

Laporan Akhir
Pengabdian Kepada Masyarakat



Perancangan Branding Desa Wisata Mertelu

Pengusul:

Ketua:

Derena Martha Yohanda, M. Ds
0527129701

Anggota :

Farizul Haq	11221020
Rizky Aditya	11221052
Muhammad Farhan	11221039
Elizabeth Chiefabel	11221016
Thionie Liora W	11221058

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
YOGYAKARTA
(Januari - 2026)

HALAMAN PENGESAHAN
PENGABDIAN MASYARAKAT

Judul : Perancangan Branding Desa Wisata Mertelu

Ketua Pengusul

- a. Nama : Derena Martha Yohanda, M. Ds.
- b. NIDN : 0527129701.
- c. Jabatan Fungsional : AA (Asisten Ahli).
- d. Program Studi : Desain Komunikasi Visual.
- e. Nomor HP : 0813-2690-9761
- f. Alamat Surel : derenadosen@gmail.com

Anggota Tim Perancang:

- 1. Farizul Haq 11221020
- 2. Rizky Aditya 11221052
- 3. Muhammad Farhan 11221039
- 4. Elizabeth Chiefabel 11221016
- 5. Thionie Liora W 11221058

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia

Institusi Mitra

- a. Nama : Desa Wisata Mertelu, Gunungkidul, DIY.
- b. Alamat : Kalurahan Desa Wisata Mertelu, Gunungkidul, DIY.
- c. Penanggung jawab : Derena Martha Yohanda, M. Ds
- d. Jangka waktu PKM : 1 Semester
- e. Biaya kegiatan PKM : Rp. 5.000.000
- f. Biaya luaran tambahan : -

Mengetahui
Ketua STSRD VISI


Wahyu Tri Widadijo, M. Sn
NIK. 98093052

Yogyakarta, 10 Januari 2026
Ketua Pelaksana


Derena Martha Yohanda, M. Ds
NIDN. 0527129701

Menyetujui,
Ketua LPPM STSRD VISI


R. Hadapinigrani Kusumohendarto, M. Ds
NIP. 16083120

DAFTAR ISI

Cover.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
PENGABDIAN MASYARAKAT.....	2
DAFTAR ISI.....	3
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I. Latar Belakang Permasalahan.....	1
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	2
2.1 Desa Wisata.....	2
2.2 Branding.....	2
BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	3
3.1 Tujuan Penelitian.....	3
3.2 Manfaat Penelitian.....	3
BAB IV. METODE PELAKSANAAN.....	4
4.1. Strategi Pelaksanaan.....	4
4.2. Jadwal Kegiatan Pengabdian.....	4
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	6
3.1 Hasil.....	6
3.2 Pembahasan.....	9
BAB VI. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA.....	10
6.1 Rencana Tahapan Berikutnya.....	10
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN.....	11
7.1 Kesimpulan.....	11
7.2 Saran.....	11
DAFTAR PUSTAKA.....	12
LAMPIRAN.....	13

BAB I

PENDAHULUAN

I. Latar Belakang Permasalahan

Kabupaten Gunungkidul memiliki potensi yang besar terutama pada ekonomi berbasis edukasi dan pariwisata. Seperti keberagaman alam, budaya masyarakat lokal, dan aktivitas masyarakat dapat menjadi modal utama dalam pengembangan desa wisata. Desa Mertelu menjadi salah satu wilayah yang turut berkontribusi terhadap potensi tersebut. Desa Mertelu dikenal dengan geografis perbukitan yang kuat diikuti panorama alam yang khas, sehingga berpotensi dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis alam dan budaya. Memiliki luas wilayah sekitar 973,81 hektar, memiliki 10 wilayah padukuhan, menghadirkan hamparan panorama alam yang luas dan menjadi daya tarik utama bagi pengembangan sektor pariwisata desa. Selain potensi alam, Desa Mertelu juga menyimpan berbagai peluang pengembangan seperti di bidang budaya dan aktivitas masyarakat, yang dapat mendukung meningkatnya perekonomian lokal serta kesejahteraan masyarakat desa di masa mendatang.

