

**MANDIRI/
DANA INTERNAL LPPM
/PERMINTAAN EKSTERNAL***

**Diisi sesuai dengan jenis pembiayaan*

LAPORAN AKHIR PKM



PERANCANGAN PENGEMBANGAN DESAIN DESA WISATA GIRISUKO, KAB. GUNUNGKIDUL SEBAGAI PENDUKUNG PARIWISATA DAERAH

Pengusul

Ketua :

R. Hadapiningrani Kusumohendrarto, M.Ds

Anggota Dosen :

Lejar Daniartana Hukubun, M.Sn

Anggota Mahasiswa :

Celsiana Rianita	(11211021)
M. Khakim Elang .P	(11211059)
M. Rusli Yahya	(11211063)
Natasya Dwi Pangastuti	(11211066)
Putri Aqilatul Azizah	(11211069)
Ratih Yulia Sari	(11211070)
Satrio Wahyu .W	(11211073)

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
YOGYAKARTA**

(Genap – 2024/2025)

Halaman Pengesahan Proposal PKM

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PROPOSAL PKM

Judul PKM : Perancangan Pengembangan Desa Wisata Girisuko

Ketua Pengusul

a. Nama Lengkap : R. Hadapiningrani Kusumohendrarto, M.Ds
b. NIDN : 0524079001
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Desain Komunikasi Visual
e. Nomor HP : 089 679 1020 91
f. Alamat *e-mail* : Kusumohendrarto@gmail.com

Anggota Pengusul

a. Nama Lengkap : Dosen
Lejar Daniartana Hukubun, M.Sn
Mahasiswa :

Celsiana Rianita (11211021)
M. Khakim Elang .P (11211059)
M. Rusli Yahya (11211063)
Natasya Dwi Pangastuti (11211066)
Putri Aqilatul Azizah (11211069)
Ratih Yulia Sari (11211070)
Satrio Wahyu .W (11211073)

b. NIDN : -
c. Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Institusi Mitra

a. Nama Institusi Mitra : Desa Wisata Girisuko, Kelurahan Girisuko, Kab. Gunungkidul
b. Alamat : Gebang, Girisuko, Kec. Panggang, Kabupaten Gunungkidul,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55872

c. Penanggung Jawab :
Jangka Waktu PKM : 1 Semester
Biaya Kegiatan PKM :
Biaya Luaran Tambahan :

Mengetahui,
Ketua STSRD VISI

(Wahyu Tri Widadijo, M.Sn)
NIK. 98093052

Yogyakarta, 6 Juni 2025
Ketua Pelaksana

(R. Hadapiningrani K., M.Ds)
NIK. 16083120

Menyetujui,
Ketua LPPM STSRD VISI

(R. Hadapiningrani K., M.Ds)
NIK. 16083120

Halaman Identitas Proposal PKM

IDENTITAS PENGUSUL

Identitas Ketua		
1	Nama Ketua Pengusul	R.Hadapiningrani Kusumohendrarto, M.Ds
2	NIDN/NIDK	0524079001
3	Pangkat dan Jabatan	Lektor
4	<i>E-mail</i> Pengusul	Kusumohendrarto@gmail.com
5	<i>Curriculum Vitae</i>	
Identitas Anggota		
1	Nama Anggota	Dosen : Lejar Daniartana Hukubun, M.Sn Mahasiswa : Celsiana Rianita (11211021) M. Khakim Elang .P (11211059) M. Rusli Yahya (11211063) Natasya Dwi Pangastuti (11211066) Putri Aqilatul Azizah (11211069) Ratih Yulia Sari (11211070) Satrio Wahyu .W (11211073)
2	NIDN/identitas lain	-
3	Pangkat dan Jabatan	-
4	<i>E-mail</i> Pengusul	-
5	<i>Curriculum Vitae</i>	-

Identitas Usulan

1	Judul PKM	Perancangan Pengembangan Desa Wisata Girisuko
2	Jenis PKM	Perancangan
3	Tahun usulan dan lama PKM	2024/2025, 4 bulan (1 Semester)
4	Biaya yang diusulkan	Rp. 4.500.000,- (empat juta lima ratus ribu rupiah)
5	Total biaya PKM	Rp. 4.500.000,- (empat juta lima ratus ribu rupiah)
6	Target capaian luaran PKM	Hasil perancangan untuk pengembangan Desa Wisata Girisuko

KATA PENGANTAR

Puji syukur marilah kita panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan DKV 5 Perancangan Branding Desa Wisata Girisuko. Perancangan Branding Desa Wisata Girisuko ini merupakan salah satu upaya penulis untuk memperkenalkan kembali wisata lokal Desa Wisata Girisuko dan juga sebagai syarat untuk memenuhi tugas DKV 5 dengan menggunakan media dan desain yang baru agar lebih dekat dengan generasi mudanya.

Perancangan ini juga berusaha menjawab tantangan yang ada di Desa Wisata Girisuko mengenai promosi yang ada di Desa Wisata Girisuko agar masyarakat sekitar terutama generasi mudanya dapat menghidupkan kembali potensi pariwisata yang ada di Desa Wisata Girisuko. Perancangan branding Desa Wisata ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang dengan ikhlas memberikan bantuan dan inspirasi. Terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ketua Yayasan Bapak Samuel Handaru, S.T.
2. Ketua STSRD Visi Bapak Wahyu Tri Widadjo, M.Sn.
3. Ketua Jurusan Bapak Dwisanto Sayogo, M.Ds.
4. Pembimbing DKV 5 Bapak R. Hadapiningrani Kusumohendrarto, M.Ds. dan Ibu Dian Prajarini, S.T., M.Eng.
5. Kepala Kelurahan Desa Girisuko
6. Sekretaris Kelurahan Desa Girisuko
7. Kepala Dukuh Turunan
8. Kepala Dukuh Sumber
9. Kepala Dukuh Pacar
10. Kepala Dukuh Sanglor

Akhir kata, penyusun menyadari bahwa Laporan Perancangan Branding Desa Wisata Girisuko ini tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan guna perbaikan dan penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga makalah ini dapat memberikan inspirasi dan wawasan baru bagi pembaca.

BAB I

PENDAHULUAN

a.Latar Belakang

Desa Girisuko, yang terletak di Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta, memiliki potensi besar sebagai desa wisata. Wilayah ini dikenal dengan keindahan alamnya, budaya lokal yang masih terjaga, serta keramahan masyarakatnya. Beberapa destinasi unggulan, seperti perbukitan karst, wisata spiritual, kerajinan lokal, dan warisan budaya tradisional, menjadi keunikan serta daya tarik utama yang mendukung pengembangan Desa Girisuko sebagai destinasi wisata unggulan.

Namun, potensi ini belum sepenuhnya dikelola secara optimal. Tantangan seperti kurangnya pengelolaan wisata yang terstruktur, minimnya promosi wisata, serta keterbatasan infrastruktur menjadi penghambat dalam mengembangkan desa ini. Oleh karena itu, diperlukan upaya sinergis antara masyarakat desa, pemerintah, dan pihak eksternal, termasuk perguruan tinggi, untuk mendorong pengembangan Desa Girisuko sebagai desa wisata yang berdaya saing.

Melalui program KKN, mahasiswa berkesempatan untuk berkontribusi dalam upaya ini dengan melakukan identifikasi masalah, memberikan solusi kreatif, serta mendampingi masyarakat dalam berbagai aspek seperti pengelolaan pariwisata dan promosi berbasis digital. Program ini juga sejalan dengan visi pembangunan daerah yang berfokus pada pengembangan potensi lokal demi terciptanya kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan.

Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program KKN di Desa Girisuko. Laporan ini memuat rangkaian kegiatan, capaian, kendala yang dihadapi, serta rekomendasi untuk keberlanjutan pengembangan desa wisata. Diharapkan hasil dari program ini dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Girisuko dan menjadi referensi bagi program serupa di masa mendatang.

b.Rumusan Masalah

1. Apa saja elemen branding yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan daya saing Desa Wisata Girisuko?
2. Bagaimana strategi penerapan branding tersebut agar efektif dalam menarik wisatawan dan mendukung pengembangan desa wisata?

c.Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan branding Desa Wisata Girisuko adalah untuk Mengembangkan elemen branding yang mendukung strategi promosi pariwisata Desa Wisata Girisuko. Menciptakan *brand image* yang efektif dan menarik serta sesuai dengan ciri khas ikon yang ada di dalam Desa Wisata Girisuko. Menyusun panduan implementasi branding untuk digunakan oleh pengelola desa wisata dan pihak terkait.

a. Manfaat Perancangan

1. Bagi Desa Wisata Girisuko

- Memberikan identitas yang kuat dan terintegrasi sehingga dapat meningkatkan daya saing di sektor pariwisata.

2. Bagi Penyusun

- mendapatkan pengalaman dalam perancangan branding berbasis komunitas yang memiliki tantangan dan keunikan tersendiri.
- belajar lebih dalam mengenai kearifan lokal Desa Girisuko, yang dapat memperkaya perspektif dan kreativitas dalam berkarya.
- dapat merasa bangga karena telah memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan desa wisata.

