fotografi, dan eksplorasi budaya lokal.
  - Motivasi: Mencari destinasi yang menawarkan pengalaman alami dan budaya unik.
  - Strategi: Promosi melalui media sosial, kerja sama dengan komunitas, dan paket wisata keluarga.
- **Wisatawan Mancanegara**
  - Rentang usia: 25-60 tahun.
  - Minat: Wisata alam, ekowisata, dan budaya tradisional.
  - Motivasi: Mendapatkan pengalaman otentik yang tidak tersedia di negara asal.
  - Strategi: Mengoptimalkan platform digital, menyediakan pemandu berbahasa asing, dan bekerja sama dengan agen perjalanan internasional.
- **Pecinta Wisata Khusus**
  - Rentang usia: 20-50 tahun.
  - Minat: Snorkeling, caving, dan fotografi profesional.
  - Motivasi: Mendokumentasikan keindahan alam yang belum banyak terekspos.
  - Strategi: Menyediakan fasilitas khusus, panduan profesional, dan promosi di komunitas hobi tertentu.
- **Pelajar dan Peneliti**
  - Rentang usia: 18-30 tahun.
  - Minat: Studi ekologi, budaya, dan seni tradisional.
  - Motivasi: Menambah wawasan dan dokumentasi akademik.
  - Strategi: Menjalin kerja sama dengan institusi pendidikan dan menawarkan program live-in.

## IV. Analisis Media yang efektif untuk solusi

### Media Digital:

- **Media Sosial (Instagram, Facebook, TikTok):**
  - Efektivitas: Platform yang cocok untuk mempromosikan keindahan visual pantai dan budaya melalui foto serta video pendek.
  - Strategi: Menggunakan tagar lokal dan internasional, bekerja sama dengan influencer pariwisata, serta menyelenggarakan lomba fotografi daring.
- **Website Resmi Desa Wisata:**
  - Efektivitas: Memberikan informasi lengkap, termasuk paket wisata, harga, dan kontak.
  - Strategi: Mengoptimalkan SEO dan menyediakan konten dalam dua bahasa (Indonesia dan Inggris).
- **Aplikasi Travel (Traveloka, TripAdvisor):**
  - Efektivitas: Memudahkan calon wisatawan menemukan dan memesan paket wisata.
  - Strategi: Menampilkan ulasan positif dan menyediakan paket wisata dengan diskon khusus.

### Media Tradisional:

- **Brosur dan Poster:**
  - Efektivitas: Efektif untuk wisatawan yang datang langsung ke pusat informasi wisata atau terminal bus.

## V. Tinjauan Pustaka

- **Kuliah Kerja Nyata (KKN) sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan program pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan mahasiswa dalam upaya pemberdayaan melalui penerapan ilmu pengetahuan. Menurut Universitas Gadjah Mada (2014), KKN-PPM bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pendekatan interdisipliner dan partisipatif. Program ini mencakup berbagai kegiatan seperti penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan kepada masyarakat desa.

Universitas Bung Hatta (2013) menambahkan bahwa KKN-PPM adalah kegiatan intrakurikuler wajib yang memadukan pelaksanaan tridarma perguruan tinggi dengan metode pemberian pengalaman belajar dan bekerja pada mahasiswa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memahami permasalahan pembangunan yang dihadapi oleh masyarakat dan pemerintah, serta belajar menanggulangi permasalahan secara pragmatis dan interdisipliner.

- **Desain Komunikasi Visual dalam Penguatan Budaya Lokal**

Desain Komunikasi Visual (DKV) memainkan peran penting dalam memperkenalkan dan melestarikan budaya lokal melalui elemen visual seperti tipografi, ilustrasi, dan warna. Artikel "Inspirasi Desain Komunikasi Visual dari Budaya Lokal Indonesia" (2024) menjelaskan bahwa budaya lokal Indonesia memiliki kekayaan visual yang sangat menarik untuk dieksplorasi dalam desain komunikasi visual. Berbagai motif, warna, dan simbol-simbol tradisional dapat menjadi inspirasi yang tak terbatas bagi para desainer.

Selain itu, artikel "Komunikasi Visual dan Budaya: Pengaruh Budaya dalam Desain dan Karya yang Relevan" (2024) membahas bagaimana budaya membentuk komunikasi visual dan strategi yang dapat digunakan desainer untuk menciptakan karya yang relevan dan sensitif terhadap konteks budaya. Budaya mencakup nilai-nilai, norma, tradisi, dan simbol yang dianut oleh suatu masyarakat, yang semuanya secara langsung memengaruhi cara orang melihat dan menafsirkan visual.

- **Perancangan Buku Visual sebagai Media Edukasi Budaya**

Buku visual merupakan media edukasi yang dirancang untuk menyampaikan informasi secara menarik melalui elemen desain visual. Kurniawan (2020) menunjukkan bahwa perancangan buku ilustrasi dengan tema permainan tradisional berhasil meningkatkan pemahaman pembaca tentang nilai-nilai budaya melalui desain yang kreatif dan interaktif.