Di Desa Mertelu Terdapat tiga destinasi wisata utama di yang berpotensi meningkatkan sektor pariwisata, yaitu Green Village Gedangsari, Bukit Pangok Sokadrono, dan Curug Yohnan. Namun meskipun memiliki potensi yang besar, pengelolaan dan promosi ketiga destinasi tersebut masih belum optimal. Beberapa objek wisata berbasis alam dan budaya terlihat kurang berkembang, belum terawat secara maksimal, akses menuju lokasi yang sulit ditemukan serta belum memiliki identitas visual dan branding yang kuat. Suatu kondisi ini diperlukannya pemerataan pengembangan destinasi serta dukungan media promosi yang terencana dan terintegrasi. Oleh karena itu, perancangan desain grafis dan konsep branding desa wisata menjadi langkah strategis untuk mendukung pengembangan Desa Mertelu. Dengan menggunakan media promosi visual seperti desain grafis, brosur, baju, video profil desa, serta perancangan ikon atau maskot desa, diharapkan branding destinasi wisata Mertelu dapat tersampaikan dengan jelas, menarik, dan mudah diakses oleh masyarakat luas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desa Wisata

Menurut Kemenparekraf (2024) Desa wisata adalah jantung kehidupan masyarakat yang terhubung di setiap zamannya. Dengan menciptakan destinasi wisata yang istimewa dan berkelanjutan, kita sama saja melestarikannya alam dan budaya secara jangka panjang.

Pengembangan desa wisata merupakan suatu upaya dimana menempatkan suatu kawasan pedesaan sebagai desa wisata dengan memanfaatkan potensi alam sekitar, budaya, dan aktivitas masyarakat lokal. Menurut Purwanggono (2009), desa wisata merupakan sebuah objek alternatif dalam kepariwisataan di mana lingkungan masyarakat di pedesaan yang lingkungan alamnya serta budaya lokalnya menjadi daya tarik utama yang dikelola secara terencana oleh komunitas desa. Proses tersebut melibatkan masyarakat yang sadar akan potensi lokal agar desa wisata dapat dimanfaatkan dan berdampak langsung kepada warga desa.

Pengembangan desa tidak hanya mengoptimalkan daya tarik alam atau budaya semata, tetapi melibatkan peran masyarakat lokal dalam pengelolaan fasilitas dan pemasaran. Budhi et al (2020) dalam penelitiannya, faktor penentu dalam keberhasilan desa wisata dapat terjadi jika kesiapan sumber daya manusia, keterlibatan aktif warga desa serta memahami strategi untuk menyelesaikan hambatan dalam mengelola potensi desa mereka. Selain aspek internal desa wisata dipengaruhi faktor eksternal seperti tren wisata serta pemanfaatan teknologi sebagai media promosi. Desa wisata dengan potensi alam berupa panorama perbukitan, kegiatan budaya masyarakat, dan kerajinan tangan memiliki keterkaitan yang kuat dengan konsep desa wisata. Dengan dilakukannya perancangan desain komunikasi visual yang terarah diharapkan dapat memperkuat branding desa.

2.2 Branding

Branding merupakan proses menciptakan identitas unik untuk produk atau layanan yang membedakannya dari kompetitor. Menurut Kotler & Keller (2016), branding mencakup serangkaian aktivitas yang dirancang untuk membentuk persepsi yang konsisten dan positif di benak konsumen. Elemen-elemen branding meliputi nama, logo, tagline, desain kemasan, dan komunikasi pemasaran. Branding yang efektif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memungkinkan harga premium, dan menciptakan aset perusahaan yang berharga (Aaker, 1996).

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat untuk menunjang dan meningkatkan promosi Desa Mertelu kepada masyarakat luas dengan meningkatkan potensi yang ada di Desa Mertelu. Dikarenakan perancangan ini baru dilakukan pertama kalinya, dengan harapan perancangan ini dapat memperkuat Desa Mertelu sebagai Desa wisata berbasis panorama yang dapat bersaing dengan desa wisata disekitarnya. Hasil perancangan ini bisa mempermudah pihak Desa Mertelu untuk mempromosikan Desa Wisata melalui perancangan yang sudah dibuat dan bisa memberikan Brand Awareness kepada masyarakat luas.