3. Bagi Masyarakat

- Mempermudah mengenalkan kepada wisatawan dan mengingat Desa Wisata Girisuko sebagai destinasi yang menarik dan berbeda.
- Branding yang baik membuat masyarakat lebih mengenali dan bangga dengan keunikan desanya.
- Menjadi salah satu pilihan destinasi wisata keluarga yang akan dituju ketika memasuki Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta
- Memudahkan masyarakat dalam mengenali dan membangun kepercayaan terhadap identitas Desa Wisata Girisuko

BAB II

DATA & ANALISIS

A. Analisis Data

1. Sejarah Desa Girisuko

Jika diartikan keseluruhan maka Girisuko berarti Gunung Kebahagiaan yang dapat pula diterjemahkan sebagai daerah atau wilayah yang berbukit-bukit dimana penduduknya selalu dilimpahi dengan kebahagiaan, kemuliaan, kesejahteraan. Sesuai dengan cerita yang didapatkan dari para Narasumber, awal mula Desa Girisuko bernama Kelurahan Temuireng yang berada dibawah kepemimpinan para Bekel. Diantaranya adalah Bekel Onggo Drono, Bekel Kromo Menggolo dan Bekel Pawiro Sukarto.

Sesuai catatan sejarah yang berhasil dihimpun, sekitar tahun 1944 Kelurahan Temuireng berubah menjadi Kelurahan Girisuko. Saat itu Lurah Desa dijabat oleh Bapak Pawiro Sukarto. Beberapa Lurah yang menjabat setelah Itu diantaranya adalah Harjo Disastro. Kelurahan Girisuko pada waktu itu terdiri dari 8 (delapan) Padukuhan, yaitu Padukuhan Sumber, Padukuhan Turunan, Padukuhan Temuireng I, Padukuhan Temuireng II, Padukuhan Sanglor I, Padukuhan Sanglor II dan Padukuhan Pacar hingga Lurah Desa dijabat oleh Lurah Sosrowerdoyo pada tahun 1962-1965. Tahun 1965-1969 di jabat oleh Lurah Minto Diharjo. Pada Tahun 1978, yang mana Lurah desa dijabat oleh Drs. Kalam, Padukuhan Pacar mengalami pemekaran yang kemudian menjadi Padukuhan Pacar I dan Pacar II sehingga total jumlah Padukuhan di Kelurahan Girisuko sampai dengan saat ini ada 9 (Sembilan) Padukuhan. Seiring dengan perubahan peraturan perundang-undangan, nama Kelurahan berubah menjadi Desa.

Pada hari Sabtu, 26 Desember 2015 dilakukan Musyawarah Desa penetapan Hari Jadi Desa Girisuko. Hal ini dimaksudkan untuk menggali sejarah hari jadi Desa Girisuko. Bertindak sebagai Pemimpin Musdes adalah Ketua BPD Girisuko, Suhadi. Adapun peserta yang hadir terdiri dari Tokoh Adat, Tokoh Agama, Tokoh Masyarakat, Tokoh Pendidik, Perwakilan Kelompok Tani, Lembaga Desa, Perangkat Desa, dan Tokoh Perempuan.

2. Letak Geografis

Desa Girisuko adalah salah satu desa yang ada di Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan luas wilayah 2.554.3450 Ha, terletak 1.400 m diatas permukaan laut dengan kemiringan lahan yang bervariasi. Curah hujan rata-rata 1.382 mm dengan jumlah hari hujan rata-rata 89 hari. Bulan basah 4-5 bulan, sedangkan bulan kering berkisar antara 7-8 bulan. Batas wilayah Desa Girisuko: Sebelah utara berbatasan langsung dengan Desa Selopamioro, Kecamatan Imogiri, Kab. Bantul, Sebelah Timur berbatasan 55 dengan Desa Karangduwet, Kecamatan Paliyan, Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Girisekar dan Desa Girimulyo serta Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Giriharjo.

B. Analisis Objek

Secara geografisnya Kelurahan Girisuko berbatasan langsung dengan kecamatan Imogiri dan kabupaten Bantul dan salah satu jalan untuk menuju jalur lingkar selatan-selatan yang menjadikan Kelurahan ini strategis dan mudah untuk dijangkau. Kelurahan Girisuko memiliki berbagai macam potensi sebagai berikut:

a. Potensi Desa Wisata

- *Geoforest* Watu Payung : umum
- Bukit Roso Wulan : umum
- *Stone Park* : Budidaya Alpukat dll
- Kali Lemusur : umum
- Telaga Moto Indro : umum
- Sendang Beji : Warisan Sejarah

b. Potensi Desa Budaya

- Jathilan : umum
- Tari Unyil : umum
- Gejog Lesung : umum

c. Potensi Desa Prima

- Gula Nira
- Tape Ketan
- Ingkung
- Pon (Minuman Herbal)

d. Potensi Desa preneur

- Spons Erva
- Tas Vinyl
- Batik Cap
- Kerajinan Limbah Kayu

C. Analisis SWOT

	POSITIF	NEGATIF
EKSTERNAL	<i>Strengths/Kekuatan</i> ● memiliki potensi yang beragam seperti wisata alam, budaya, kerajinan dan kesenian ● lokasi yang tidak jauh dari kota dan aksesnya yang mudah ● view wisata alam yang ● HTM yang terjangkau dan tempat wisata yang bisa digunakan untuk berbagai acara	<i>Weaknesses/Kelemahan</i> ● media sosial yang tidak aktif ● tidak adanya tim marketing untuk desa wisata ● tempat yang kurang dirawat ● kurangnya petunjuk arah pada di jalan menuju destinasi wisata ● promosi yang kurang
INTERNAL	<i>Opportunities/Peluang</i> ● tempat wisata yang bisa digunakan untuk berbagai acara seperti workshop, outbound dll ● dibuatnya paket wisata ● wisata yang menawarkan keindahan alam yang menarik dan memiliki daya tarik sendiri	<i>Threats/Ancaman</i> ● adanya wisata yang lain dengan promosi yang lebih gencar ● sebagian tempat wisata belum memiliki izin sebagai tempat wisata ●

D. MATRIKS SWOT DESA WISATA

	(S) Strengths/Kekuatan	(W) Weaknesses/Kelemahan
(O) Opportunities/Peluang	SO • objek wisata yang beragam, serta lokasi tempat wisata yang bisa digunakan untuk berbagai macam kegiatan, serta pemandangan alam yang memukau. sangat cocok untuk membuat paket wisata keluarga ataupun tour perjalanan wisata	WO • kurangnya promosi dan tidak ada branding terhadap desa wisata membuat potensi tidak berjalan maksimal dan membuat sepi pengunjung
(T) Threats/Ancaman	ST • meskipun sudah banyak tempat wisata yang mulai berkembang di tempat lain, wisata desa girisuko tetap memiliki keunikan sendiri karena adanya potensi budaya dan tradisi yang menjadikannya berbeda dari tempat wisata lainnya	WT • tidak aktifnya pengurus wisata untuk melakukan promosi membuat wisata ini kurang diminati dan kurangnya pemahaman pengurus dalam membranding tempat wisata.

E. Analisis Permasalahan Desa Wisata

Dari wawancara yang sudah kami lakukan selama masa KKN dapat disimpulkan adanya beberapa masalah yang dihadapi oleh desa wisata Girisuko yaitu sebagai, berikut:

- a. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pengelola desa wisata Girisuko
- b. Tidak aktifnya media sosial seperti instagram
- c. Kurangnya elemen visual dan kurangnya branding pada desa wisata Girisuko
- d. untuk desa Preneur masih belum memiliki label ataupun logo
- e. Tidak memiliki foto produk
- f. Kurangnya paham pada pentingnya elemen visual pada kemasan produk

F. Analisis solusi yang efektif untuk permasalahan

- Mengelola konten yang menarik untuk media promosi (media sosial)
- Membuatkan beberapa sign system di beberapa titik
- Buku profil
- Brand guideline logo
- Video profile
- Membuat katalog paket wisata
- Membuat merchandise
- Infografis di beberapa wisata
- Membuat peta Lokasi wisata
- Brosur
- Membuatkan media sosial khusus desa pleaneur Girisuko
- Membuatkan label untuk beberapa UMKM
- Membuatkan logo untuk desa pleaneur

G. Target Audience

○**Demografi**

- ❖ Umur : 12-40 tahun
- ❖ Gender : laki-laki & Perempuan
- ❖ SES : A B C
- ❖ Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, dan Pekerja

○**Geografis**

- ❖ Indonesia (urban)

○**Behavior**

- ❖ Fomo
- ❖ suka Healing
- ❖ menyukai fotografi
- ❖ menyukai view alam
- ❖ dan senang mencoba hal baru

H. Analisis Media yang efektif untuk Solusi

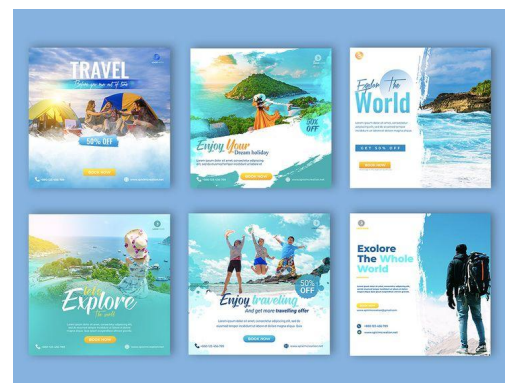
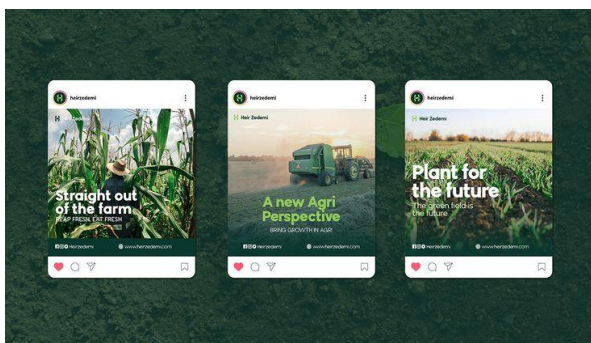
- **Logo dan Super Grafis**

