

PERANCANGAN BRANDING DESA WISATA RAJEK WETAN, KELURAHAN TIRTOADI, KECAMATAN MLATI, KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA

S. T. Rahardjo

Jurusan Desain Komunikasi Visual, STSRD VISI Yogyakarta

Email: sudjadi1980@gmail.com

ABSTRACT

Rajek Wetan Tourism Village is a village located at Tirtoadi, Mlati, Sleman Regency, Yogyakarta. As one of the pioneer of the tourism village destination, it has a fundamental problem: its existence is not widely known by the public. The Abdimas Team from STSRD VISI, as a community service project supervised by the research and community service department of STSRD VISI (LP2M) was then assigned to help in promoting the potential of Dewi Rawe through the Tourism Village branding design program. The community service program is using the model of designing methodology. The results of the program are the maps of the tourism villages, the promotion poster, the village sign system, the booklet design, and the calendar design of 2020. The five types of the media are then presented and contributed directly to the tourism village in a design workshop event.

Keywords: *Abdimas, Tourism Village, Branding*

ABSTRAK

Desa Wisata Rajek Wetan Kelurahan Tirtoadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman sebagai sebuah rintisan Desa Wisata memiliki permasalahan mendasar, yaitu keberadaannya belum banyak diketahui oleh masyarakat. Tim Abdimas LP2M STSRD VISI kemudian ditugaskan untuk membantu mempromosikan potensi Dewi Rawe lewat program perancangan branding Desa Wisata. Metodologi pengabdian masyarakat yang digunakan adalah metode Perancangan Desain. Hasil pengabdian masyarakat berupa: peta desa wisata (maps), poster promosi, desain sistem perambuan (sign system), desain booklet, dan desain kalender 2020. Lima jenis media branding tersebut kemudian dipresentasikan dan disumbangkan secara langsung pada pengelola Desa Wisata dalam sebuah acara sarasehan desain sebagai acara penutup program Abdimas.

Kata kunci: *Abdimas, Desa Wisata, Perancangan Desain, Branding*

PENDAHULUAN

Desa Rajek Wetan terletak di antara Selokan Mataram dan Kali Bedok di wilayah kelurahan Tirtoadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman Yogyakarta. Potensi keunikan alam berupa lokasi desa yang berada ditengah-tengah dua aliran sungai dengan Hutan Desa (Wana Desa) seluas 2 hektar dan adat budaya Jawa yang masih terpelihara, seperti: seni tari Jawa, Kethoprak, Merti Bumi, Wayang Kulit, Cokakan, Karawitan, dan Hadrah,

serta didukung adanya bangunan peninggalan bersejarah berupa beberapa rumah Joglo yang masih terawat dengan baik memicu kesadaran warga Desa Rajek Wetan untuk merintis Desa Wisata sendiri. Pembentukan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) pada 16 Februari 2019 yang memiliki 8 kelompok kerja (pokja), yaitu: pokja Wana Desa, Seni Budaya, Kuliner, Home Stay, Museum, Taman, Kebersihan, dan Keamanan/Ketertiban adalah modal awal terbentuknya rintisan Desa Wisata Rajek Wetan. Semangat bergotong royong warga untuk merintis Desa Wisata menuai hasil yang diharapkan, setelah pada tanggal 4 Mei 2019 Desa Wisata Rajek Wetan yang kemudian disingkat menjadi Dewi Rawe diresmikan.

