

LAPORAN AKHIR PENGABDIAN MASYARAKAT



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

Disusun oleh:

Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M. Pd.	Ketua
Djati Prasetyani Hadi, MA.	Anggota
Fayiz Habib A (11221023)	Anggota
Muhammad Rasyif B A (11221003)	Anggota
Julio Afriyansyah (11221030)	Anggota
Muhammad Luthfi (11221041)	Anggota
Filipho Vikario Davanti (11221024)	Anggota

Semester Ganjil 2025 / 2026

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

**HALAMAN PENGESAHAN
PENGABDIAN MASYARAKAT**

Judul : Perancangan pengembangan desa wisata Karangtengah Gunungkidul DIY.

Tim Perancang:

Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M. Pd. (Tenaga Pengajar STSRD VISI)

Djati Prasetyani Hadi, MA. (Tenaga Pengajar STSRD VISI)

Fayiz Habib A (11221023) (Mahasiswa STSRD VISI)

Muhammad Rasyif B A (11221003) (Mahasiswa STSRD VISI)

Julio Afriyansyah (11221030) (Mahasiswa STSRD VISI)

Muhammad Luthfi (11221041) (Mahasiswa STSRD VISI)

Filipho Vikario Davanti (11221024) (Mahasiswa STSRD VISI)

Lokasi Kegiatan/Mitra: Kabupaten Gunungkidul DIY.

Kontrak SK : - .

Yogyakarta, 20 Februari 2026

Mengetahui,

Ketua STSRD VISI




Wahyu Tri Widadijo, M. Sn.
NIK. 98093052

Ketua Pelaksana



Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M. Pd.
NIDN. 0512029601

Menyetujui,

Ketua LPPM STSRD VISI




R. Hadapiningrani Kusumohendarto, M. Ds.
NIP. 16083120

BAB I

PENDAHULUAN

Desa Karangtengah Kabupaten Gunungkidul, DIY memiliki potensi besar sebagai desa wisata berbasis alam dan budaya, dengan empat objek unggulan yang mencerminkan kekayaan warisan leluhur dan keunikan desa. Namun, kondisi objek wisata yang masih berkembang secara tidak merata serta kurangnya media promosi yang terarah menyebabkan desa ini belum dikenal secara luas oleh masyarakat dan wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis melalui penguatan branding dan penyediaan media desain grafis yang terpadu untuk mendukung peningkatan akreditasi desa wisata maupun desa preneur.

Perancangan identitas visual dan media promosi—meliputi logo, video profil, sign system, brosur, template media sosial, hingga merchandise—diharapkan dapat meningkatkan awareness dan citra Desa Karangtengah sebagai destinasi wisata yang layak dikunjungi. Upaya ini tidak hanya memperkuat posisi desa sebagai tujuan wisata berbasis budaya dan alam, tetapi juga memberikan manfaat praktis bagi pengelola desa, masyarakat, serta pelaksana pengabdian masyarakat mulai dari ketua hingga anggotanya melalui penerapan ilmu dan pengalaman nyata dalam bidang desain komunikasi visual.

Dengan adanya perancangan ini, Desa Karangtengah diharapkan mampu mengembangkan potensi wisata secara lebih terarah, memperluas jangkauan promosi, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan desa wisata yang lebih profesional dan beridentitas kuat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Desa Wisata

Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki daya tarik wisata berbasis potensi alam, budaya, dan kearifan lokal, serta dikelola oleh masyarakat secara berkelanjutan (Nuryanti, 1993). Pengembangan desa wisata bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata autentik melalui integrasi kegiatan budaya, aktivitas sehari-hari masyarakat, edukasi, dan panorama alam (Kementerian Pariwisata, 2019). Desa wisata yang berhasil umumnya memiliki ciri-ciri: potensi lokal terkelola, masyarakat terlibat aktif, akses dan fasilitas memadai, serta memiliki identitas dan narasi yang kuat. Dalam konteks Karangtengah, kekayaan budaya seperti pande besi, empu keris, serta wisata alam Tegalarum menjadi modal utama untuk pengembangan desa wisata edukatif.