Gunawan (2020) menyoroti bahwa buku visual tidak hanya berfungsi sebagai alat edukasi, tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya yang relevan di era modern. Dengan pendekatan desain yang menarik, buku visual mampu menarik perhatian generasi muda untuk mempelajari dan menghargai budaya tradisional mereka.

## VI. Referensi Perancangan



## BAB III

### KONSEP PERANCANGAN

#### I. Konsep Verbal

- Gaya Bahasa

Gaya bahasa dikenal dalam retorika dengan istilah style. Kata style diturunkan dari kata latin "stylus" Semacam alat untuk menulis pada lempengan lilin. Gaya bahasa menjadi masalah atau bagian dari diksi atau pilihan kata yang mempersoalkan cocok tidaknya pemakaian kata, frasa, atau klausa tertentu untuk menghadapi situasi tertentu. Sebab itu, persoalan gaya bahasa meliputi semua hierarki kebahasaan.( Gorys Keraf )

Gaya bahasa yang digunakan dalam penyampaian informasi untuk perancangan ini menggunakan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan preferensi, dan tingkat pemahaman target audiens, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, mudah dipahami, serta mampu membangun keterhubungan yang efektif antara penyampai pesan dan penerima.

#### II. Konsep Visual

- Warna

warna dapat didefinisikan secara obyektif atau fisik sebagai cahaya yang dipancarkan, atau secara subyektif dan psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. suatu alat komunikasi efektif untuk mengungkapkan pesan, ide, atau gagasan tanpa menggunakan tulisan atau bahasa. Setiap warna memiliki makna asosiasi tertentu yang dapat memicu berbagai respons emosional pada audiens ( widiantoro, 2015).

Penggunaan warna dalam perancangan ini merepresentasikan dan melambangkan tone and manner yang telah kami tentukan, di mana setiap pilihan warna mengandung makna simbolis yang mencerminkan keberanian, harmoni, dan kemakmuran. Elemen warna ini dipilih secara cermat agar selaras dengan identitas dan karakteristik unik yang dimiliki oleh desa wisata Sidoharjo.

1. Ocean Blue, Blue: Melambangkan potensi maritim desa yang erat dengan kehidupan air, ombak pantai, dan keberlanjutan lingkungan.
2. Green: Menggambarkan kehijauan alam, keseimbangan ekosistem, serta simbol pertumbuhan dan harmoni.
3. Orange & Red: Simbol kehangatan, keberanian, semangat kerja keras, dan optimisme masyarakat.

4. Yellow: Melambungkan kemakmuran dan kebahagiaan yang menjadi tujuan pembangunan desa.
5. Purple: Simbol keagungan budaya desa, identitas seni tradisional seperti Doger, dan warisan sejarah yang berharga.
6. Navy Blue: Menggambarkan ketegasan, kepercayaan, dan profesionalisme dalam tata kelola pemerintahan desa.
7. Cream: Memberikan nuansa kehangatan dan kenyamanan, merepresentasikan keramahan masyarakat Desa Sidoharjo.

- **Tipografi**

Tipografi adalah suatu ilmu atau seni atau teknik dalam menyusun elemen-elemen huruf ataupun teks agar dapat dibaca dan maknanya tersampaikan dengan jelas dan memiliki nilai estetika. (Rendy Iswanto, 2023). Secara umum tipografi dapat juga dianggap sebagai ilmu yang membahas teknik dalam pemilihan dan penataan huruf serta pengaturan distribusi huruf atau teks pada ruang atau media yang tersedia agar dapat menyampaikan makna dari teks tersebut dan juga untuk menciptakan suatu kesan tertentu yang membantu pembaca agar dapat membaca teks tersebut dengan nyaman.

Tipografi yang digunakan dalam perancangan ini terbagi menjadi dua jenis, masing-masing memiliki peran dan fungsi yang berbeda. Font **El Messiri** dipilih sebagai font utama yang digunakan untuk judul atau heading, dengan tujuan memberikan kesan tegas, elegan, dan mampu menarik perhatian pembaca pada elemen-elemen penting dalam desain. Sementara itu, typeface **DM Sans** digunakan sebagai tipografi pendukung yang diterapkan pada body text atau teks isi, karena karakteristiknya yang sederhana, bersih, dan mudah dibaca.

- **Elemen Visual**

Elemen Visual merupakan unsur pembentuk desain grafis itu sendiri. Dalam membuat sebuah desain grafis, diperlukan elemen-elemen yang menjadi dasar visual dalam memberikan peranan komunikasi secara visual. (Leonardo Adi Dharma Widya)

Elemen visual yang diterapkan dalam perancangan ini adalah gaya minimalis dan modern, untuk memastikan bahwa setiap komponen visual yang disajikan tetap sederhana, bersih, dan mudah dipahami oleh target audiens yang dituju. Selain itu, ada supergrafis dihadirkan untuk memperkuat identitas dan citra Desa Wisata Sidoharjo. Supergrafis ini dirancang dengan memperhatikan unsur lokal dan budaya khas desa, menciptakan pola visual yang unik dan berkesan. Elemen supergrafis tersebut akan diterapkan secara konsisten di berbagai media promosi, baik cetak maupun digital.