Setelah Dewi Rawe diresmikan pengurus Desa Wisata merangkul para pemuda desa untuk secara mandiri membuat beberapa media promosi berupa: video profil desa, dan papan penunjuk arah menuju lokasi, tetapi hasilnya belum terlihat. Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan Desa Wisata Rajek Wetan. Perihal inilah yang kemudian menjadi program kerja LP2M STSRD VISI sesuai dengan visi dan misi STSRD VISI fokus memberikan sumbangsih positif dalam keilmuan DKV (Desain Komunikasi Visual) kepada sektor Pariwisata dan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). LP2M STSRD VISI kemudian menugaskan dosen bersama satu tim mahasiswa DKV Diploma III untuk membantu merancang media promosi Dewi Rawe lewat program Perancangan Branding Desa Wisata. Menurut Swasty, (2016:16) branding adalah usaha untuk merebut setiap kesempatan untuk mengekspresikan mengapa orang harus memilih salah satu merek atas merk yang lain. Keinginan untuk memimpin pasar, memenangkan kompetisi dan memberikan karyawan alat terbaik untuk menjangkau pelanggan, adalah alasan mengapa pengaruh branding pada perusahaan cukup tinggi. Tantangan pada branding adalah mengembangkan seperangkat asosiasi positif bagi merek. Jadi kunci branding adalah mengidentifikasi perbedaan antara merek suatu produk yang dirasakan oleh pelanggan. Program branding membutuhkan pembentukan dan pengelolaan ide pada unsur perilaku, komunitas, lingkungan dan visual suatu merek. Desain visual merek adalah segala daya upaya visualisasi agar wujud manfaat merek menjadi sangat jelas dan nyata. Agar menjadi sangat jelas, cara yang paling mudah adalah dengan membentuk visualisasi merek yang unik dan berbeda dengan yang lainnya. Sehingga program branding Desa Wisata Rajek Wetan dirancang untuk menghasilkan beragam media desain yang dibutuhkan untuk keperluan branding Dewi Rawe.

METODE

Metode pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah metode Perancangan Desain. Metode ini diawali dengan pencarian data Desa Wisata yang terdapat di Kabupaten Sleman secara online. Berdasarkan pengalaman melaksanakan pengabdian masyarakat di Desa Wisata pada tahun 2014 dan penelusuran media sosial Instagram, desa-desa wisata di Kabupaten Sleman terkonsentrasi di lereng Gunung Merapi (Sleman utara). Padahal menurut data pada bulan Maret 2018 Kabupaten Sleman telah memiliki 31 Desa wisata yang tersebar di seluruh penjuru wilayah Sleman (www.jogja.tribunnews.com). Berarti banyak Desa Wisata di wilayah Kabupaten Sleman bagian barat, timur dan selatan yang belum diketahui atau masih minim brandingnya. Dari web portal berita online (<https://mediaindonesia.com>) akhirnya ditemukan keberadaan Desa Wisata Rajek Wetan (Dewi Rawe). Setelah mencermati foto-foto dari portal online dan kemudian juga Instagram akhirnya tim pengabdian melakukan survei lapangan ke Dewi Rawe. Pada survei yang kedua setelah mewawancarai ketua Pokdarwis, pembina Desa Wisata akhirnya Tim Abdimas LP2M STSRD VISI memutuskan untuk merancang Branding Desa Wisata Rajek Wetan karena benar-benar membutuhkan media branding untuk mempromosikan Desa Wisatanya.

Peralatan yang digunakan dalam program perancangan Branding Desa Wisata Rajek Wetan yaitu: kamera DSLR untuk mendokumentasikan potensi desa wisata, *Smartphone* untuk merekam wawancara dan mendokumentasikan kegiatan pengabdian, penggunaan beberapa *software* grafis; seperti Adobe Illustrator dan Corel Draw untuk membuat ilustrasi digital, merancang desain media promosi, dan software Adobe Photoshop untuk mengedit Foto potensi desa wisata. Pelaksanaan pengabdian masyarakat sendiri dimulai pada pertengahan bulan Oktober dan berakhir bulan Desember 2019. Pembagian kerja tim Abdimas disesuaikan dengan *skill* masing-masing anggota dengan bimbingan dan arahan dari dosen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data hasil wawancara yang dipadukan dengan data visual berupa foto-foto potensi Dewi Rawe kemudian dianalisis dengan teori SWOT untuk menemukan kunci-kunci visual yang

akan digunakan sebagai landasan perancangan beragam media branding. Hasil analisis SWOT dari data tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT Dewi Rawe