B. Wisata Edukasi

Wisata edukasi adalah kegiatan wisata yang menggabungkan unsur rekreasi dan pembelajaran, di mana wisatawan memperoleh pengalaman langsung melalui interaksi dengan proses budaya, kerajinan, sejarah, atau alam (Rahmawati, 2018). Potensi wisata edukasi dapat dikembangkan apabila terdapat aktivitas khas yang dapat dipelajari, seperti pembuatan keris, pandai besi, seni tari, atau pertanian tradisional. Kegiatan ini tidak hanya memperkenalkan kearifan lokal tetapi juga meningkatkan nilai ekonomi bagi masyarakat. Dalam konteks Karangtengah, wisata pande besi, empu keris Brojo Aji, dan pertanian merupakan objek wisata edukatif yang memiliki nilai budaya tinggi dan patut untuk dikemas sebagai atraksi wisata unggulan.

C. Pengembangan Potensi Lokal

Pengembangan potensi lokal pada desa wisata memerlukan pendekatan berbasis community-based tourism, yaitu pemberdayaan masyarakat agar berperan sebagai pelaku utama dalam pengelolaan wisata (Suansri, 2003). Potensi lokal berupa alam, budaya, kerajinan, dan aktivitas tradisional harus diidentifikasi dan dikembangkan secara terintegrasi antar wilayah. Namun, ketidaksiapan SDM dan minimnya koordinasi antar dusun sering menjadi hambatan dalam pembentukan paket wisata terpadu (Yuniarto, 2020). Hal ini juga terlihat pada Desa Karangtengah, di mana setiap objek wisata masih berkembang sendiri-sendiri tanpa sinergi yang kuat antar pelaku wisata.

D. Branding Desa Wisata

Branding merupakan proses menciptakan identitas yang unik untuk membedakan suatu destinasi dari destinasi lain melalui simbol, narasi, nilai, dan pengalaman wisata (Kotler & Keller, 2016). Branding desa wisata diperlukan untuk membangun citra, meningkatkan daya tarik, serta memperluas jangkauan promosi desa (Hidayat, 2021). Identitas visual seperti logo, warna, tipografi, dan simbol menjadi elemen penting untuk memperkuat persepsi wisatawan. Desa yang memiliki branding kuat lebih mudah dikenali dan memiliki peluang besar meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Desa Karangtengah saat ini membutuhkan branding yang jelas dan konsisten guna mewakili karakter budaya dan alam desa.

E. Peran Desain Komunikasi Visual dalam Desa Wisata

Desain Komunikasi Visual (DKV) memegang peran strategis dalam pengembangan desa wisata, utamanya dalam penyampaian informasi, komunikasi nilai budaya, dan penguatan identitas (Rustan, 2019). Desain grafis dapat membantu membentuk citra desa wisata melalui media seperti logo, brosur, sign system, video profil, hingga konten media sosial. Identitas desa yang kuat menciptakan persepsi profesional dan memudahkan wisatawan mengenali karakter desa (Anggraini & Kusuma, 2015). Pada kasus Karangtengah, desain yang terintegrasi dibutuhkan untuk menyatukan empat potensi wisata unggulan sehingga mampu tampil sebagai destinasi yang kohesif.

F. Media Promosi Pariwisata

Media promosi pariwisata bertujuan untuk menyebarkan informasi mengenai destinasi, menarik minat wisatawan, serta meningkatkan citra daerah (Yoeti, 2008). Media promosi dapat berupa brosur, baliho, video, website, maupun media sosial. Saat ini, Instagram menjadi platform yang efektif untuk promosi desa wisata karena bersifat visual, interaktif, dan mudah menjangkau audiens secara luas (Putri, 2020). Desa Karangtengah yang belum memanfaatkan media sosial secara optimal berpotensi kehilangan kesempatan untuk menarik wisatawan modern yang cenderung mencari informasi melalui internet.