### **III. Material yang digunakan**

Seluruh Material Branding merupakan media Cetak, terkecuali E-Catalog dan Id Card. E-Catalog hanya untuk media digital yang pengaplikasiannya di link bio instagram, berikut beberapa media cetak yang telah dirancang:

- Peta atau denah: menggunakan bahan banner dengan ukuran 60cmx80cm
- Brosur: menggunakan bahan Art Paper dengan ukuran A4
- Label Kemasan: menggunakan bahan Vinyl dengan ukuran A4
- Label Kain Batik: menggunakan bahan Ivory dengan ukuran 9cmx5,5cm
- Buku Profil: menggunakan ukuran A4 Landscape
- Spanduk: menggunakan bahan banner dengan ukuran 80cmx60cm
- Merchandise: menggunakan bahan baju Katun
- sign system: menggunakan bahan akrilik dengan ukuran 70cmx20cm

## BAB IV

### HASIL PERANCANGAN

#### I. Tugas dan Tanggung Jawab Anggota

1. **Iklil Najma Muqtafa** (Logo Desa Wisata, Brand Guide, Buku Profil Wisata)
2. **M Alfian Ramadhan** (Template Sosial Media, Label UMKM: Pathilo)
3. **Christovel Dendeng** (Brosur, Flyer, Super Grafis)
4. **Arnettha Putri** (Spanduk, Kartu Nama, Batik)
5. **Aramitha Safa** (E-Catalog, ID Card)
6. **Azizah Yuditasari** (Merchandise, Denah, Sign System)
7. **Ulqiya Nur Husna** (Logo UMKM, Logo Guide UMKM, Kartu Nama, Label UMKM: Sari Telang, Kunir Asem, Brambang Goreng)