- a. **Perancang M. Khakim Elang .P**, tujuan perancangan adalah agar desa wisata mempunyai identitas visual yang bisa dikenal oleh masyarakat, dan juga membantu dalam branding desa wisata serta membuat acuan desain untuk perancangan selanjutnya.
- b. **Media logo**, Kop surat, website, merchandise, media sosial, id card dll
- c. **Material**, yang digunakan berupa soft file seperti PNG, JPG, PSD, CRD
- d. **Referensi Visual**



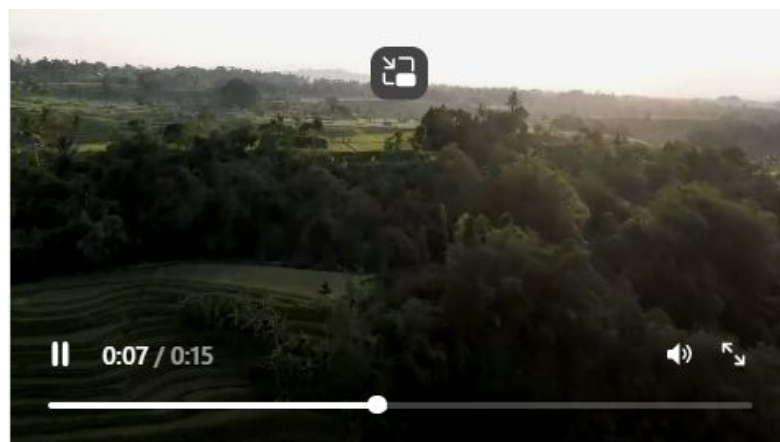
- **Sosial Media**

- a. **Perancang Putri Aqilatul Azizah**, tujuan dari perancangan media sosial ini adalah untuk membranding desa Girisuko, selain itu media sosial juga digunakan untuk media promosi agar bisa berjalan lebih efektif serta memiliki ciri khas dan dengan adanya media sosial ini diharapkan dapat menjangkau target audien yang sangat luas. Media sosial yang dipilih adalah Instagram dengan menggunakan template yang sesuai dengan konsep visual yang sudah ditentukan dengan tujuan agar lebih tertata dan rapi saat dilihat oleh audien, template akan disesuaikan dengan objek wisata. konten pada media sosial akan meliputi dokumentasi tempat wisata dan juga informasi terkait tempat wisata.
- b. **Perancangan berupa**, feed instagram yang berupa dokumentasi, info objek wisata dan reels yang berupa video view tempat wisata serta video profil desa Girisuko
- c. **Referensi perancangan**,



- **Video Profil**

- Perancang Putri Aqilatul Azizah**, tujuan perancangan sebagai sarana memperkenalkan Desa Girisuko kepada masyarakat luas, baik di dalam maupun di luar desa. Hal ini meliputi potensi desa, keunikan budaya, sejarah, serta perkembangan yang telah dicapai dan juga berfungsi sebagai dokumentasi atau arsip desa. Video ini dapat menjadi catatan sejarah perkembangan desa dan menjadi referensi bagi generasi mendatang.
- Perancangan Berupa**, audio visual yang nanti di dalamnya akan diisi oleh footage desa Girisuko, masyarakat Girisuko dan potensi yang ada pada desa Girisuko.
- Referensi Perancangan, (isi sendiri)**



- **sign system**

a. Perancang Natasya Dwi Pangastuti, tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberikan panduan yang jelas dan efektif kepada masyarakat dan pengunjung, sehingga lingkungan desa menjadi lebih teratur dan informatif. Diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan masyarakat serta pengunjung, serta mempermudah akses ke berbagai fasilitas di Desa Girisuko.

b. Perancangan berupa, Papan kayu penunjuk arah: Ini adalah elemen paling dasar yang berfungsi untuk menunjukkan arah menuju tempat-tempat penting seperti fasilitas umum, objek wisata, tempat bersejarah, menemukan jalur trekking, spot foto, atau tempat makan.

c. Material, papan kayu karena mudah ditemukan di Desa Girisuko dan lebih murah dibandingkan plat besi.

d. Referensi Perancangan (Isi sendiri)



- **Infografis**

- Perancang Satrio Wahyu,** Infografis adalah alat yang sangat berharga dalam mempromosikan destinasi wisata. tujuan dibuatnya infografis ini adalah untuk menyajikan informasi secara visual yang menarik dan mudah dipahami, infografis dapat membantu menarik lebih banyak wisatawan dan meningkatkan kunjungan ke destinasi wisata.
- Perancangan Berupa,** perancangan berupa Poster yang akan di tempel di mading dan menggunakan
- Material** bahan flexi agar bisa lebih tahan lama dengan ukuran A1
- Referensi Perancangan, (isi sendiri)**



- **Peta**

- Perancang Natasya Dwi Pangastuti,** dibuatnya peta ini dengan tujuan membantu pengunjung mengetahui lokasi objek wisata, akomodasi, kuliner, dan fasilitas umum lainnya dengan mudah. Dengan dirancangnya peta pengunjung tidak akan kesulitan mencari jalan dan dapat menikmati perjalanan dengan lebih nyaman.
- Perancangan berupa,** rute lokasi wisata yang akan dimasukan kedalam buku profil, katalog dan juga infografis
- material** bahan flexy agar bisa lebih tahan lama dengan ukuran A1, dan ditempel di mading kayu
- Referensi Perancangan**



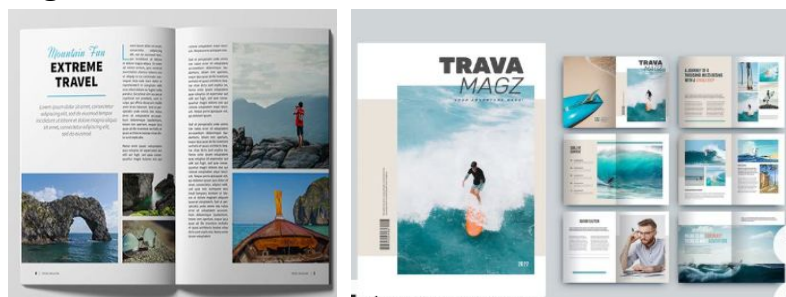
- **Katalog**

a. **Perancang Ratih Yulia Sari**, tujuan dari buatnya katalog Wisata Desa Girisuko ini adalah untuk mempublikasikan informasi lengkap seputar Objek wisata Girisuko, katalog ini akan menjadi media yang efektif untuk menyebarkan informasi mengenai objek wisata, akomodasi, kuliner, dan kegiatan yang bisa dilakukan di Desa Girisuko. Berfungsi sebagai panduan bagi wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka. Wisatawan dapat melihat berbagai pilihan objek wisata, memilih akomodasi yang sesuai, dan merencanakan itinerary perjalanan.

b. **Perancangan Berupa**, perancangan berupa katalog ini akan berupa buku dan akan diletakan di beberapa tempat yaitu, kantor kelurahan, kopi panggang dan beberapa Dukuh di Pedukuhan desa Girisuko

c. **Material**, Kertas Art paper 210 gr

d. **Referensi Perancangan**



- **Buku Profil**

a. **Perancang Muhammad Rusli Yahya**, tujuan dari perancangan ini adalah untuk meningkatkan citra positif di mata masyarakat luas, dan diharapkan memperkuat branding desa wisata Girisuko dan menjadi alat untuk memperlihatkan potensi-potensi desa untuk pengembangan desa lebih lanjut

b. **Perancangan berupa**, perancangan ini menggunakan media kertas yang ada di bundle menjadi semua buku yang akan diberikan ke dinas kelurahan desa Girisuko dan akan berisi mengenai sejarah desa Girisuko, Potensi, kondisi sosial, ekonomi dan budaya.

c. **Referensi Perancangan (Isi sendiri)**



- **Poster**

- Perancang Ratih Yulia Sari**, tujuan dibuatnya poster ini adalah untuk mempromosikan desa wisata Girisuko di kopi panggang, dan sebagai informasi ke masyarakat luas bahwa Kopi panggang memiliki paket wisata bersama dengan desa Girisuko.
- Perancangan Berupa**, perancangan berupa poster kertas yang dicetak dan akan ditempel di mading kopi panggang
- Material**, Kertas ivory 260gr
- Referensi Perancangan**



- **Merchandise**

- Perancang Celsiana Rianti**, dibuatnya merchandise ini bertujuan untuk memperkenalkan ciri khas desa Wisata Girisuko dan juga menjadi media promosi desa Girisuko. diharapkan juga dengan ada merchandise ini akan menambah pemasukan terhadap desa Girisuko.
- Perancangan berupa**, ini akan gambar ilustrasi yang menjadi ciri khas desa wisata, dan disini kami memilih untuk membuat 2 desain merchandise untuk 2 tempat wisata yaitu Watu Payung dan juga Bukit Roso Wulan.
- Material**, material yang akan digunakan adalah Tote bag, kaos, ganci, pin dan juga Stiker
- Referensi Perancangan**