G. Pentingnya Sistem Identitas Visual

Sistem identitas visual yang baik memberikan konsistensi dalam komunikasi desa wisata, sehingga memudahkan audiens mengenali dan mengingat desa tersebut (Wheeler, 2013). Elemen identitas visual seperti logo, warna khas, elemen grafis, serta template media sosial harus dirancang berdasarkan karakter budaya dan kekayaan lokal. Desa wisata yang memiliki sistem identitas visual lengkap cenderung lebih dipercaya, profesional, dan mudah dipromosikan.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT

I. Tujuan

Perancangan ini ditujukan untuk meningkatkan branding dari desa Karangtengah dengan menonjolkan ciri khas dan potensi yang ada di Desa Karangtengah. Perancangan ini dapat memperkuat citra Desa Karangtengah sebagai Desa wisata berbasis budaya dan alam. Sehingga Branding tersebut dapat memudahkan pihak pengelola dari desa wisata Karangtengah untuk mempromosikan Desa Wisata melalui perancangan yang sudah dibuat kepada masyarakat luas.

II. Manfaat

1. Bagi Desa Wisata Karangtengah

Mengembangkan promosi Desa Wisata Karangtengah melalui desain yang terintegrasi visual dengan baik sesuai Warna dan visual yang menyesuaikan dari lingkungan dan suasana Desa, meningkatkan brand awareness dan citra Desa Karangtengah yang lebih luas lagi.

2. Bagi Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat

- a. Pembuatan desain dan penggunaan desain yang telah dilakukan perancang membantu perancang mempelajari lebih detail mengenai pemilihan media yang tepat berdasarkan kebutuhan Desa Karangtengah.
- b. Perancang memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan keterampilan serta pengetahuan Desain Komunikasi Visual yang telah dimiliki.

3. Bagi Masyarakat

- a. Desa Karangtengah akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat karena identitas visual dan medianya yang konsisten dan terpadu, sehingga semakin meningkatkan Brand Awareness dan citra Desa Karangtengah.
- b. Masyarakat akan semakin percaya pada Desa Karangtengah dengan identitas visual dan medianya yang konsisten.

BAB IV

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam beberapa tahapan sebagai berikut:

1. **Pengumpulan Data**

Tahap awal dilakukan dengan mengumpulkan data terkait Desa Wisata Karangtengah.

Data yang dihimpun meliputi potensi wisata alam dan peluang.

2. **Perancangan**

Setelah data terkumpul, tahap berikutnya adalah proses perancangan pengembangan desa wisata Karangtengah Gunungkidul DIY. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi perencanaan media seperti logo, video profil dan denah wisata, brosur profil dan paket wisata, sign system dan template instagram, selanjutnya adalah desain merchandise.

3. **Penyerahan Karya**

Setelah desain perancangan pengembangan desa wisata Karangtengah Gunungkidul DIY, hasil karya diserahkan kepada pihak desa wisata Karangtengah Gunungkidul DIY. Proses penyerahan dilakukan dengan melibatkan dosen, mahasiswa, aparat desa, serta pengelola desa wisata, sehingga hasil perancangan yang baru dibuat dapat langsung dimanfaatkan.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini, menghasilkan pengumpulan data sebagai berikut:

1. Data hasil Analisa SWOT Desa Wisata Karangtengah

	Positif	Negatif
INTERNAL	Strengths/Kekuatan 1. Potensi Wisata alam meliputi: mata air ngembel, tegalarum, pertanian, telaga mulya, kali kotak, telaga sangkrah, goa pari, goa bening. 2. Potensi wisata edukasi meliputi: pande besi tradisional, empu keris brojo aji, sanggar tari, dan telaga mulya. 3. Masyarakat masih bersemangat membangun desa wisata.	Weakness/Kelemahan 1. Belum adanya pengurus dari desa wisata Karangtengah. 2. Kurangnya promosi dari pengurus Desa Karangtengah. 3. Kurangnya pemahaman mengenai promosi dan pemanfaatan media sosial. 4. Desa Wisata yang belum jadi semuanya. 5. Branding desa wisata belum ada. 6. Kurangnya kesiapan para pengurus dalam membangun desa wisata. 7. Akses jalan menuju wisata masih buruk. 8. Tidak adanya penanda di setiap destinasi wisata.

	Positif	Negatif
EXTERNAL	Opportunity/Peluang 1. Jalur menuju Desa Karangtengah menjadi jalur jeep dari wisata goa pindul. 2. Banyaknya mata air yang muncul secara alami dan bisa dijadikan objek	Threat/Ancaman. 1. Dekat dengan objek wisata goa pindul yang sudah terkenal lebih dahulu. 2. Ketika musim hujan kali Oya terbilang sangat berbahaya untuk dijadikan

	wisata.	wisata sungai.
	3. Dekat dengan kali oya yang bisa dijadikan wisata sungai kedepannya.	3. Lokasi kurang strategis dari jalan utama Jogja – Wonosari.