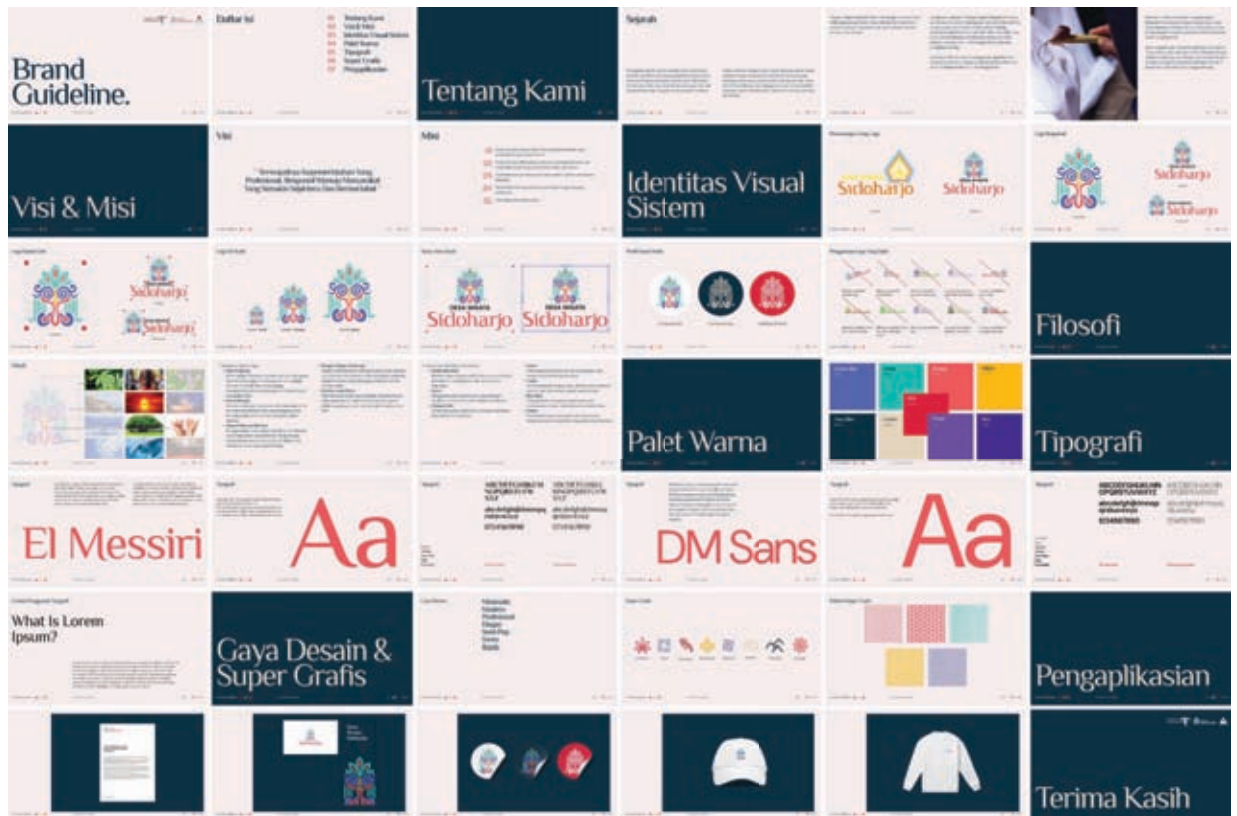
#### II. Final Desain

##### a. Logo Desa Wisata

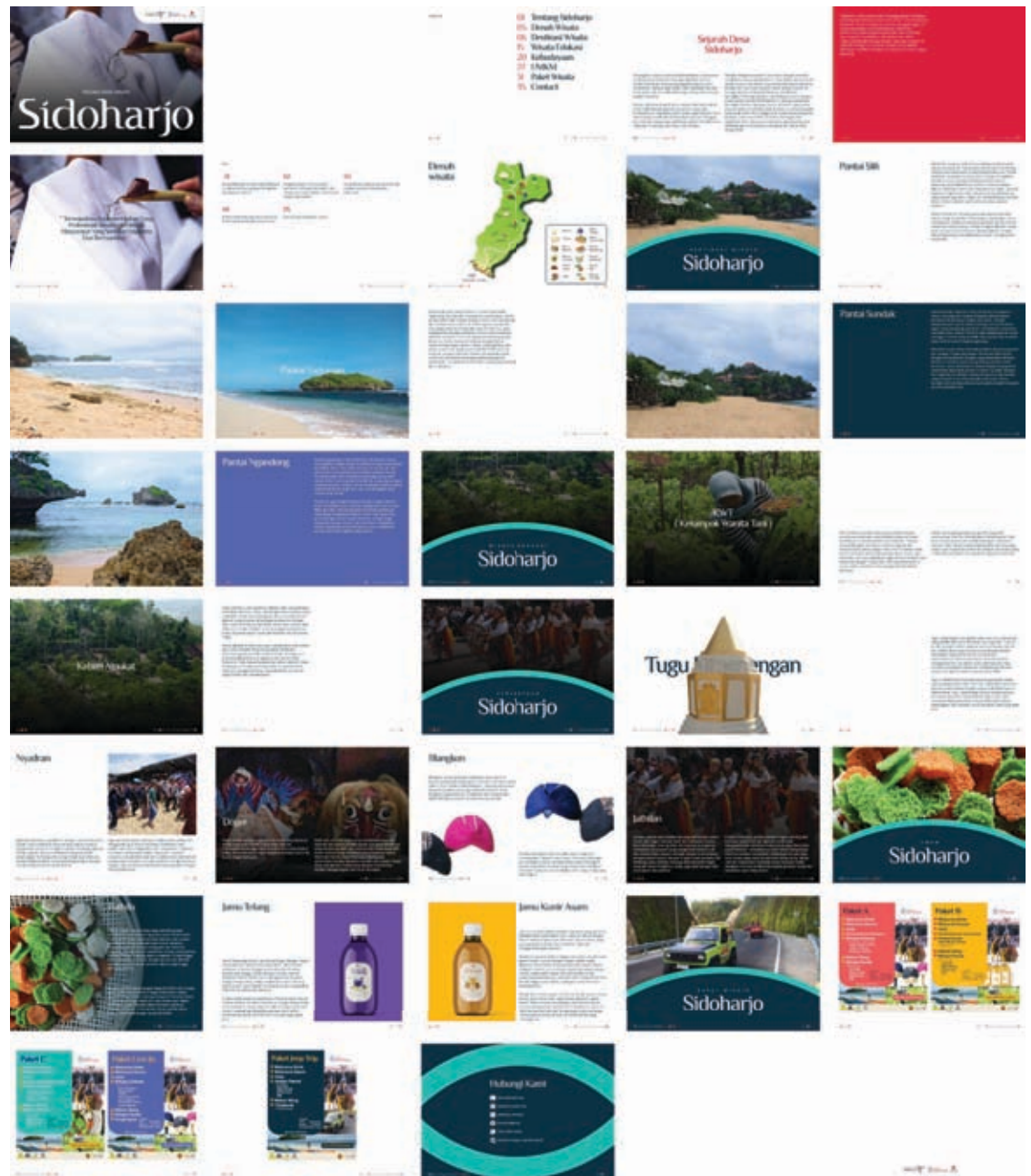




## b. Brand Guide



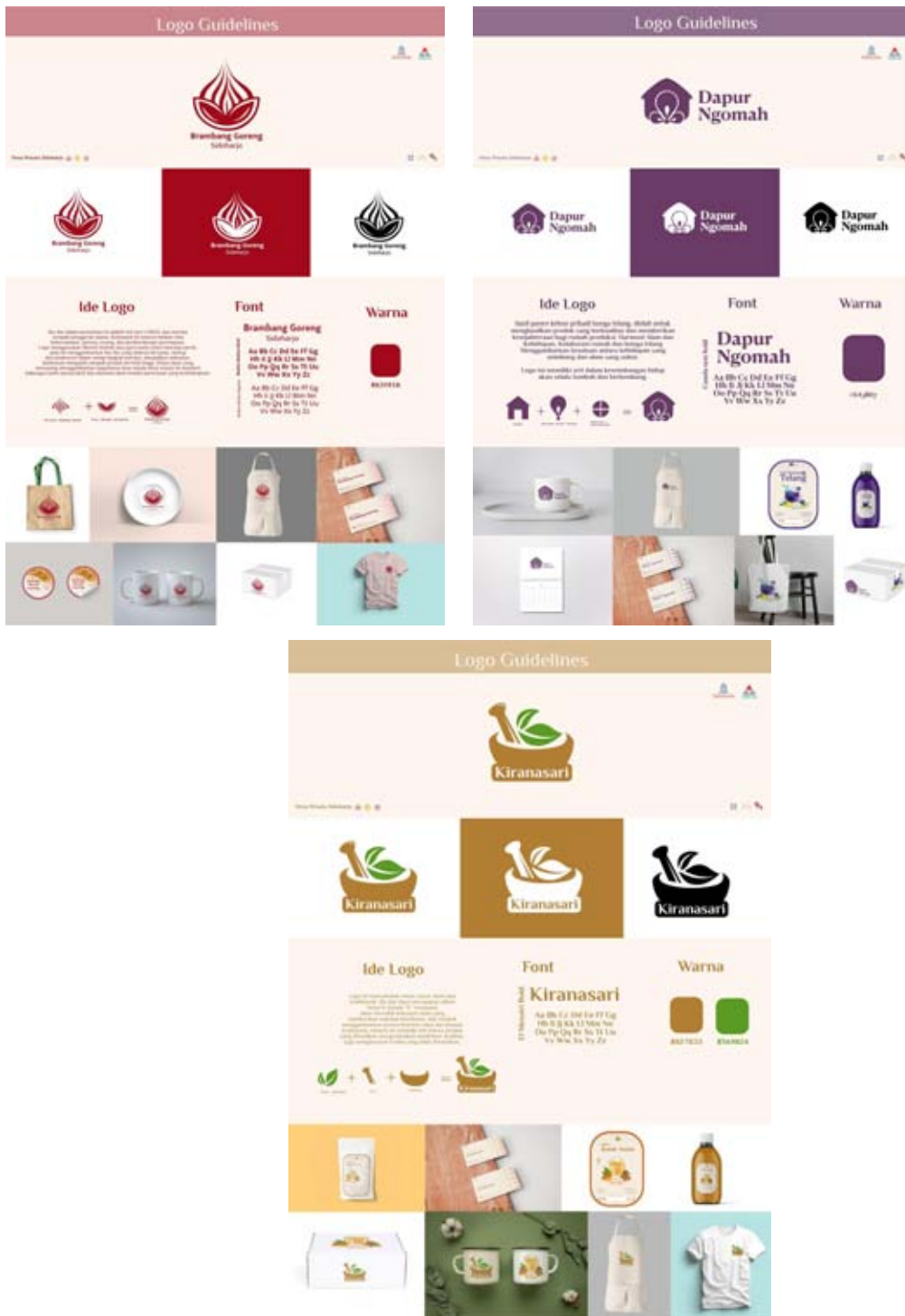
c. Buku Profil Desa Wisata



d. Logo UMKM



## e. Logo Guide



f. Stiker UMKM





**g. Brosur**



**h. Flyer**



**i. Spanduk UMKM**



**j. Kartu Nama UMKM**



**k. Merchandise**



## I. Denah Desa Wisata

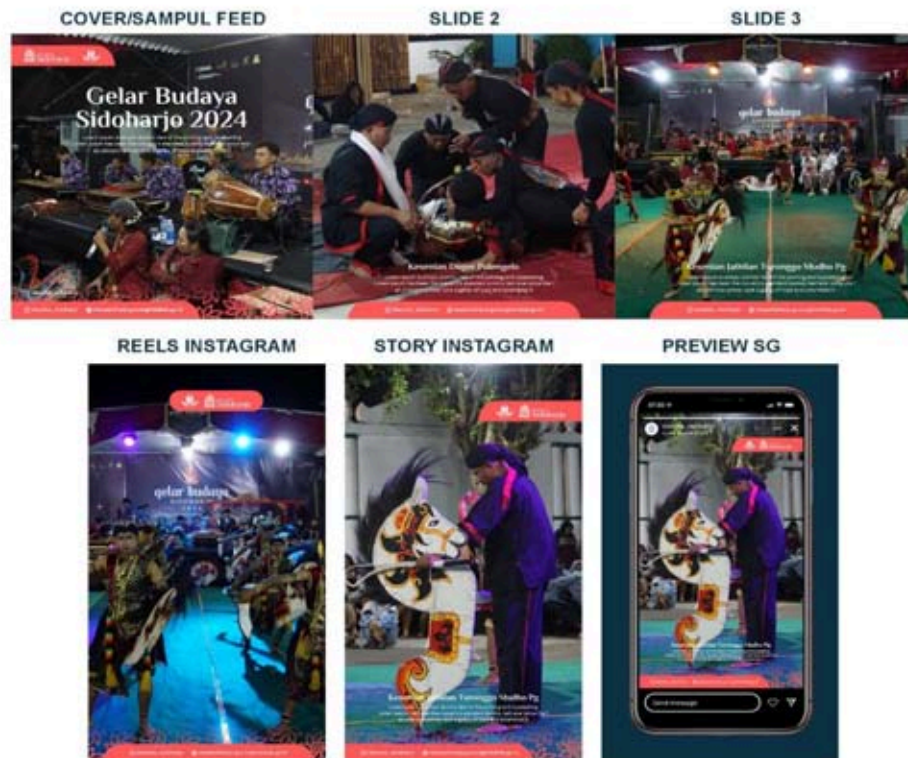


## m. Sign Sistem

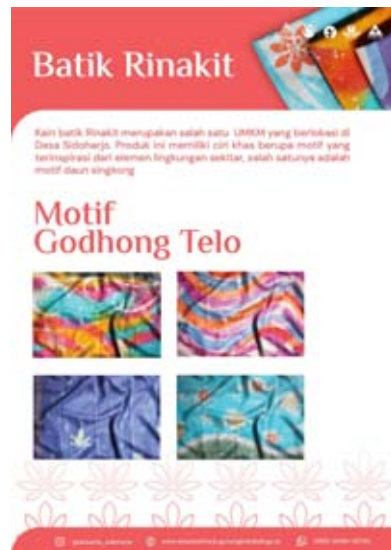




## n. Template Sosial Media

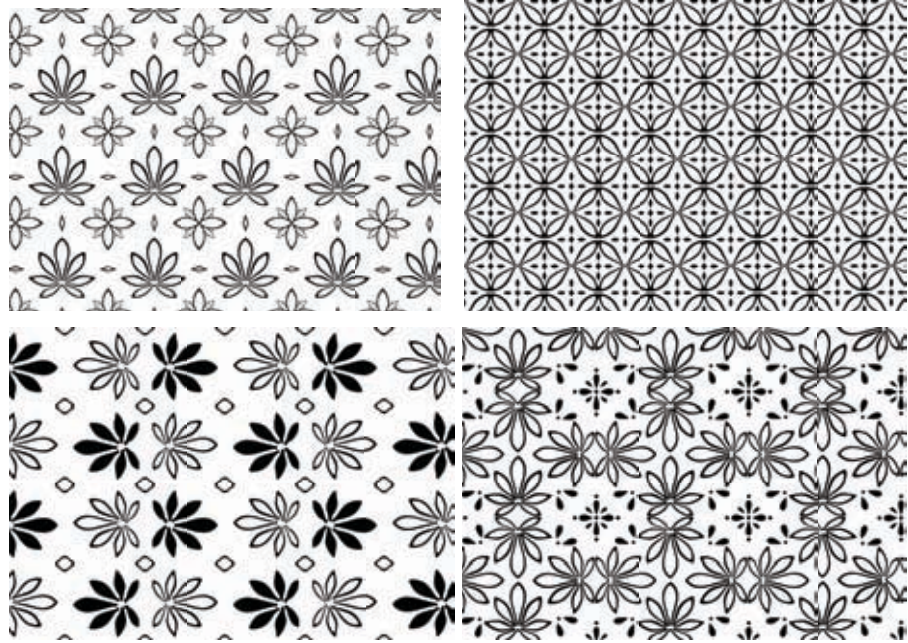


## o. E-Catalog





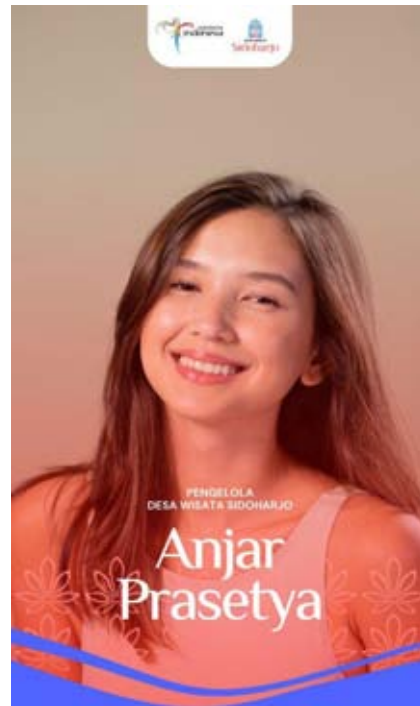
**p. Batik**



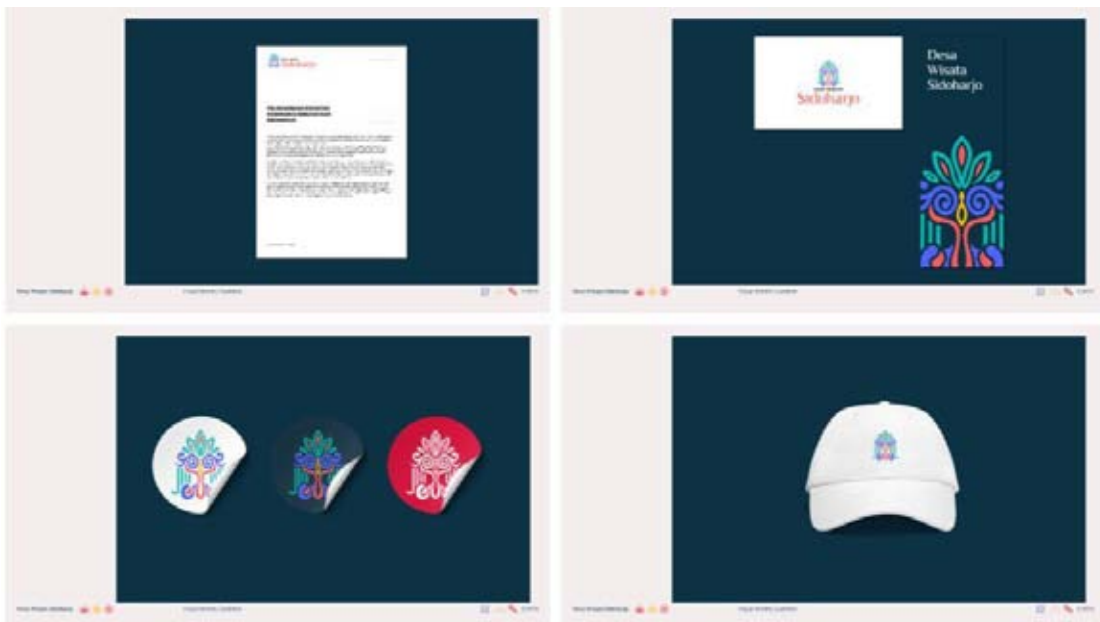
**q. Super Grafis**



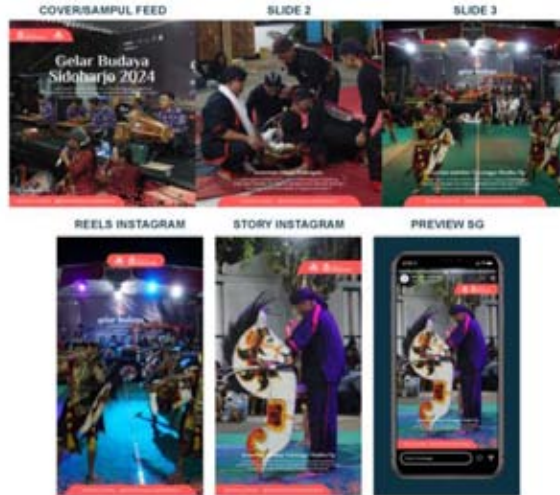
r. ID Card



III. Aplikasi Desain







## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **I. Kesimpulan**

Desa Wisata Sidoharjo, yang terletak di Kecamatan Tepus, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta, memiliki potensi wisata yang sangat beragam, termasuk wisata pantai, budaya lokal, serta produk UMKM yang memiliki daya tarik tersendiri. Namun, meskipun kaya akan potensi, Desa Wisata Sidoharjo menghadapi tantangan dalam hal promosi dan pemasaran, yang mengakibatkan beberapa potensi wisata, seperti budaya lokal dan produk UMKM, belum dapat terjamah secara maksimal oleh pasar yang lebih luas.

Berdasarkan perancangan promosi yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

##### **1. Potensi Wisata yang Beragam**

Desa Wisata Sidoharjo memiliki banyak keunggulan, baik dari segi wisata alam (pantai) maupun budaya (seni tari, musik gamelan, tradisi, dan festival). Selain itu, produk UMKM yang berupa kerajinan tangan dan kuliner khas juga memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

##### **2. Keterbatasan Promosi**

Meskipun memiliki banyak potensi, promosi yang dilakukan selama ini belum maksimal. Informasi mengenai keberagaman objek wisata di Desa Wisata Sidoharjo belum tersebar dengan baik, sehingga banyak wisatawan yang hanya fokus pada destinasi wisata pantai tanpa mengeksplorasi aspek wisata lainnya.

##### **3. Pentingnya Strategi Promosi yang Terpadu**

Melalui perancangan promosi yang melibatkan media sosial dan desain grafis, dapat dibuat materi promosi yang menarik dan sesuai dengan karakteristik budaya dan alam desa. Ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisatawan, memperkenalkan keberagaman objek wisata, dan membantu meningkatkan brand awareness Desa Wisata Sidoharjo sebagai destinasi wisata yang unik dan menarik.

##### **4. Manfaat bagi Semua Pihak**

Perancangan promosi ini memberikan manfaat positif bagi berbagai pihak. Bagi masyarakat lokal, perancangan ini meningkatkan kapasitas dalam mengelola pariwisata dan UMKM. Bagi pemerintah desa, strategi promosi ini dapat memperkuat posisi Desa Wisata Sidoharjo di pasar pariwisata dan meningkatkan pendapatan desa. Bagi wisatawan, promosi yang lebih baik akan memberikan akses informasi yang lebih lengkap, sementara bagi penulis, proyek ini memberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan desain grafis, pemasaran digital, dan manajerial yang dapat mendukung perkembangan profesional di masa depan.