3.2 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dari penelitian yang dibuat dalam pengabdian kepada masyarakat terhadap mitra Desa Wisata Mertelu sebagai berikut :

- Bagi Desa Wisata Mertelu

Perancangan ini juga diharapkan dapat berfungsi sebagai sarana pendukung bagi Desa Mertelu, yang mana dengan adanya desain tersebut dapat membantu dalam membangun identitas visual dari Desa Mertelu yang lebih kuat dan terarah. Sementara bagi pengelola desa wisata juga diharapkan dapat digunakan sebagai panduan dalam penyampaian promosi dan informasi wisata yang dapat dilakukan dengan konsisten.

- Bagi Penulis

Dampak dibuatnya desain dan pengaplikasian desain yang telah dilakukan penulis membantu penulis memahami kebutuhan media yang tepat berdasarkan keperluan Desa Mertelu, selain itu penulis mendapatkan pengalaman menjadi penerjemah permasalahan menjadi luaran visual untuk kebutuhan Desa Wisata Mertelu.

- Bagi Masyarakat

Sebagai pendukung untuk meningkatkan perekonomian dan daya tarik terutama pada Desa Mertelu dan UMKM Lokal. Desa Mertelu dengan visualnya yang konsisten dan terstruktur diharapkan dapat membangun kepercayaan dengan masyarakat luas.

BAB IV

METODE PELAKSANAAN

4.1. Strategi Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Mertelu akan menggunakan metode sebagai berikut :

1. Pada awal kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dosen melakukan komunikasi dengan para pengelola Desa Wisata Mertelu sebagai tempat objek pengabdian masyarakat melalui aplikasi whatsapp, kemudian melakukan jadwal bertemu untuk pengenalan, penawaran, serta wawancara mengenai objek pengabdian yang akan dilakukan nantinya.
2. Kemudian saat kegiatan pengabdian yang akan dilakukan di tempat mitra pengabdian, dosen Bersama mahasiswa terjun melakukan proses penggalan data dan perancangan selama beberapa waktu.
3. Desa Wisata Mertelu sebagai mitra dalam pengabdian masyarakat diharapkan mampu bekerjasama dalam penggalan data dan menyediakan waktu untuk dilakukan observasi selama lapangan saat pengabdian berlangsung, serta mendukung proses pengabdian masyarakat.
4. Selanjutnya dosen beserta mahasiswa menyelesaikan pengabdian dengan melakukan penyerahan karya, pengarsipan, dokumentasi, serta foto bersama untuk mengakhiri pengabdian masyarakat.

4.2. Jadwal Kegiatan Pengabdian

Selanjutnya dalam pengabdian masyarakat kali ini akan menggunakan beberapa tahap pelaksanaan, yakni :

- Observasi

Merupakan metode yang dilakukan guna melihat secara nyata mengenai potensi tempat yang diangkat sebagai objek pengabdian sebelum melakukan proses perancangan desain dan ragam media perancangan.

- Wawancara

Sebuah pendekatan dengan menggali lebih dalam mengenai ragam potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Mertelu agar dapat lebih memahami potensi tempat objek pengabdian masyarakat.

- Perancangan

Desain Menjadi sebuah tahap inti dari pengabdian kepada masyarakat sehingga akan memerlukan waktu dalam perancangannya untuk menghasilkan karya perancangan desain yang mewakili identitas dari Desa Wisata Mertelu.

- Penyerahan sekaligus penutup kegiatan.