2. Hail perancangan:

a. Konsep verbal:

Palet Warna



Hijau adalah warna utama yang melambangkan alam, pertumbuhan, keseimbangan, dan pembaharuan. Warna Emas melambangkan Kemewahan, Harapan, Keberuntungan, dan Kepercayaan. Secara budaya, ia mengkomunikasikan nilai luhur, warisan, tradisi, dan kekayaan sejarah. Warna cokelat melambangkan Bumi, alam, stabilitas, dan budaya/tradisi. Dalam banyak budaya Nusantara, warna cokelat sering dikaitkan dengan keaslian, kesederhanaan, dan kekayaan warisan.

Tipografi

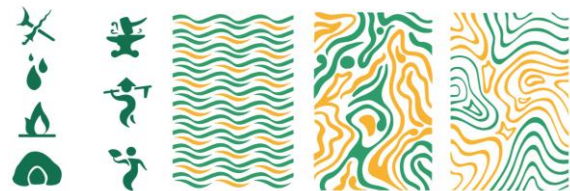
Signika

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Inter

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

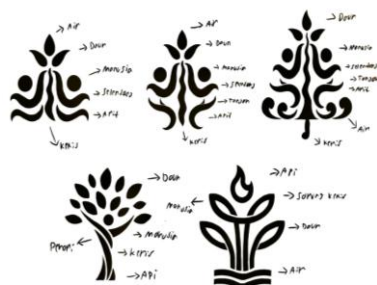
Elemen Visual



Elemen visual yang digunakan pada perancangan ini menggunakan gaya flat design dari elemen elemen yang ada di Desa Wisata Karangtengah yang mana memberikan kesan modern dan mudah dimengerti oleh target audiens yang dituju.

b. Logo

Sketsa:



Hasil:



c. Brosur

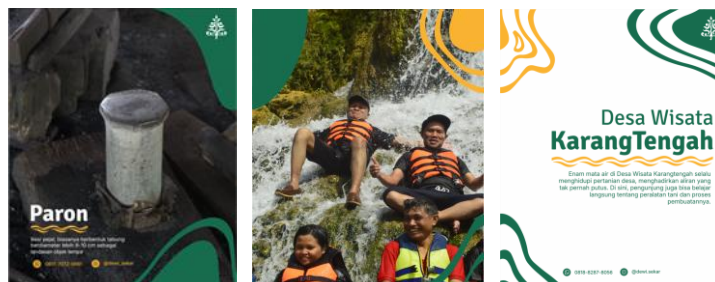
Desain Awal:



Desain Akhir:



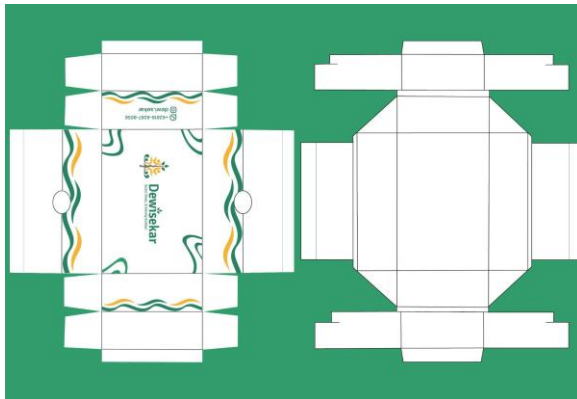
d. Template Instagram



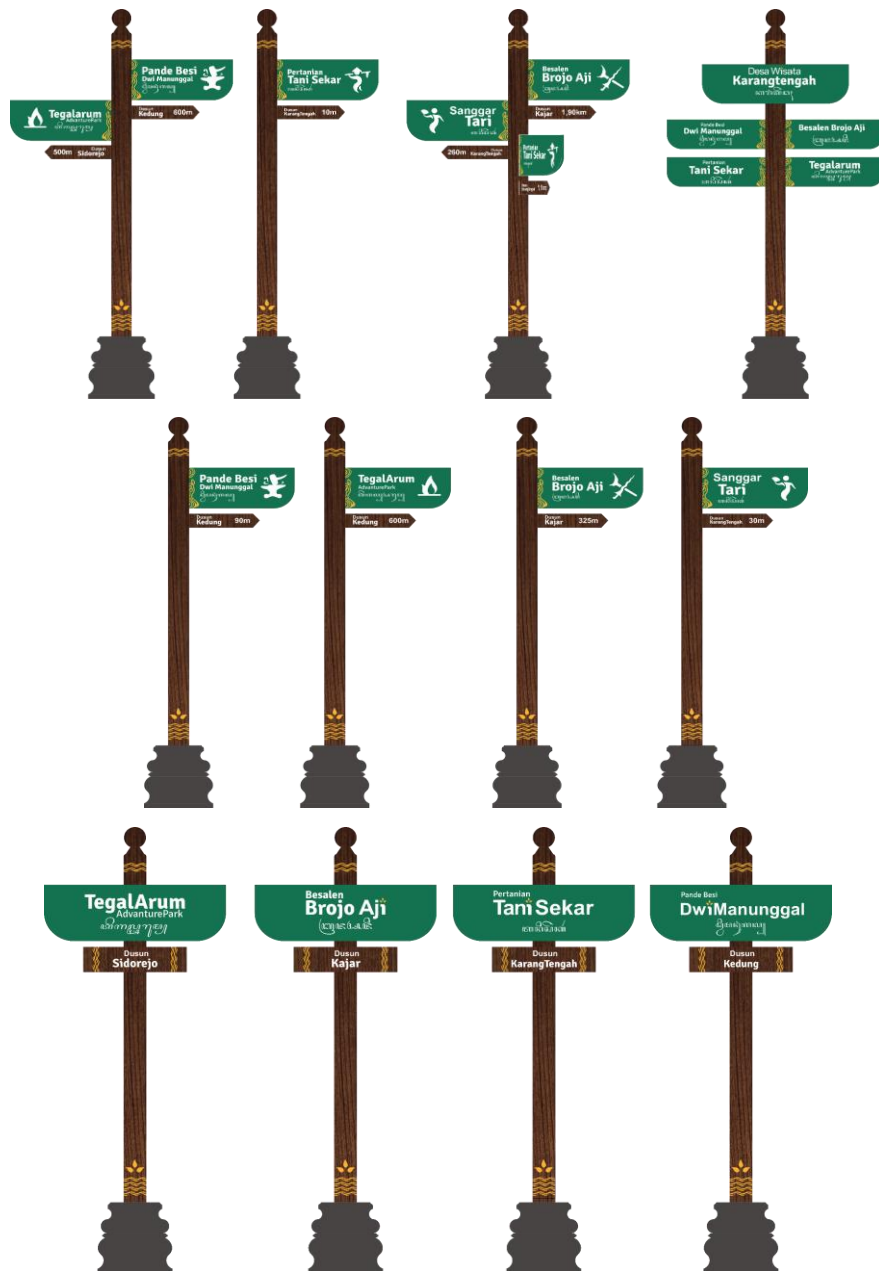
e. Merchandise



f. Kemasan



g. Sign System



h. Peta Desa Wisata



i. Video Profil

Dalam laporan pengabdian kepada masyarakat ini, video profil dibuktikan dengan screenshot cuplikan video:



3. Dokumentasi penyerahan karya:



BAB VI PENUTUP

I. Rencana Tahapan Berikutnya

Perancangan yang telah dibuat mendapatkan tanggapan positif dari pihak Desa Wisata Karangtengah. Hasil perancangan ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaksana pengabdian, tetapi juga menjadi sumbangsih nyata yang dapat digunakan oleh Desa Wisata Karangtengah. Desain perancangan yang telah dirancang dapat dijadikan sebagai acuan awal dalam pengembangan visual brand Desa Wisata Karangtengah Lovyka di masa mendatang. Dengan adanya dasar perancangan ini, diharapkan proses pembaruan atau pengembangan desain berikutnya dapat lebih mudah dilakukan, terutama dengan adanya dokumentasi analisis dan data yang sudah tersedia dari Desa Wisata Karangtengah.

II. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil perancangan yang kami buat dapat disimpulkan bahwa perancangan dan rencana yang disusun, dapat terlaksana dengan cukup baik. Hal ini dikarenakan dari pihak pengabdian masyarakat beserta dengan pihak dari Desa Wisata Karangtengah saling mendukung, baik dari pengambilan data, dokumentasi serta, keterlibatan pihak dusun terhadap proses hasil desain yang kami rancang. Namun meski begitu, masih terdapat beberapa kendala yang menyebabkan pelaksanaan menjadi tertunda dan tidak dapat dilakukan secara maksimal. Dengan perancangan ini diharapkan menjadi branding dari Desa Wisata Karangtengah.

III. Saran

Pemerintah desa dan pengelola wisata perlu mengutamakan koordinasi antar dusun agar seluruh potensi wisata dapat berkembang secara merata dan saling mendukung sebagai satu kesatuan paket wisata terpadu. Identitas visual yang telah dirancang sebaiknya digunakan secara konsisten pada semua media, baik cetak maupun digital, untuk memperkuat branding Desa Karangtengah. Diperlukan penguatan kapasitas SDM desa wisata, terutama pada bidang pelayanan wisata, manajemen digital, dan pemasaran berbasis media sosial. Pengelola desa wisata perlu membentuk tim khusus promosi dan komunikasi agar mampu menjaga keberlangsungan konten, event, dan publikasi desa wisata secara rutin. Kerja sama dengan pihak eksternal seperti dinas pariwisata, UMKM lokal, dan perguruan tinggi sangat

dianjurkan untuk memperluas jejaring dan mendukung keberlanjutan program. Monitoring dan evaluasi berkala harus dilakukan untuk menyesuaikan strategi pengembangan desa wisata dengan perubahan kebutuhan dan potensi masyarakat.

LAMPIRAN

SURAT TUGAS
No. 050/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	Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M.Pd	0512029601	Ketua
2	Djati Prasetyani Hadi, M.A	0014087801	Anggota
3	Fayiz Habib ahmadi	11221023	Anggota
4	Muhammad Rasyif Baskara Aji	11221003	Anggota
5	Julio Afsiyansyah	11221030	Anggota
6	Muhammad Luthfi	11221041	Anggota
7	Filipho Vikario Davanti	11221024	Anggota

Untuk melaksanakan tugas pengabdian kepada masyarakat dengan keterangan sebagai berikut:

Judul	: "PERANCANGAN PENGEMBANGAN DESAIN DESA WISATA KARANGTENGAH, 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.048/STSRD VISI, K2/X/2025 2. Kontrak PKM Dana Mandiri : No. 049/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. Hadapi Nugraha K., M.Ds
NIK. 16083120



**KONTRAK PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DANA MANDIRI
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
TAHUN AKADEMIK 2025 / 2026 - GANJIL**

No. 049/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) **Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M.Pd :** 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: 048/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 KARANGTENGGAH,
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:

- j) Melaksanakan pengawasan, monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan pengabdian.
 - k) Memberi sanksi jika dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat terjadi pelanggaran.
 - l) 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

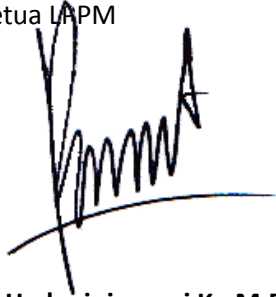
1. **Para Pihak** dibebaskan dari tanggung jawab atas keterlambatan atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban yang dimaksud dalam Kontrak Pengabdian kegiatan Masyarakat ini disebabkan atau diakibatkan oleh peristiwa atau kejadian diluar kekuasaan **Para Pihak** yang dapat digolongkan sebagai keadaan memaksa (*forcemajeure*).
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



Katin Nur Nafi'ah Ismoyo, M.Pd

NIDN. 0512029601

**KEPUTUSAN KETUA
SEKOLAH TINGGI SENI RUPA DAN DESAIN VISI INDONESIA
NOMOR: 048/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;

MEMUTUSKAN

Menetapkan

Pertama : Mengangkat dosen berikut,

Nama : **Katrin Nur Nafi'ah Ismoyo, M.Pd**

NIP : **0512029601**

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 Karangtengah
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 Widadijo, S.S, M.Sn

NIDN. 0526047001

Tembusan:

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