## **II. Saran**

Untuk mengoptimalkan potensi wisata yang ada di Desa Wisata Sidoharjo, beberapa langkah penting perlu diambil. Pemanfaatan media sosial dan platform digital harus dimaksimalkan dengan cara mengelola akun secara aktif dan terjadwal, serta membuat konten visual yang menarik untuk memperkenalkan keberagaman objek wisata dan produk lokal desa. Selain itu, pelatihan bagi masyarakat lokal mengenai pemasaran digital dan penggunaan media sosial sangat penting untuk meningkatkan keterlibatan mereka dalam promosi desa. Penguatan identitas visual desa juga diperlukan, dengan merancang elemen grafis yang konsisten dan mencerminkan karakteristik budaya serta alam desa, agar mudah dikenali dan membedakan Desa Wisata Sidoharjo dari destinasi lain. Kolaborasi dengan sektor terkait, seperti agen perjalanan dan pemerintah daerah, juga sangat disarankan untuk memperluas jaringan promosi dan mendukung keberlanjutan pariwisata desa.

Peningkatan kualitas infrastruktur dan fasilitas wisata, seperti akses jalan, dan area parkir, perlu menjadi prioritas agar wisatawan merasa nyaman dan betah berkunjung. Penyusunan paket wisata terpadu yang menggabungkan wisata pantai, budaya, dan produk UMKM dapat menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan. Evaluasi dan pengembangan berkelanjutan juga penting untuk menilai efektivitas strategi promosi dan memastikan keberlanjutan pariwisata yang seimbang dengan pelestarian budaya dan lingkungan. Dengan langkah-langkah ini, Desa Wisata Sidoharjo dapat berkembang menjadi destinasi wisata yang lebih dikenal, menarik, dan berkelanjutan, serta memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, P. (2021). *Pengembangan Desa Wisata: Integrasi Potensi Alam dan Budaya Lokal dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Akademika.
- Arianto, B., & Purnama, E. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Wisata. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 8(2), 56-65.
- Haryanto, S. (2018). *Desain Grafis untuk Promosi Pariwisata: Meningkatkan Daya Tarik Wisata Melalui Identitas Visual*. Jakarta: Desain Studio.
- Wahyudi, D., & Nurhasanah, L. (2022). Inovasi Pengelolaan Desa Wisata: Meningkatkan Kualitas Layanan dengan Teknologi Digital. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 16(2), 112-120.
- Arzaqi, C. N. (2024). Eksplorasi Warisan Budaya dalam Desain Komunikasi Visual: Studi Kasus. Retrieved from *Eksplorasi Warisan Budaya dalam Desain Komunikasi Visual: Studi Kasus*
- Nadia Salsabila, W. T. (2024, September). Peran KKN Dalam Mendukung Pembangunan dan Pengembangan. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*.
- Trihadi Wahyudi, K. S. (2022). Peranan Desain Komunikasi Visual dalam Melestarikan “Kie Lin the Living Tradition”. *Jurnal Visual*, Vol. 18 No. 1. doi:<http://dx.doi.org/10.24912/jurnal.v18i1.22295>
- Kusnadi.2018. *Dasar Desain Grafis*. Tasikmalaya: Edu Publisher
- Gorys Keraf. (1991). *Diksi dan gaya Bahasa*: PT. GRAMEDIA JAKARTA
- Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds.(2016).*Pengantar Desain Grafis*.Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan
- Rendy Iswanto.(2023).*Buku Ajar Tipografi*.Universitas Ciputra
- Hudita A. R. Lubis. (22 April 2024).*tipografi definisi peran elemen dan jenisnya*. Diakses pada 29 Desember 2024, dari <https://dibimbing.id/blog/detail/tipografi-definisi-peran-elemen-dan-jenisnya?>
- Universitas Gadjah Mada. (2014). *Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN-PPM)*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada. <https://hpt.faperta.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/446/2020/11/Guide-Book-Student-Academic-Service.pdf>

Universitas Bung Hatta. (2013). *Rancangan Program Kerja Kuliah Kerja Nyata Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (KKN-PPM)*. Padang: Universitas Bung Hatta.  
<https://kkn.bunghatta.ac.id/CONTOH%20RANCANGAN%20PROGRAM%20KKN.pdf>

Artikel "Inspirasi Desain Komunikasi Visual dari Budaya Lokal Indonesia". (2024).  
<https://khedi2023.org/inspirasi-desain-komunikasi-visual-dari-budaya-lokal-indonesia/>

Artikel "Komunikasi Visual dan Budaya: Pengaruh Budaya dalam Desain dan Karya yang Relevan". (2024).  
<https://www.multipos.co.id/2024/10/komunikasi-visual-dan-budaya-pengaruh.html>

Kurniawan, A. (2020). *Perancangan Buku Ilustrasi sebagai Media Edukasi tentang Permainan Tradisional "Andra Bermain Permainan Tradisional"*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.  
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/82250/NDUzMjE0/Perancangan-Buku-Illustrasi-Sebagai-Media-Edukasi-Tentang-Permainan-Tradisional-Andra-Bermain-Permainan-Tradisional-abstrak.pdf>

Gunawan, Y. P. (2020). *Perancangan Buku Visual Budaya Bali Aga sebagai Media Pengenalan Kebudayaan Tradisional Bali*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.  
<https://repository.its.ac.id/81542/>



## LAMPIRAN

### i. Presensi Penyerahan Karya



### ii. Foto Dokumentasi