Bagian ini merupakan tanda berakhirnya kegiatan dari pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Mertelu dengan penyerahan hasil perancangan desain yang sudah dilakukan

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Berdasarkan hasil analisis permasalahan Desa Wisata Mertelu, penelitian dan perancangan desain menghasilkan beberapa karya, yaitu:

1. Logo
 - a. Logo Desa Wisata Mertelu



Gambar 1. Hasil perancangan logo Desa Wisata Mertelu

- b. Logo Wisata Green Village Gedangsari



Gambar 2. Hasil perancangan logo Wisata Green Village Gedangsari

- c. Logo Wisata Bukit Pangok



Gambar 3. Hasil perancangan logo Wisata Bukit Pangok

2. Desain Brosur Desa Wisata Mertelu



Gambar 4. Hasil Perancangan Desain Brosur

3. Desain Maskot Desa Wisata Mertelu

Detail Desain



Gambar 5. Hasil Perancangan Desain Maskot

🌿 Pose Maskot



Gambar 6. Pose Maskot



Gambar 7. Pengaplikasian desain maskot pada Merchandise

3.2 Pembahasan

Adanya berbagai potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Mertelu hingga saat ini belum dikenal secara luas oleh wisatawan. Hal tersebut disebabkan oleh belum optimalnya upaya promosi, terutama dari segi branding yang masih kurang menarik dan belum mampu merepresentasikan identitas desa secara kuat. Meskipun memiliki beragam potensi unggulan, Desa Wisata Mertelu belum mengemasnya dalam bentuk identitas visual yang terpadu dan atraktif. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah melalui perancangan berbagai elemen desain, seperti logo desa wisata, desain brosur, dan maskot Desa Wisata Mertelu.

Hasil dari perancangan desain tersebut diharapkan mampu memperkuat identitas visual Desa Wisata Mertelu sehingga lebih mudah dikenali oleh calon wisatawan dan mendorong minat kunjungan terhadap berbagai potensi yang dimiliki. Selain itu, upaya ini juga bertujuan untuk menjadikan Desa Wisata Mertelu sebagai salah satu destinasi unggulan di Kabupaten Gunungkidul serta berpartisipasi dalam ajang penghargaan yang diselenggarakan oleh dinas pariwisata.

BAB VI

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

6.1 Rencana Tahapan Berikutnya

Desa Wisata Mertelu diharapkan dapat mampu berkembang dan menjadikan desa wisata tersebut menjadi lebih mandiri dengan memanfaatkan potensi yang ada untuk memajukan desa. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat kali ini diharapkan dapat terpakai secara maksimal guna menciptakan citra yang baik untuk Desa Wisata Mertelu dari mata calon wisatawan. Tahapan lanjutan setelah perancangan identitas visual Desa Wisata Mertelu meliputi finalisasi dan validasi desain bersama perangkat desa serta pelaku UMKM, penyusunan brand guideline sebagai pedoman konsistensi penggunaan identitas visual, produksi dan implementasi media fisik maupun digital, serta penyusunan strategi promosi terpadu melalui media sosial, kolaborasi, dan partisipasi event pariwisata. Selain itu, diperlukan pelatihan bagi pengelola desa wisata agar mampu mengelola branding secara mandiri, disertai monitoring dan evaluasi berkala untuk mengukur dampak terhadap peningkatan kunjungan dan penjualan UMKM. Seluruh tahapan ini juga diarahkan untuk memperkuat posisi Desa Wisata Mertelu sebagai destinasi unggulan di Gunungkidul serta mendukung kesiapan dalam mengikuti ajang penghargaan dari dinas pariwisata.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari perancangan ini adalah, kami membuat suatu kumpulan branding dari logo desa wisata, logo destinasi wisata (bukit pangok dan Green Village Gedangsari), brosur, ikon maskot desa, merchandise desa wisata. Guna mendukung Desa Mertelu yang belum pernah mendapatkan branding pada desa wisata nya. Dibuatnya desain untuk mendukung branding dan media promosi Desa Mertelu dengan potensi wisatanya agar dapat diketahui masyarakat luas.