Reference

- **Brosur**

a. **Perancang Satrio Wahyu Whidayat**, tujuan dibuatnya brosur ini adalah untuk menyebarluaskan paket wisata yang ada disediakan oleh desa Girisuko. Selain itu untuk mempromosikan paket wisata dengan efektif dan diharapkan pengunjung akan menambah dengan adanya brosur.

b. **Perancangan Berupa**, informasi paket wisata dan juga harga yang akan dipatok oleh Tempat wisata. Brosur ini akan diletakan di kantor kelurahan dan juga Kopi panggang sebagai rest area yang ada di desa Girisuko

c. **Material**, Kertas ivory 130gr A4

d. **Referensi Perancangan**



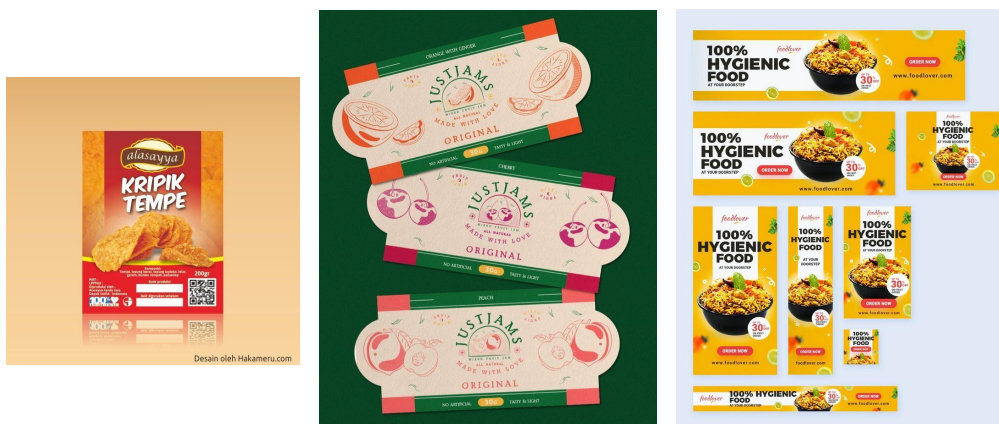
- **Label**

a. **Perancang Natasya Dwi Pangastuti**, dibuatnya label ini untuk membranding produk, agar kemasan memiliki nilai dan menarik di mata konsumen. selain itu menjadi ciri khas dari produk umkm itu sendiri.

b. **Perancangan berupa**, akan berupa stiker yang dicetak menggunakan kertas vinyl ukuran A3

c. **Material**, Vinyl A3

d. **Referensi Perancangan**



- **Banner UMKM**

- Perancang Natasya Dwi Pangastuti**, dengan tujuan alat promosi dan juga sebagai penanda suatu umkm, selain itu untuk membangun identitas yang kuat untuk UMKM girisuko.
- Perancangan Berupa**, perancangan akan berupa cetak banner fisik dan juga soft file CDR, PNG, JPG
- Material**, bahan banner flexy ukuran 1,5 meter
- Referensi Perancangan (isi sendiri)**



ardill__

I. Tinjauan Pustaka

Pengembangan desa wisata dapat membawa dampak positif bagi masyarakat yaitu membuka peluang lapangan pekerjaan baru, menggerakkan roda ekonomi, meningkatkan kelestarian alam dan budaya desa (A'inun, Krisnani, dan Darwis, 2015). penelitian telah dilakukan terkait pengembangan desa wisata, dengan menyoroti berbagai aspek seperti potensi sumber daya lokal, keterlibatan masyarakat, pengelolaan destinasi, serta dampak ekonominya. Pembangunan dan pengembangan pariwisata secara langsung melibatkan masyarakat, sehingga memberikan berbagai dampak, baik positif maupun negatif, bagi komunitas setempat. Bagi masyarakat, pengembangan pariwisata berpotensi memberikan manfaat besar dalam aspek ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan. Namun, pengelolaan yang kurang tepat seringkali justru membawa kerugian bagi masyarakat lokal (I. Pitana, 2009).

J. Referensi Perancangan

1. Desa Pacarejo

Kelurahan Pacarejo memiliki luas wilayah ± 3693.1810 ha yang terdiri dari 28 Padukuhan, terletak di sebelah Tenggara Kota Wonosari (Ibu kota Kabupaten Gunungkidul) Jarak antara pusat pemerintahan Kelurahan Pacarejo dengan Kota Wonosari ± 7 km. Desa Pacarejo merupakan wilayah desa paling barat di Kecamatan Semanu. Terletak sekitar 5 km dari Ibukota Kecamatan Semanu atau 5 km dari Ibukota Kabupaten Gunungkidul (Wonosari). Di Desa Pacarejo terdiri dari 27 Pedukuhan. h Desa Wisata Pacarejo, desa wisata ini juga sering disebut desa wisata Kalisuci. Desa wisata tersebut telah berada pada kategori desa wisata maju dari Kemenparekraf (Jadesta, 2023). Desa wisata maju dapat diartikan sebagai desa wisata yang masyarakatnya telah sadar akan potensi pariwisata dan mengembangkannya dengan mengelola dan menawarkan kepada wisatawan.



Kalisuci merupakan kawasan karst yang banyak gua dan berada di Desa Pacarejo, Kecamatan Semanu, Gunungkidul. Dari Wonosari, jaraknya hanya 20 menit saja dengan kendaraan bermotor. Alasan traveler datang ke Kalisuci adalah karena tempat ini menantang nyali. Desa Wisata Kalisuci adalah desa wisata kategori maju yang masuk wilayah Kecamatan Semanu, Kabupaten Gunungkidul. Obyek wisata andalan yang populer di desa ini adalah Goa Jomblang. Goa Jomblang adalah goa vertikal yang terbentuk akibat amblesnya tanah beserta vegetasi di atasnya ke dasar bumi ribuan tahun lalu. Runtuhan tersebut membentuk sumur (sinkhole), atau dalam bahasa Jawa dikenal dengan istilah luweng. Untuk desa Kalisuci sendiri memiliki beberapa paket wisata yaitu kalisuci cave tubing, outbound, dan juga ray of light. memiliki fasilitas sebagai berikut Areal Parkir, Balai Pertemuan, Jungle Tracking, Kamar Mandi Umum, Kios Souvenir, Kuliner, Musholla, Outbound, Selfie Area, Spot Foto, Tempat makan, dan Wifi Area.



BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Visual Media sosial

❖ **Pattern Gunung**, yang diambil dari batik motif cap khas Girisuko



❖ Font Media Sosial

- **Bodoni Mooda** sebagai headline sub headline
- **League Spartan** sebagai body copy



- **Tone manner**, segar, rapi, bersih, funny

B. Konsep Perancangan Desain Media Cetak

1. call to action

- ❖ menawarkan view yang menarik seperti sunrise dan sunset
- ❖ menawarkan tempat untuk berkegiatan
- ❖ menawarkan edukasi dan Sejarah
- ❖ menyediakan spot foto

2. Audience Insight

- memberikan tempat untuk healing, bersenang-senang dengan keluarga mengabadikan momen indah.

3. Trend Insight

- ❖ Menawarkan tempat untuk berkegiatan di tempat wisata
- ❖ Menawarkan view dengan harga terjangkau
- ❖ Menawarkan Paket Wisata keluarga dan tour wisata

4. Key Visual

○ Konsep

- ❖ Minimalis dan Modern

○ Elemen Desain

- ❖ Grafis mendukung sesuai dengan Gaya Desain
- ❖ Tipografi
- ❖ Foto view Tempat wisata dan potensi desa lainnya

Color Palet

- Color Palet warna yang digunakan merupakan warna yang sudah ada pada logo desa wisata Girisuko



Font 59595B 4DC0AE 95CE92 F1BB38 FCD94A

- ❖ **Candara Bold** sebagai headline sub headline

- ❖ **Book Antiqua** sebagai body copy



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀ
OPQRSTUVWXYZÀ
ÅÉÎÕabcdefghijklmn
opqrstuvwxyzàåéîõø
&1234567890(\$£€.,!?)

A. Konsep Verbal

1. Logo

Konsep logo menggunakan konsep logo lama karena arahan dari bu carik untuk merubah sedikit konsep dari logo lama, siluet dari salah satu budaya di girisuko yaitu Jathilan dengan menggabungkan beberapa elemen seperti gunung, matahari. daun pohon jati dan pertanian. Secara keseluruhan untuk menunjukkan bagian penting dari pengalaman di Girisuko. Daun adalah simbol kehidupan dan pertumbuhan. Bentuk lahan pertanian yang berbentuk daun simbol pertumbuhan dalam pertanian menciptakan symbol komitmen Masyarakat terhadap tujuan bersama, bahwa bersama-sama mereka mampu mencapai hal-hal besar. Bulatan yang melingkari beberapa komponen bentuk logo mengartikan melingkup semua aspek di desa, bentuk gunung yang diambil dari kata GIRI, perbukitan di bawah gunung mengartikan padukuhan karena setiap padukuhan bertempat di perbukitan, Bentuk matahari yang bersinar mengartikan desa yang bangkit dari pandemi.