STRENGTHS/KEKUATAN	WEAKNESS/KELEMAHAN
<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki Wana Desa seluas 2 hektar di tepi sungai Bedog • Memiliki 7 joglo berusia 80 – 100 tahun yang difungsikan sebagai <i>homestay</i>, museum dan rumah tinggal • Memiliki Sanggar kesenian Jawa (Tari Jawa klasik, kesenian Kethoprak, grup Karawitan, dan grup Panembrana/Tembang Jawa) 	<ul style="list-style-type: none"> • Media promosi yang sudah ada sangat terbatas • Media penunjuk arah Dewi Rawe seadanya • Tidak memiliki peta desa wisata
OPPORTUNITIES/PELUANG	THREATS/ANCAMAN
<ul style="list-style-type: none"> • Desa edukasi budaya/kesenian Jawa • Desa cagar budaya rumah Joglo • Desa edukasi tanaman/habitat sungai 	<ul style="list-style-type: none"> • Ada beberapa desa wisata edukasi budaya Jawa di Kabupaten Sleman • Lokasi desa dibelakang rumah makan/pemancingan besar (<i>West Lake</i>) • Pada waktu-waktu tertentu limbah rumah makan mencemari sungai Bedog

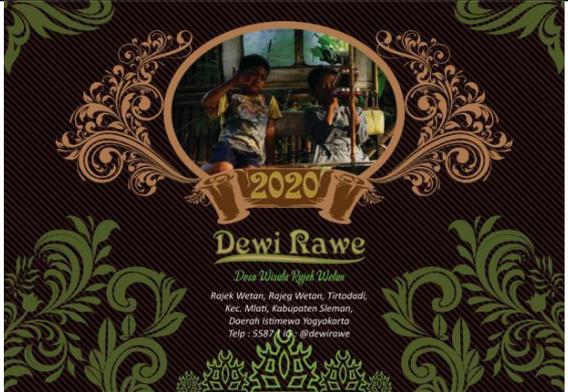
Dari analisis SWOT diatas dapat disimpulkan bahwa untuk dalam perancangan branding Dewi Rawe harus dimunculkan potensi keunggulan utama Desa Wisatanya, yaitu: Desa Wisata yang memiliki Wana Desa di pinggiran sungai, Kesenian Jawa yang masih lestari & 7 rumah Joglo cagar budaya. *Target audiens* branding adalah calon wisatawan lokal Dewi Rawe lebih spesifik adalah keluarga, terdiri atas ibu, bapak, dan 2 orang anak. Status ekonomi menengah, berasal dari kota-kota besar, pendidikan minimal D3 s/d S1, menyukai wisata alam/suasana desa dan tertarik untuk mempelajari budaya Jawa.

Dari hasil dari survei tim Abdimas STSRD VISI kemudian diputuskan untuk merancang karya komunikasi visual sebagai media branding Dewi Rawe dalam bentuk: peta desa wisata (*maps*), poster promosi, desain sistem perambuan (*sign system*), desain *booklet*, dan desain kalender Desa Wisata 2020. Lima media komunikasi visual tersebut diharapkan dapat langsung diaplikasikan dan mampu menaikkan citra Desa Rajek Wetan sebagai Desa Wisata alam dan budaya Jawa bersaing dengan desa wisata lain di Kabupaten Sleman.

Kunci visual sebagai landasan perancangan media branding Dewi Rawe adalah sebagai berikut:

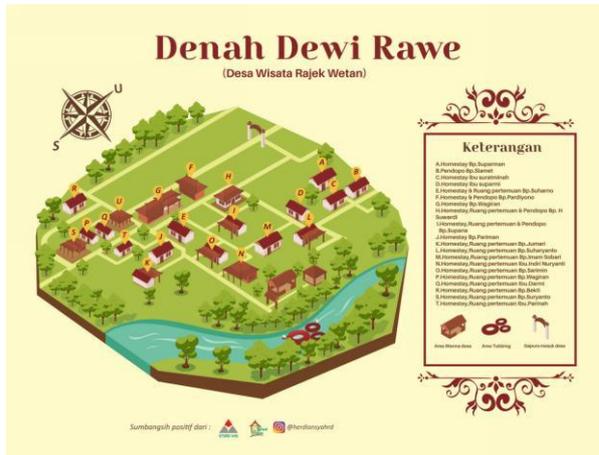
Tabel 2. Kunci Visual Dewi Rawe

KONSEP DESAIN	KUNCI VISUAL
WARNA	
<p>Warna yang digunakan berasal dari warna-warna yang terdapat di lingkungan Dewi Rawe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hijau Olive (40C, 35M, 100Y, 10K) dari daun pohon tanjung • Coklat Kemerahan (29C, 100M, 100Y, 40K) dari pintu Joglo Galeri Atmodikoro • Coklat Muda (28C, 52M, 76Y, 9K) & Coklat Tua (40C, 72M, 100Y, 49K) dari pintu gerbang Wana Desa 	
TIPOGRAFI	
<p>Dipilih font Rosmatika untuk memunculkan kesan keindahan lingkungan Dewi Rawe dan font Aileron untuk kemudahan keterbacaan pada teks penjelasan/informasi</p>	
FOTOGRAFI	
<p>Fotografi digunakan untuk memunculkan kesan keindahan alam & potensi wisata Dewi Rawe</p>	
ILUSTRASI	

<p>Ilustrasi digital digunakan untuk memperkuat citra budaya Jawa dengan nuansa Modern yang tidak dapat dilakukan dengan teknik fotografi</p>	
<p>GAYA DESAIN</p>	
<p>Gaya desain yang digunakan adalah kontemporer dengan memadukan keindahan alam, budaya Jawa dan gaya kekinian</p>	

Membutuhkan waktu yang cukup lama untuk merancang 5 media branding tersebut, beberapa kali tim Abdimas LP2M STSRD VISI perlu berkonsultasi terlebih dahulu dengan pengurus Desa Wisata, ketua POKDARWIS serta pak Dukuh Rajek Wetan untuk meminta kejelasan data. Hal ini sering terjadi karena data awal yang diberikan dari pihak Dewi Rawe ternyata banyak mengalami perubahan. Proses desain melalui diskusi panjang dan pembimbingan yang intens serta terjadwal. Lima media branding Desa Wisata Rajek Wetan tersebut akhirnya selesai dikerjakan, media branding yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

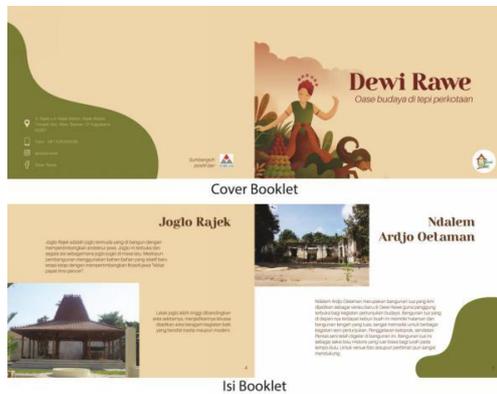
1. **Desain Peta Desa Wisata** (80 x 100 cm, Cetak *full color* pada bahan flexi 240gr, spanram pada bingkai kayu)
2. **Sign System Dewi Rawe** (60 x 80 cm, dicat pada media kayu)
3. **Booklet Dewi Rawe** (ukuran A5, format landscape, 12 halaman, cetak *full color*, kertas AP 150gr)
4. **Kalender Meja Dewi Rawe 2020** (ukuran A5, cetak *full color* pada kertas Ivory 230 gr, jilid spiral,)
5. **Poster Promosi Dewi Rawe** (ukuran A2, cetak *full color* pada kertas AP 150gr)