7.2 Saran

Saran yang dapat diberikan dalam pengabdian ini adalah agar pengelola Desa Wisata Mertelu dapat menjaga konsistensi penerapan identitas visual yang telah dirancang melalui penggunaan brand guideline secara berkelanjutan pada setiap media promosi. Selain itu, diperlukan komitmen dalam mengelola dan memperbarui konten media sosial secara rutin agar citra desa wisata tetap aktif dan relevan. Kerja sama dengan pemerintah daerah, komunitas kreatif, serta pelaku UMKM juga perlu ditingkatkan guna memperluas jangkauan promosi. Evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi branding sangat disarankan agar pengembangan identitas visual tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga berdampak nyata terhadap peningkatan kunjungan wisatawan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat desa.

DAFTAR PUSTAKA

D. Purwanggono. (2009). Konsep Desa Wisata . Jurnal Pariwisata Indonesia, 4(2), 13–20.

Retrieved from <https://jurnal.stpsahidsurakarta.ac.id/index.php/JPI/article/view/55>

Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020).

PENGEMBANGAN DESA WISATA MELALUI PENDEKATAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT (4th ed., Vol. 1). BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat.

<https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024, 4 Senin). *Jelajah Desa Wisata Anugerah*

Indonesia. Desa Wisata. Retrieved 12 Senin, 2025, from

<https://kemenparekraf.go.id/pustaka/jelajah-desa-wisata-anugerah-indonesia>

Aaker, D. A. (1996). Building Strong Brands. Free Press.

LAMPIRAN

1. Foto Dokumentasi



Gambar 8. Diskusi perancangan karya



Gambar 9. Presentasi Penyerahan Karya



Gambar 10. Penyerahan Hasil Karya

2. Kontrak PKM Desa Mertelu

	KONTRAK PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DANA MANDIRI SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA TAHUN AKADEMIK 2025 / 2026 - GANJIL No. 046/STSRD VISI.K6/X/2025
---	---

Pada hari ini **Jum'at** tanggal **Sepuluh** bulan **Oktober** tahun **Dua ribu dua puluh lima**, kami yang bertanda tangan di bawah ini:

- 1) **R. Hadapiningrani K., M.Ds** : dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia, yang selanjutnya dalam Surat Perjanjian ini disebut sebagai **Pihak Pertama**.
- 2) **Derena Martha Yohanda, M.Ds** : dalam hal ini bertindak selaku Pelaksana untuk dan atas nama Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia, yang selanjutnya dalam Surat Perjanjian ini disebut sebagai **Pihak Kedua**.

Pihak Pertama dan **Pihak Kedua** secara bersama-sama bersepakat untuk mengikatkan diri dalam Kontrak Pengabdian kepada Masyarakat berdasarkan **Surat Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Nomor: 045/STSRD VISI, K2/X/2025** tentang Pengangkatan Dosen Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Desain Komunikasi Visual **Semester Ganjil Tahun Akademik 2025/2026** dengan ketentuan dan syarat-syarat yang diatur sebagai berikut:

Pasal 1

1. **Pihak Pertama** dalam jabatan diatas memberi tugas kepada **Pihak Kedua** untuk melaksanakan tugas Pengabdian kepada Masyarakat dengan judul :
**"PERANCANGAN PENGEMBANGAN DESAIN DESA WISATA MERTELU,
KAB. GUNUNGKIDUL SEBAGAI PENDUKUNG PARIWISATA DAERAH"**
2. **Pihak Kedua** bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan dan administrasi atas Pengabdian kepada Masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 2

1. Jenis waktu pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah kegiatan non-insidental sampai dengan durasi antara **satu semester**
2. Lokasi pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat adalah di : **Kab. Gunungkidul, Yogyakarta**
3. Biaya pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dibebankan kepada **Pihak Kedua**.

4. Apabila terdapat perubahan terhadap susunan tim pelaksana dan/atau substansi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, maka **Pihak Kedua** mengajukan permohonan tertulis disertai dengan alasan kepada **Pihak Pertama** dan **Pihak Pertama** memberikan persetujuan tertulis.

Pasal 3

1. **Pihak Kedua** berkewajiban untuk mencapai target luaran wajib Pengabdian kepada Masyarakat berupa (target luaran wajib yang dijanjikan dalam proposal).
2. **Pihak Kedua** diharapkan dapat mencapai target luaran tambahan Pengabdian kepada Masyarakat berupa (target luaran tambahan yang dijanjikan dalam proposal).
3. **Pihak Kedua** berkewajiban untuk melaporkan perkembangan pencapaian target luaran dan laporan kemajuan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat kepada **Pihak Pertama**.