Logo desa preneur untuk mewakili UMKM juga dibuat dengan aspek yang mencakup kebutuhan UMKM, gambar tas belanja melambangkan perjalanan, kemandirian dan produktivitas, daun simbol pertumbuhan, gunung dan perbukitan mencerminkan kestabilan dan kekuatan. Slogan “Dari Desa Untuk Dunia” menguatkan pesan bahwa ide, karya dan potensi dari desa mampu memberikan dampak global.

2. Peta

Pada peta dibuat konsep natural dengan diberinya warna hijau tosca yang cerah agar terlihat lebih cerah dan nyaman dibaca karena warna hijau yang tampak menyejukan, selain itu diberi warna hijau tosca karena lingkungan yang cenderung berwarna hangat atau dominan berwarna coklat dan kuning. Desain dibuat flat agar lebih terlihat bersih dan mudah dipahami saat pertama kali dilihat oleh pengunjung.

3. Brosur

Dominasi warna hijau tosca yang menggambarkan keasrian Desa Wisata Girisuko. Lalu, menggunakan typeface Book Antiqua dan Candara yang memberikan kesan bersih dan ringan, sesuai dengan pendekatan minimalis dan kontemporer.

4. Sign System

system dibuat dengan menggunakan bahan kayu, pada desain akan dibuat siluet tempat yang akan ditunjuk oleh sign system, seperti petunjuk toilet wanita dan pria, bagian foodcourt yang akan ditandai oleh sendok dan garpu, serta mushola yang akan ditunjuk dengan bentuk kubah.

5. Infografis

Dominasi warna hijau toska yang menggambarkan keasrian Desa Wisata Girisuko. Lalu, menggunakan typeface Book Antiqua dan Candara yang memberikan kesan bersih dan ringan, sesuai dengan pendekatan minimalis dan kontemporer.

6. Video Profile

video profil ini akan menunjukkan kegiatan bertani masyarakat desa Girisuko yang dimana merupakan mata pencaharian utama di Girisuko, selain itu akan ada shoot yang menunjukkan para pengrajin di desa Girisuko dan ada akan dimasukan beberapa kebudayaan dan juga salah satu makanan khas desa girisuko yaitu pembuatan gula semut. yang paling utamanya adalah adanya shoot pemandangan asri dan indah dari desa Girisuko yang diambil di beberapa tempat wisata seperti Watu Payung, Stone Park, dan Bukit Roso Wulan. Pada video akan diisi voice over yang berupa narasi cerita keindahan dan keasrian desa Girisuko.

7. Katalog

Katalog dengan tema natural dan minimalis dirancang untuk menampilkan keindahan alam desa wisata secara sederhana namun elegan, sehingga pembaca langsung terhubung dengan suasana alami yang ingin disampaikan. katalog akan didominasi oleh warna hijau dengan bentuk bentuk yang sederhana, topik yang diangkat berupa Tentang Desa destinasi Utama, aktivitas Wisata, akomodasi, Kuliner dan peta Lokasi.

8. Buku Profil

Buku profil desa wisata dengan tema natural dan minimalis dirancang untuk mencerminkan karakter dan potensi desa secara sederhana namun estetik, menonjolkan keindahan alam dan budaya lokal. Informasi disajikan secara ringkas dan menarik, dengan dominasi warna natural seperti hijau, coklat, atau biru, berpadu dengan latar putih untuk kesan bersih. Struktur buku ditata rapi dengan subjudul dan nomor halaman yang jelas. Tata letaknya simetris, didukung margin lebar untuk memberikan kesan lapang, sementara foto-foto besar menjadi elemen utama pada setiap halaman. Buku ini dirancang untuk memberikan pengalaman membaca yang informatif dan estetik, memperkuat citra desa wisata sebagai destinasi harmonis yang layak dikunjungi.

9. Merchandise

Merchandise akan dibuat sesuai dengan ciri khas tempat wisata yang ada di desa Girisuko, seperti icon yang terkenal pada destinasi wisata seperti patung Roso Wulan dan juga tujuh bidadari yang ada di Watu Payung, merchandise akan diaplikasikan ke dalam beberapa bentuk seperti kaos, tote bag, ganci, stiker dan juga pin

10. Banner dan Label UMKM

Banner UMKM bertema natural dan minimalis harus menyampaikan pesan yang jelas, singkat, dan menarik perhatian, sekaligus mencerminkan keunikan produk lokal dan keindahan alam desa. Bahasa yang digunakan ramah, komunikatif, dan berfokus pada keunggulan produk atau layanan. Ramah dan positif serta memiliki sentuhan lokal untuk mencerminkan karakter desa.

5. Feed Instagram

Feed Instagram desa wisata dengan tema natural dan minimalis harus menyampaikan keindahan alam, budaya, dan potensi desa secara sederhana namun estetik. Pesan yang disampaikan harus singkat, menarik, dan relevan untuk membangun daya tarik visual sekaligus engagement dengan audiens. Ramah dan komunikatif, mencerminkan keramahan masyarakat desa, feed Instagram desa wisata akan dibuat membangun citra yang alami, menarik, dan mudah diingat, sekaligus menginspirasi audiens untuk berkunjung.

6. Poster

Poster iklan desa wisata bertema natural dan minimalis harus menyampaikan daya tarik utama desa secara singkat, jelas, dan estetik. Pesan verbal difokuskan pada keindahan alam, keunikan budaya, dan pengalaman yang ditawarkan, dikemas dalam bahasa yang ramah dan inspiratif. Ramah dan Inspiratif menggunakan nada yang memikat tanpa terasa berlebihan, singkat dan to the point hindari terlalu banyak teks agar sesuai dengan konsep minimalis, visual friendly kalimat mudah dibaca, menggunakan font sederhana namun elegan.

B. Konsep Visual

1. Logo

Logo Desa Wisata : Lingkaran yang melingkupi beberapa aspek di desa dari mulai budaya, pertanian, serta aspek kelestarian yang lain.

Logo Desa Preneur : Bentuk tas belanja yang melingkup aspek berkembangnya UMKM desa.

2. Peta

Desain peta ini didominasi warna hijau toska yang menggambarkan keasrian Desa Girisuko. Pada peta ini juga terdapat beberapa aset visual untuk menggambarkan destinasi wisata di Desa Girisuko yang diberi warna putih agar kontras dengan background. Lalu pada judul menggunakan font Candara yang memberikan kesan bersih dan minimalis.

3. Brosur

Dominasi warna hijau toska yang menggambarkan keasrian Desa Wisata Girisuko. Lalu, menggunakan typeface Book Antiqua dan Candara yang memberikan kesan bersih dan ringan, sesuai dengan pendekatan minimalis dan kontemporer, serta input fotografi agar bisa memberi visual kepada pembaca.

4. Sign System

Pada desain sign system ini terdapat 2 opsi warna yaitu coklat dan hijau yang menggambarkan keasrian Desa Girisuko. menggunakan ikon universal yang menggambarkan fasilitas (toilet, parkir, mushola, dan kantin). Ikon dibuat sederhana agar sesuai dengan tema minimalis.

5. Infografis

Dominasi warna hijau toska yang menggambarkan keasrian Desa Wisata Girisuko. Lalu, menggunakan typeface Book Antiqua dan Candara yang memberikan kesan bersih dan ringan, sesuai dengan pendekatan minimalis dan kontemporer. Serta memberikan fotografi untuk memberikan visual untuk pembaca serta memberikan aset-aset icon infografis

6. Video Profile

Video profil Desa Wisata Girisuko akan menampilkan harmoni keindahan alam, budaya, dan keramahan masyarakatnya dalam sebuah perjalanan visual yang memikat. Dimulai dengan panorama alam seperti bukit, sawah, dan matahari terbit, video ini mengalir ke kehidupan masyarakat lokal dengan aktivitas tradisional seperti seni tari, wayang, dan upacara adat. Wisatawan diajak merasakan serunya eksplorasi alam, seperti trekking, camping, sambil mencicipi kuliner khas dan menyaksikan proses pembuatan kerajinan lokal. Dengan alunan musik tradisional Jawa dan suasana penuh kehangatan, video ini mengundang penonton untuk merasakan sendiri pengalaman unik di Girisuko, sebuah desa di mana keindahan alam dan kekayaan budaya berpadu sempurna.

7. Katalog

Katalog ini menggunakan warna yang netral yaitu putih dan diberi elemen hijau digunakan untuk menambah kesan minimalis. Warna hijau toska yang menggambarkan keasrian dari desa Girisuko, dan juga memberikan ruang kosong yang cukup untuk menonjolkan objek yang akan ditonjolkan. akan diberikan objek foto dengan kualitas tinggi dan juga teks yang singkat agar lebih informatif.

8. Buku Profil

Buku profil menggunakan warna netral yaitu putih dan diberi elemen hijau digunakan untuk menambah kesan minimalis. buku ini menjelaskan tentang desa girisuko dengan menggunakan font modern (Book Antiqua dan Candara). Tata letak simetris dan rapi

9. Merchandise

Merchandise akan dibuat dengan konsep ilustrasi, ilustrasi menggunakan gaya ilustrasi Flat agar lebih mudah dipahami dan lebih sederhana. Selain itu, digunakan juga warna-warna cerah agar lebih menarik perhatian audien.