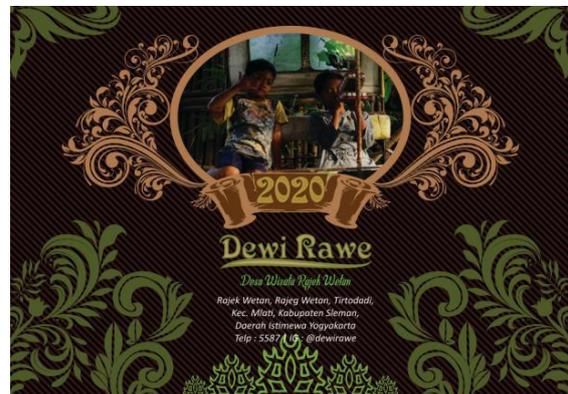
Gambar 1: Peta Desa Wisata Rajek Wetan



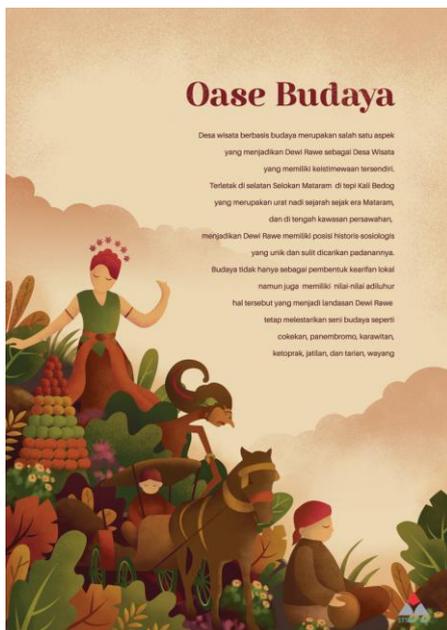
Gambar 2: Sign System Dewi Rawe



Gambar 3: Booklet Dewi Rawe



Gambar 4: Kalender 2020 Dewi Rawe



Gambar 5: Poster Promosi Dewi Rawe



Gambar 6: Poster Promosi Dewi Rawe



Gambar 7: Survei di Wana Desa Dewi Rawe



Gambar 8: Sarasehan penutup program Abdimas

KESIMPULAN & SARAN

KESIMPULAN

Dari hasil proses perancangan dan Sarasehan yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa

- Proses perancangan media branding memakan waktu yang cukup lama dikarenakan terjadi beberapa kesalahan dalam proses pengerjaan desain media branding karena data awal yang diberikan oleh pengurus Dewi Rawe tidak akurat, misalnya dalam pengerjaan peta desa wisata, jumlah dan letak posisi beberapa rumah Joglo berubah
- Semua hasil perancangan media branding tim Abdimas LP2M STSRD VISI aplikatif dan diterima dengan gembira oleh pengurus POKDARWIS Desa Wisata Rajek Wetan

SARAN

- File master desain media branding yang telah disumbangkan selanjutnya akan diproduksi mandiri oleh Dewi Rawe setelah memiliki dana yang mencukupi. Keberadaan dana yang mencukupi menjadi kendala terbesar program branding Desa Wisata, disinilah diharapkan uluran pendanaan dari instansi pemerintahan terkait, seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada LP2M STSRD VISI yang telah menugaskan dan membimbing pengabdian masyarakat Perancangan Branding Desa Wisata Rajek Wetan kelurahan Tirtoadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman Yogyakarta berjalan dengan baik dan lancar. Terimakasih juga kami ucapkan kepada ketua dan pengurus POKDARWIS,

serta masyarakat Dewi Rawe yang telah banyak memberikan masukan data dan informasi tambahan sehingga program Abdimas ini dapat terselesaikan. Terakhir, kami mengucapkan terima kasih kepada tim mahasiswa yang dengan sabar dan tekun membantu mewujudkan beragam media branding Dewi Rawe setelah berkali-kali melakukan revisi untuk menghasilkan karya desain yang aplikatif dan bermanfaat.

Daftar Pustaka

- Swasty, Wirania.2016.*Branding memahami dan Merancang Strategi Merek*.Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sutanta, Edhy,dkk.2018.*Program Abdimas Pembuatan Website Padukuhan Tangkilan, Sidoarum, Gamping, Sleman*. Jurnal Dharma Bakti Vol. 1 No. 2 Edisi Oktober 2018.Yogyakarta: LPPM IST AKPRIND
- Laporan Pengabdian Masyarakat.2015.*Perancangan komunikasi Visual Desa Wisata Gabungan Kelurahan Donokerto Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta*. LP2M STSRD VISI.2019.*Panduan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat*

Websites

- <https://jogja.tribunnews.com/2018/11/20/dinas-pariwisata-sleman-bakal-kembangkan-16-desa-wisata-baru> (diakses 17 September 2019)
- <https://mediaindonesia.com/read/detail/230584-dewi-rawe-solusi-kesejahteraan-dusun-rajek-wetan> (diakses 17 September 2019)
- <https://www.gudeg.net/read/13137/rajek-wetan-desa-wisata-mengakar-pada-budaya.html> (diakses 17 September 2019)