Pasal 4

1. **Pihak Pertama** berhak:
 - g) Melaksanakan pengawasan, monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan pengabdian.
 - h) Memberi sanksi jika dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat terjadi pelanggaran.
 - i) Bentuk sanksi disesuaikan dengan tindak pelanggaran yang dilakukan.
2. Format laporan kemajuan dan teknis pelaksanaannya diatur **Pihak Pertama** sesuai dengan petunjuk Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Ristekdikti dan Panduan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat.

Pasal 5

1. **Para Pihak** dibebaskan dari tanggung jawab atas keterlambatan atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban yang dimaksud dalam Kontrak Pengabdian kegiatan Masyarakat ini disebabkan atau diakibatkan oleh peristiwa atau kejadian diluar kekuasaan **Para Pihak** yang dapat digolongkan sebagai keadaan memaksa (*force majeure*).
2. Peristiwa atau kejadian yang dapat digolongkan keadaan memaksa (*force majeure*) dalam Kontrak Pengabdian ini adalah bencana alam, wabah penyakit, kebakaran, perang, blokade, peledakan, sabotase, revolusi, pembrontakan, huru hara, serta adanya tindakan pemerintah dalam bidang ekonomi dan moneter yang secara nyata berpengaruh terhadap pelaksanaan Kontrak Pengabdian ini.
3. Apabila terjadi keadaan memaksa (*force majeure*) maka pihak yang mengalami wajib memberitahukan kepada pihak lainnya secara tertulis, selambat-lambatnya dalam waktu 7 (tujuh) hari kerja sejak terjadinya keadaan memaksa (*force majeure*), disertai dengan bukti-bukti yang sah dari pihak yang berwajib, dan **Para Pihak** dengan itikad baik akan segera membicarakan penyelesaiannya.
4. Apabila terjadi perselisihan antara **Pihak Pertama** dan **Pihak Kedua** dalam pelaksanaan Kontrak Pengabdian ini akan dilakukan penyelesaian secara musyawarah dan mufakat dan apabila tidak tercapai penyelesaian secara musyawarah dan mufakat maka penyelesaian dilakukan melalui proses Hukum yang berlaku dengan memilih domisili Hukum di Pengadilan Negeri Yogyakarta.
5. Hal-hal yang belum diatur dalam Kontrak Pengabdian ini diatur kemudian oleh kedua belah pihak.

Pasal 6

1. Perjanjian ini berlaku sejak ditandatangani dan disetujui **Pihak Pertama** dan **Pihak Kedua**.
2. Kontrak Pengabdian kepada Masyarakat ini dibuat rangkap 3 (tiga), dan bermaterai cukup sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Oktober 2025

Ketua LPPM



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

Ketua Pelaksana

Pengabdian kepada Masyarakat



Derena Martha Yohanda, M.Ds
NIDN. 0527129701

3. SK PKM Desa Mertelu



SEKOLAH TINGGI SENI RUPA & DESAIN VISI INDONESIA
Jl. Tamansiswa 150B Yogyakarta 55151 Telp. (0274) 377 787, E-Mail: info@stsrddvisi.ac.id

KEPUTUSAN KETUA
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
NOMOR: 045/STSRD VISI, K2/X/2025

TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PELAKSANA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2025/2026

KETUA SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA:

Menimbang : 1. Bahwa untuk meningkatkan kualitas keilmuan dan memenuhi aspek tri dharma Perguruan Tinggi, dosen wajib melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat;

2. Untuk kelancaran dan terselenggaranya tugas pengabdian kepada masyarakat di lingkungan Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia, maka dipandang perlu penetapan bagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat;

Mengingat : 1. Undang-Undang RI No. 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;

2. Undang-Undang RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;

3. Undang-Undang RI No. 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;

4. Undang-Undang RI No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;

5. Peraturan Pemerintah RI No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;

6. Peraturan Pemerintah No. 37 Tahun 2009 tentang Dosen;

7. Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;

8. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No. 44 Tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;

9. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No. 62 Tahun 2016 tentang Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;

10. Keputusan Menteri Riset dan Teknologi RI No. 25/M/Kp/III/2013 tentang Pedoman Penyusunan Kode Etik Pelaku Penelitian;

Memperhatikan: 1. Rencana Strategis Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Tahun 2019-2024;

2. Rencana Strategis Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Tahun 2019-2024;

3. *Roadmap* Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Tahun 2019-2024;

4. Surat Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia No. 002/STSRD VISI.K1/I/2021;

kreativitas untuk perubahan positif

 www.stsrddvisi.ac.id  @stsrdd_visi

MEMUTUSKAN

Menetapkan

Pertama : Mengangkat dosen berikut,

Nama : **Derena Martha Yohanda, M.Ds**
NIDN : **0527129701**
Jabatan Fungsional : **Asisten Ahli**

Sebagai dosen pelaksana pengabdian kepada masyarakat pada program Studi Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia Semester Ganjil Tahun Akademik 2025/2026 dengan judul:

"Perancangan Pengembangan Desain Desa Wisata Mertelu Kab. Gunungkidul sebagai Pendukung Pariwisata Daerah"

Kedua : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam keputusan ini, seluruh aspek kegiatan akan ditinjau kembali dan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ketiga : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan sampai dengan tanggal 10 Oktober 2025.

Ditetapkan di Yogyakarta
Pada tanggal 10 Oktober 2025
Ketua STSRD VISI,



Wahju Tri Widadjio, S.S., M.Sn
NIDN. 0526047001

Tembusan:

1. Wakil Ketua Bidang I, II, dan III
2. Kepala LPPM

4. Surat Tugas PKM Desa Mertelu



SEKOLAH TINGGI SENI RUPA & DESAIN VISI INDONESIA
Jl. Tamansiswa 150B Yogyakarta 55151 Telp. (0274) 377 787, E-Mail: info@stsrddvisi.ac.id

SURAT TUGAS
No. 047/STSRD VISI.K8/X/2025

Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia (LPPM STSRD VISI), dengan ini memberikan tugas kepada:

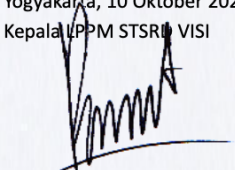
No	NAMA	NIDN/NIM	JABATAN
1	Derena Martha Yohanda, M.Ds	0527129701	Ketua
2	Farizul Haq	11221020	Anggota
3	Rizky Aditya	11221052	Anggota
4	Muhammad Farhan	11221039	Anggota
5	Elizabeth Chiefabel	11221016	Anggota
6	Thionie Liora W	11221058	Anggota

Untuk melaksanakan tugas pengabdian kepada masyarakat dengan keterangan sebagai berikut:

Judul	: "PERANCANGAN PENGEMBANGAN DESAIN DESA WISATA MERTELU, KAB. GUNUNGKIDUL SEBAGAI PENDUKUNG PARIWISATA DAERAH"
Tempat	: Kab. Gunungkidul, Yogyakarta
Waktu	: 10 Oktober 2025 -31 Desember 2025
Luaran Wajib	: Laporan pengabdian masyarakat
Luaran Tambahan	: -
Biaya	: Rp. 4.500.000,-
Sumber Dana	: Mandiri
Dasar Penugasan	: Pengangkatan Dosen Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Desain Komunikasi Visual – Semester Genap Tahun Akademik 2024/2025 : 1. Keputusan Ketua STSRD VISI : No.045/STSRD VISI, K2/X/2025 2. Kontrak PKM Dana Mandiri : No. 046/STSRD VISI.K6/X/2025

Demikian Surat Tugas ini diberikan untuk dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab dan digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 10 Oktober 2025
Kepala LPPM STSRD VISI


R. Hadawiningrani K., M.Ds
NIK. 16083120

kreativitas untuk perubahan positif

 www.stsrddvisi.ac.id  @stsrdd_visi