10. Banner & label UMKM

Redesign label dengan menyesuaikan label lama dan banner sesuai request dari pemilik umkm

11. Konten Instagram

Konsep grafis dari feed Instagram ini dapat dirancang sebagai "perpaduan eksplorasi keindahan lokal dengan gaya visual modern yang edukatif". Desainnya memanfaatkan warna-warna cerah dan ilustrasi sederhana untuk mencerminkan pesona alam, didukung oleh tipografi bold yang menonjolkan pesan utama. Setiap unggahan menampilkan destinasi wisata dengan latar belakang foto alam yang memikat, dipadukan dengan overlay transparan untuk teks yang informatif, menciptakan kesan profesional sekaligus bersahabat bagi audiens.

12. Poster desa wisata Girisuko

Poster ini mengusung desain modern bertema alam dengan gaya flat design yang sederhana namun menarik. Warna hijau segar dipadukan dengan elemen putih menciptakan kesan bersih dan terang. Header menampilkan font santai untuk "Rekomendasi" dan font tebal untuk "WISATA DESA GIRISUKO," menonjolkan informasi utama. Foto-foto destinasi disusun asimetris dalam gaya polaroid, menciptakan visual yang dinamis dan kreatif. Latar belakang buram menjaga fokus pada konten utama, sementara deskripsi singkat dengan bahasa ramah dilengkapi informasi tambahan seperti media sosial. Poster ini dirancang untuk mempromosikan Desa Girisuko dengan cara yang modern, informatif, dan menarik bagi wisatawan.

c. Rough Desain & Alternatif

1. Logo

Logo Desa Wisata



Logo Desa Preneur

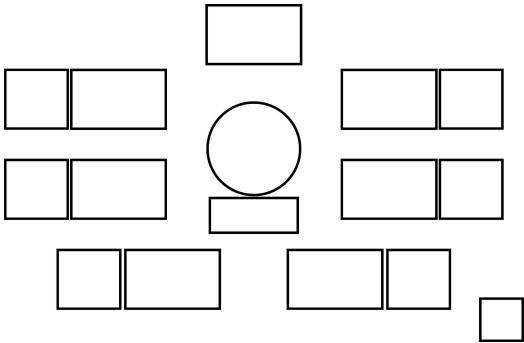
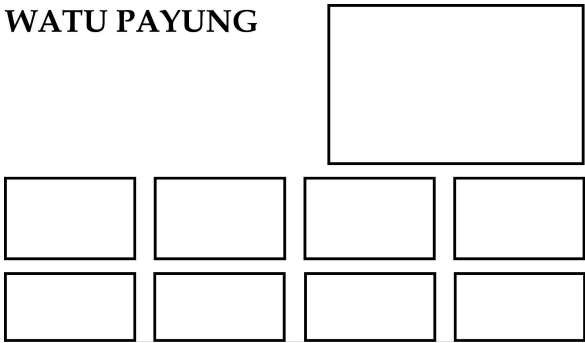


2. Peta

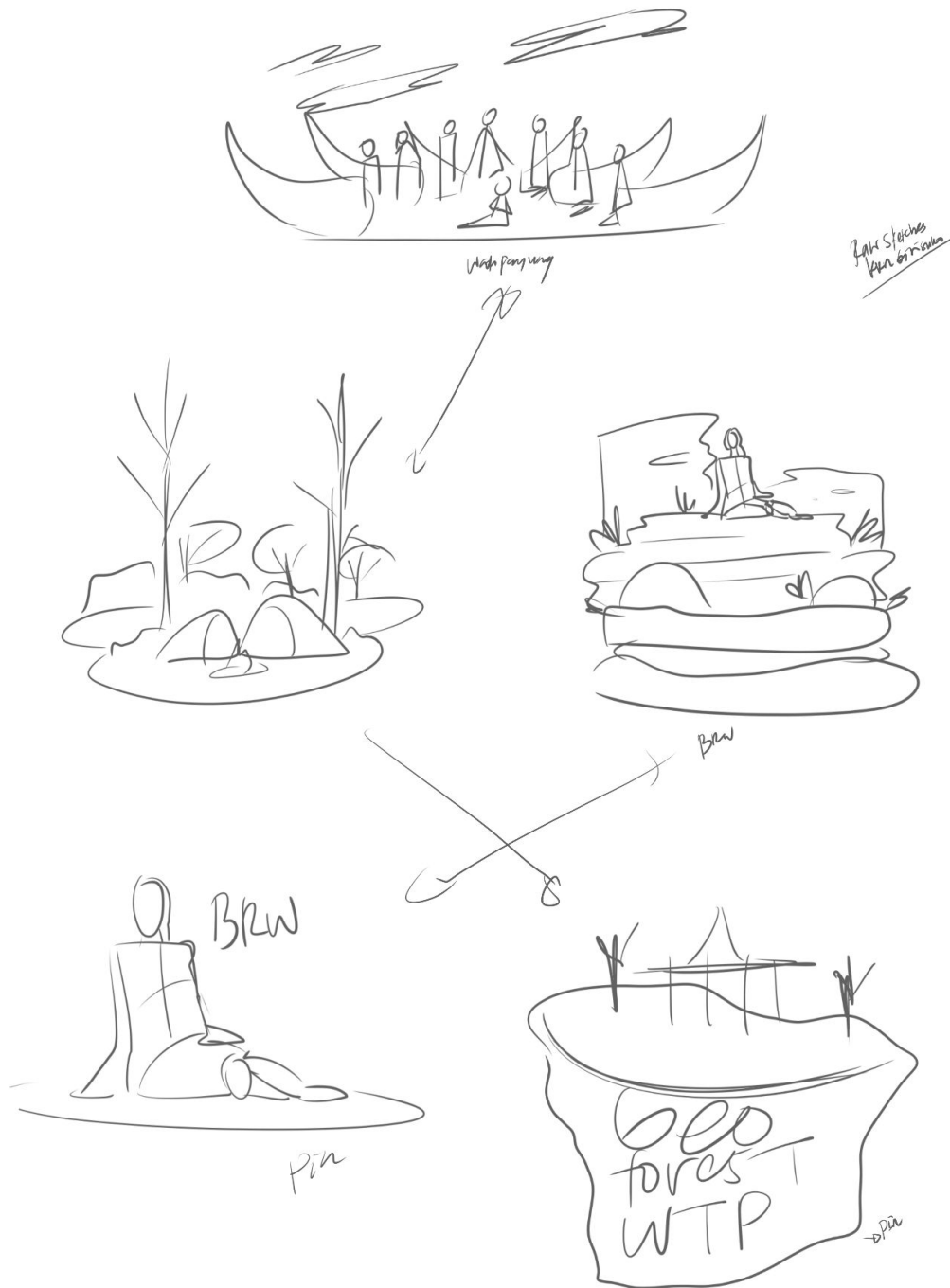


3. Infografis

WATU PAYUNG



4. Merchandise



d. Material Yang Digunakan

Seluruh material branding merupakan media cetak, kecuali Logo, Video profile, dan sign system yang menggunakan master plan. Material yang digunakan pada peta, poster dan infografis menggunakan kertas A3 menggunakan bahan art paper, Brosur A4 art paper, Buku Profile A4 (Tulis Bahan), dan Katalog B5 (Tulis Bahan).

BAB IV

HASIL PERANCANGAN

A. Pembagian Tugas

1. Celsiana Rianita >>> Merchandise
2. M. Rusli Yahya>>> Buku Profil
3. M. Khakim Elang .P >>> Desain Logo & Brand Guide
4. Natasya Dwi Pangastuti >>> Sign System, Peta & Banner UMKM
5. Putri Aqilatul Azizah >>> Video Profil & Media Sosial
6. Ratih Yulia Sari >>> Buku Katalog & Poster
7. Satrio Wahyu Whidayat >>> Infografis, Brosur & Label UMKM

B. Final Desain & Pengampikasian Design

1. 11211059_M. Khakim Elang .P >>> Logo

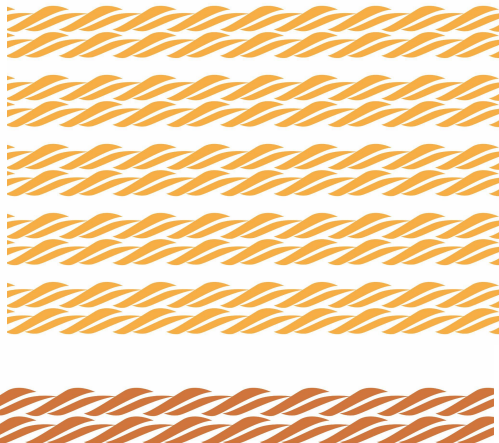


(Gambar 1: Logo desa wisata)



(Gambar 2: Logo desa preneur)

2. 11211059_M. Khakim Elang .P >>> Supergrafis

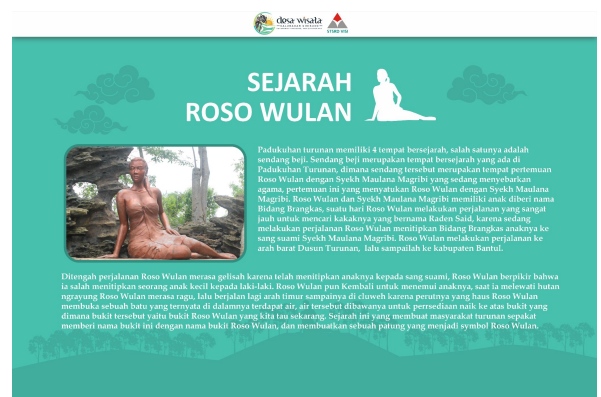


(Gambar 1: Supergrafis desa wisata)



(Gambar 2: Supergrafis desa preneur)

3. 11211073_Satrio Wahyu .W >>> Infografis



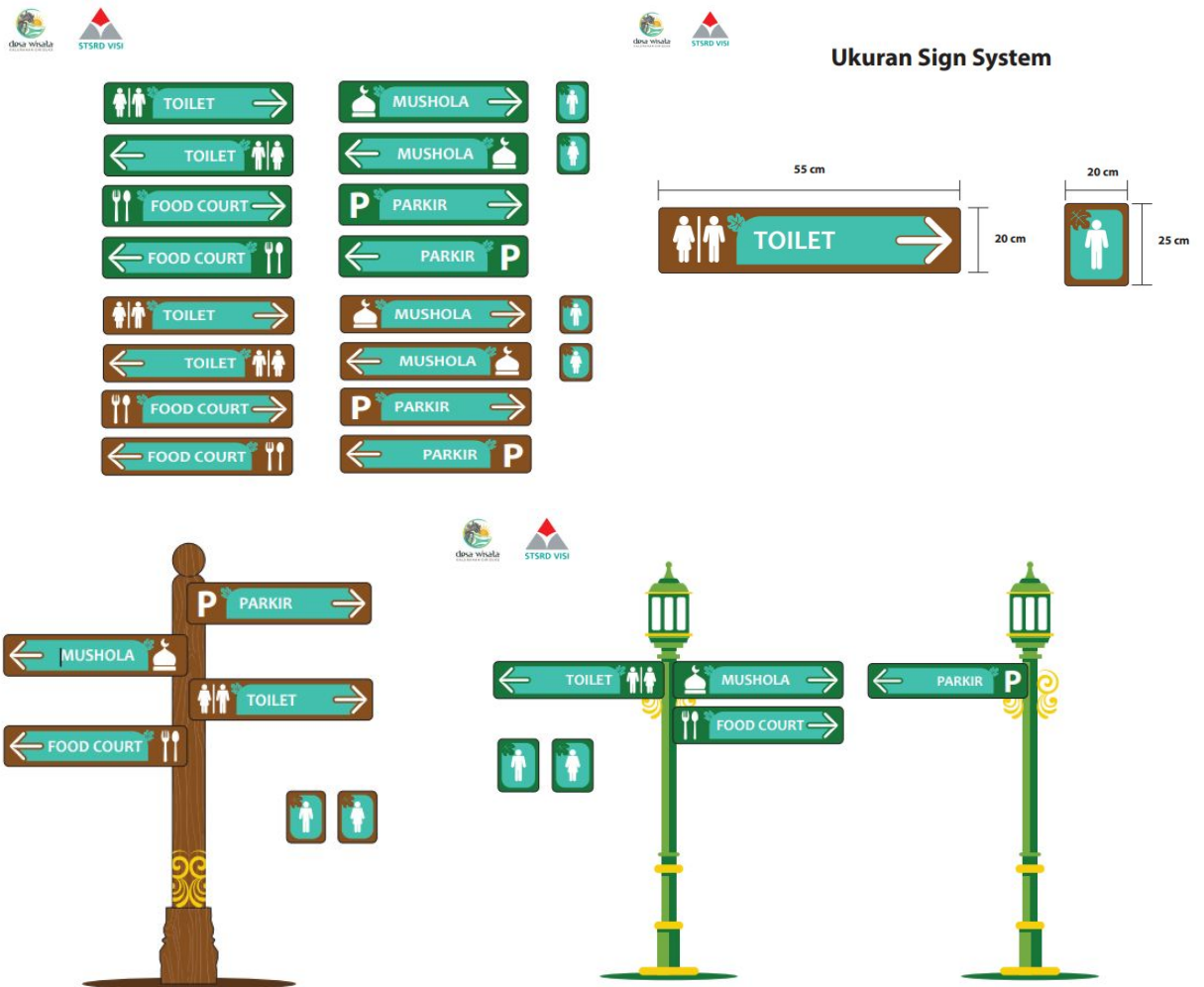
4. 11211073_Satrio Wahyu .W >>> Label Umkm



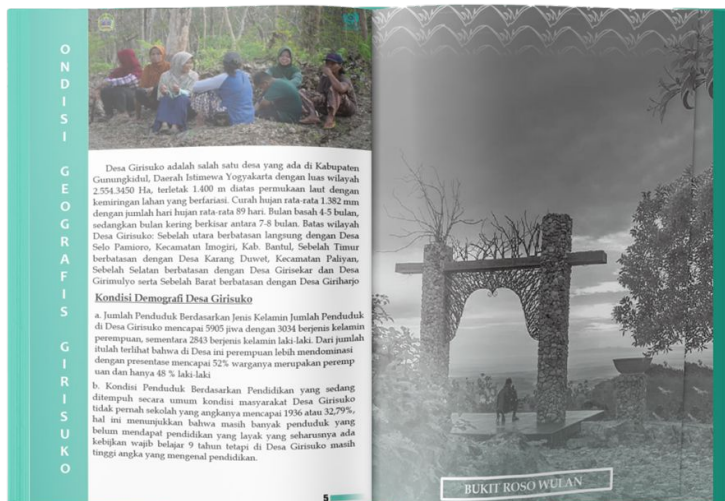
5. 11211066_Natasya Dwi P >>> Banner



6. 11211066_Natasya Dwi P >>> Sign System



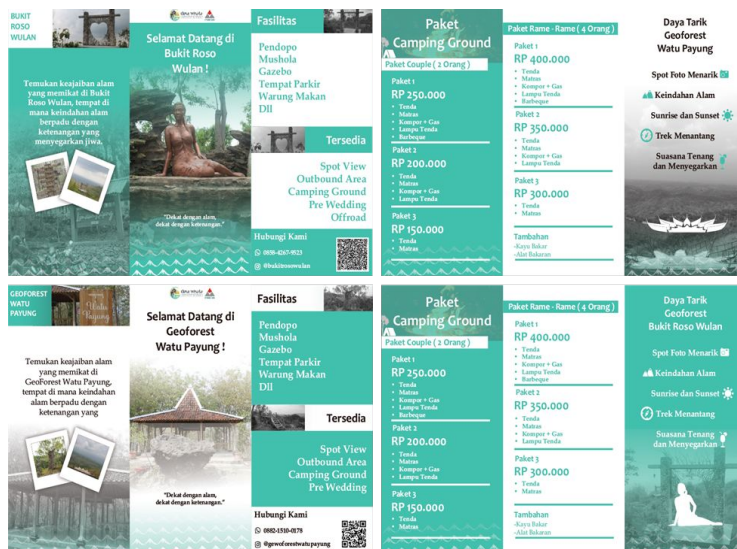
7. 11211063_M. Rusli Yahya >>> Buku Profil



8. 11211070_Ratih Yulia Sari >>> Buku Katalog



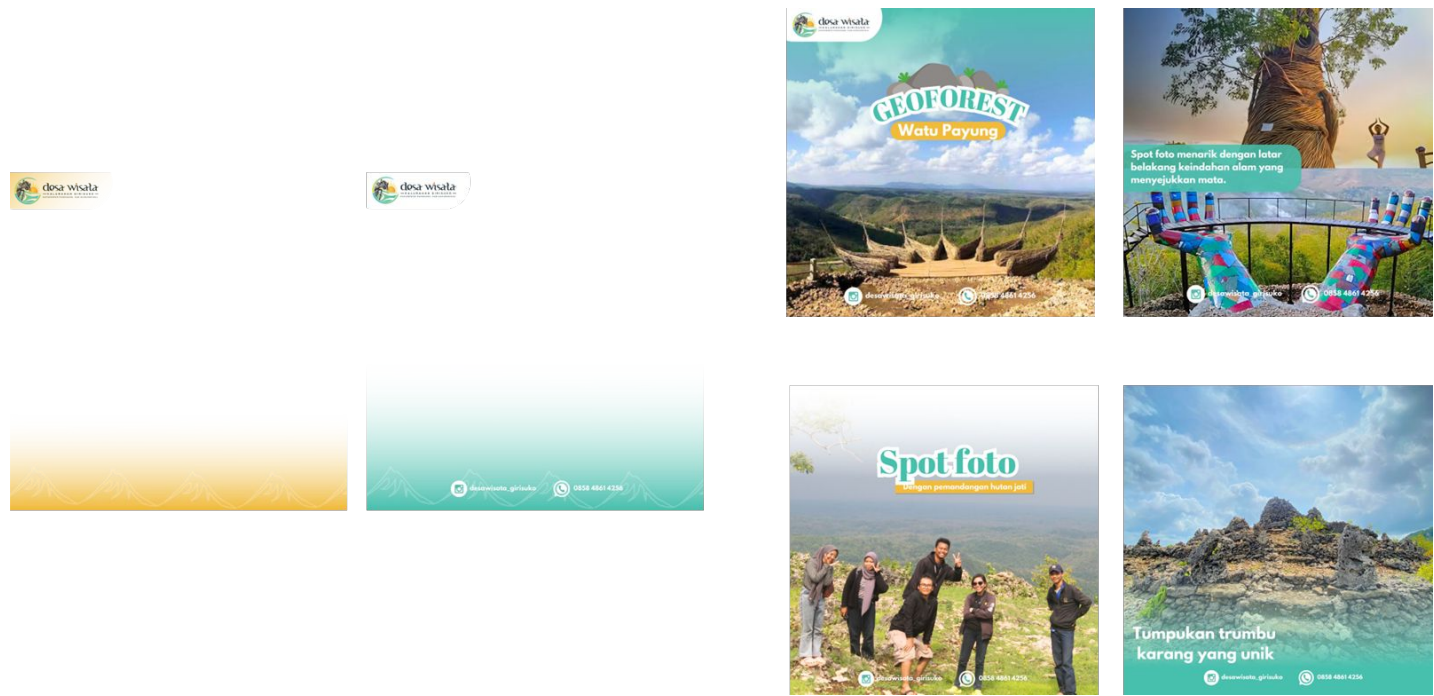
9. 11211073_Satrio Wahyu .W >>> Brosur



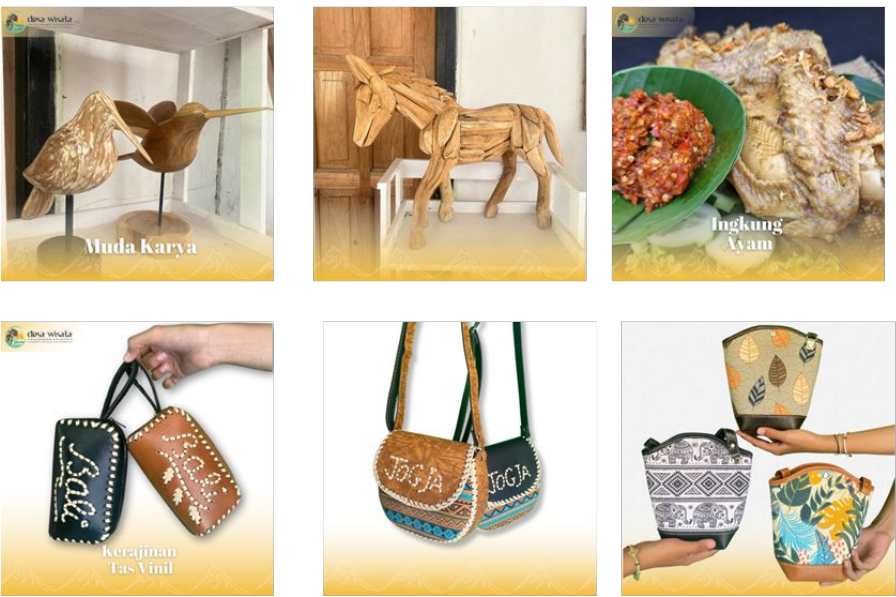
10. 11211021 Celsiana Rianita >>> Merchandise



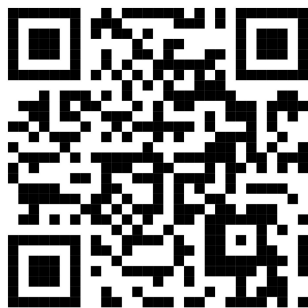
11. 11211069_Putri Aqilatul Azizah >>> Feed instagram



12. 11211069_Putri Aqilatul Azizah >>> Feed Instagram Desa Preneur



13. 11211069_Putri Aqilatul Azizah >>> Reels Desa Wisata



link Instagram Desa wisata

14. 11211069_Putri Aqilatul Azizah >>> Reels Desa Preneur



link Instagram Desa Pleaner

15. 11211069_Putri Aqilatul Azizah >>> Video Profil



link Video Profil

16. 11211070_Ratih Yulia Sari >>> Poster



17. 11211066_Natasya Dwi P >>> Peta



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil perancangan kami menunjukkan bahwa Desa Wisata Girisuko, yang merupakan salah satu desa gateway ke Daerah Istimewa Yogyakarta, memiliki banyak potensi untuk menjadi tempat wisata edukasi, keluarga, alam, dan kuliner. Namun, kami menemukan bahwa untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan upaya promosi yang lebih baik melalui berbagai media. Penggunaan media sosial dapat menjadi cara yang bagus untuk menjangkau audiens yang lebih besar, dan sistem komunikasi yang baik dapat membantu wisatawan mengetahui berbagai kegiatan di Desa Wisata Girisuko. Selain itu, daya tarik desa dapat ditingkatkan dengan menggunakan peta yang jelas, profil yang menarik, infografis yang menarik, reels instagram dan video promosi. Desa Wisata Girisuko dapat menciptakan identitas yang kuat dan menarik dengan menggabungkan elemen-elemen ini. Ini akan membuatnya lebih menarik bagi wisatawan baru. Upaya promosi yang terorganisir dan inovatif ini diharapkan dapat menarik perhatian yang lebih besar dan menarik lebih banyak pengunjung ke Desa Wisata Girisuko. Pada akhirnya, ini akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan desa.

B. Saran

Mengembangkan dan menyebarkan Desa Wisata Girisuko membutuhkan partisipasi aktif warga setempat. Melibatkan warga setempat dalam promosi dan pemasaran desa wisata dapat meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisata serta menciptakan peluang ekonomi lokal, seperti penjualan produk lokal, penyediaan jasa wisata, dan pelibatan dalam kegiatan budaya. Selain itu, keterlibatan mereka dapat menciptakan peluang ekonomi lokal. Oleh karena itu, kerja sama antara warga setempat dan pihak terkait dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan untuk kemajuan Desa Wisata Girisuko, memastikan bahwa keberlanjutan dan kelestarian menjadi prioritas utama dalam manajemen destinasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Wardiyanta, W., Rahmayanti, I., Pangastutti, P. M., Hidayat, M. S., & Adhila, F. (2024). DESTINASI PARIWISATA KEBUGARAN: MODEL PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT. *Media Bina Ilmiah*, 19(1), 3627-3640.
- Amilia, W., Rokhani, R., Prasetya, R. C., & Suryadharma, B. (2020). Pembangunan Desa Wisata Gadingan dan Kebutuhan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Pendekatan Community Based Tourism. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 93-102.

LAMPIRAN

Foto Dokumentasi peserta yang hadir



LAMPIRAN



LAMPIRAN

- Adapun instrumen pendukung berupa, foto dokumentasi penyerahan hasil perancangan

Foto Penyerahan Karya Desain

Selanjutnya berikut adalah foto hasil dokumentasi dari pelaksanaan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Girisuko:



Gambar 1. Penyerahan hasil perancangan desain Desa Wisata Girisuko di Kelurahan Girisuko Kab. Gunungkidul beserta Perangkat Lurah

- Laporan Keuangan

Total Anggaran Biaya Perancangan

No.	Jenis Pengeluaran	Biaya yang Diusulkan
1.	Sewa kamera	500.000,-
2.	Transportasi	500.000,-
3.	Cetak penyerahan karya	3.500.000,-
	Total Anggaran	4.500.000,-

- Catatan harian

Jadwal Kegiatan Pengabdian

No.	WAKTU KEGIATAN	Tahun 2025			
		3	4	5	6
1.	Pengumpulan Data				
	<i>15 Maret 2025 :</i> Melakukan Chat WA dengan pengurus Desa Wisata Girisuko untuk mengadakan pertemuan guna pengajuan sebagai mitra pengabdian masyarakat semester genap tahun 2024/2025.				

	<i>23 Maret 2025 :</i> Melakukan pertemuan terkait pembahasan kerjasama pengabdian masyarakat di Desa Wisata Girisuko serta melakukan observasi tempat untuk mengetahui ragam potensi yang dimiliki dan yang akan diangkat nantinya dalam proses desain				
2.	Pengolahan Data				
	<i>13 April 2025</i> Melakukan pengambilan gambar foto terkait potensi yang dimiliki, wawancara, penggalian data, kunjungan ke beberapa tempat potensi wisata yang ada di Desa Wisata Girisuko. Maret – Juni 2025 - Melakukan pengolahan data tahap 1, pengumpulan file foto dan pemilihan untuk dipakai saat proses editing foto, desain, dan perancangan lainnya. - Melakukan pengolahan data tahap 2, dengan menyelesaikan proses perancangan dan sinkronisasi hasil perancangan - Penyelesaian hasil perancangan serta menerukan untuk konfirmasi hasil perancangan lewat Chat WA dengan pengurus hasil yang sudah dibuat.				
3.	Evaluasi				
	<i>15 Mei 2024</i> Melakukan penyelesaian perancangan desain, setelah melakukan perbaikan terhadap hasil masukan dan tambahan dari pengelola terkait rancangan sebelumnya yang akan digunakan.				
4.	Penulisan Laporan				
	<i>10 Juni 2025</i> Memasukkan ke percetakan hasil perancangan desain sebelum dilakukan penyerahan karya perancangan <i>15 Juni 2025</i> Melakukan pertemuan kembali dengan pengelola di Desa Wisata Giripurwo untuk dilakukan penyerahan hasil perancangan desain agar dapat dipergunakan sebagai bahan promosi destinasi wisata. <i>20 Juni 2025</i> Berakhirnya pengabdian kepada masyarakat maka Langkah selanjutnya ialah melakukan penulisan laporan akhir pengabdian kepada masyarakat semester genap tahun akademik 2024/2025.				

Peta Lokasi

Gebang, Girisuko, Kec. Panggang, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55872

