

***THE BRANDING PLANNING ON SUKUNAN TOURISM VILLAGE
MAPS, GRAPHIC INFORMATION, POSTER AND BROCHURE***

M Danang Syamsi

Study Programme of Visual Communication Design- Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi
Indonesia

Email :hajidanangsyamsi @gmail.com

ABSTRACT

Sukunan Tourism Village is well known as a village that is able to process waste into useful handicrafts. It also functions as the learning place to process waste into blessings for the sake of the people. However it is still lacking of information in terms of craft production sites, public places for visitors, and access to visiting information from the city or the outside ones. Its identity as a waste tourism village needs to be improved so that visitors will be more comfortable and automatically will enhance its image as the waste tourism village. the branding planning on the torism village will be conducted in the form of designing visual information maps, poster, infographics and brochure

Keywords: Tourism Village, Waste, Branding.

ABSTRAK

DesaWisata Sukunan dikenal sebagai desa yang mampu mengolah sampah menjadi barang kerajinan yang berguna, sekaligus menjadi tempat belajar menimba ilmu bagaimana mengolah sampah menjadi berkah. Namun keberadaan DesaWisata Sukunan masih minim informasi, baik potensi tempat produksi kerajinan, tempat umum bagi pengunjung, dan akses info berkunjung dari kota maupun luar kota. Identitas sebagai desa wisata yang mengelola sampah perlu diolah agar pengunjung nantinya lebih nyaman sekaligus menaikkan citra Desa Wisata Sukunan sebagai desa tujuan wisata barang kerajinan barang daur ulang. Peran *branding* Desa Wisata Sukunan yang dilakukan berupa perancangan informasi visual Poster, peta, infografis dan brosur.

Kata kunci:desawisata, sampah, *branding*

PENDAHULUAN

STSRD VISI dengan semboyan “*Creatifity for Positive Changes*“ memiliki komitmen untuk memberi sumbangsih nyata bidang pariwisata dan UMKM dengan keahlian dan kemampuan ilmu desain komunikasi visual. Pengabdian masyarakat yang ditugaskan untuk kesempatan ini adalah ke desa wisata Sukunan.

Banyaknya pengunjung yang berdatangan keDesa Wisata Sukunan, baik dari daerah sekitar maupun dari luar kota, membuat Desa Sukunan harus berbenah diri untuk memberikan kenyamanan, pengetahuan, informasi potensi yang ada, serta tempat pengolahan jenis sampah yang diolah menjadi barang kerajinan yang berguna. Desa Wisata Sukunan dikenal sebagai desa wisata sampah sekaligus sebagai tempat menimba ilmu bagaimana mengolah sampah menjadi berkah. *Branding Planning* pada desa Sukunan sangat dibutuhkan karena ketiadaan perangkat informasi seperti peta, informasi gambar serta brosur bagi para pengunjung. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memudahkan para pengunjung ketika berwisata di desa Sukunan serta meningkatkan kualitas pariwisata di desa Sukunan dan sebagai bentuk pemasaran yang efektif. Dengan adanya *branding planning* diharapkan nantinya jumlah pengunjung akan semakin meningkat dan akan memberikan efek domino bagi ekonomi masyarakat sekitar. Berikut adalah peta bagi pengunjung untuk memudahkan akses ke desa wisata Sukunan.



Gambar 1: Peta Lokasi Desa Wisata Sukunan

Selain itu, manfaat *branding* ini agar keberadaan Desa Wisata Sukunan diketahui masyarakat luas karena akses informasi visual peta, infografis dan brosur Desa Wisata Sukunan belum tergarap dengan baik. Pengertian Peta yaitu rangkaian representasi visual dan simbol grafik yang bertujuan sebagai media interaksi manusia dengan ruang publik. Salah satu fungsi peta adalah sebagai petunjuk untuk memudahkan pengunjung yang berada di suatu tempat sehingga dapat mencari tempat dengan mudah dan cepat baik di dalam maupun di luar lokasi. Peta ini menggunakan gambar yang cukup sederhana, mudah dimengerti oleh warga desa maupun pengunjung, namun tetap tidak menghilangkan ciri khas dari objek – objek dan sentra kerajinan yang ada. Desain ilustrasi *icon* ini dibuat dengan teknik vektor menggunakan gaya flat desain yang simpel, agar mudah dipahami dan informasi bisa langsung sampai ke pengunjung. Hasil perancangan ini dimanfaatkan dan dipasang di tempat strategis Desa Wisata Sukunan. Dari paparan diatas dapat dirumuskan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Sukunan bertujuan :

1. Memudahkan pengunjung mendapatkan informasi akses dari kota Yogyakarta menuju Desa Sukunan.
2. Memberikan informasi kepada pengunjung mengenai akses menuju rumah-rumah produksi kerajinan dan pengolahan sampah di Desa Wisata Sukunan.
3. Memberikan informasi kepada pengunjung mengenai produk kerajinan hasil pengolahan sampah menjadi barang yang menarik.
4. Memberikan infografi sbagaimana metode belajar yang mudah untuk membuat kerajinan, dari barang bekas menjadi barang yang berguna.
5. Menjadikan Desa Wisata Sukunan menjadi destinasi wisata unik ,khususnya bagi pengunjung yang memiliki kegemaran berburu kerajinan barang bekas dan daur ulang.

Menurut Hankinson (2007) dalam M. Rahmat Yananda menambahkan 5 (lima) prinsip untuk menjamin efisiensi *branding* tempat yang bertujuan membangun *brand* destinasinya yaitu :

1. Kepimpinan yang kuat dan visioner
2. Budaya organisasi yang berorientasi pada *brand*
3. Koordinasi departemen dan proses penyelarasan
4. Komunikasi yang konsisten antarberbagai pemangku kepentingan
5. Kemitraan yang kuat dan kompatibel

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat perancangan *branding* Desa Wisata Sukunan ini menggunakan metode observasi, yaitu survei langsung ke desa Sukunan untuk melihat permasalahan yang dihadapi Desa Wisata Sukunan dan sumber daya di lingkungan desa yang mendukung keberadaan Desa Wisata Sukunan, yaitu pengrajin dan pengelola sampah. Metode pendampingan dengan cara *branding* dinilai mampu memenuhi kebutuhan komunikasi visual Desa Wisata Sukunan berdasarkan data /fakta yang diperoleh di lapangan. Selanjutnya dilakukan beberapa pertemuan awal dengan ketua kelompok pengrajin dan kelompok pekerja kerajinan sampah, kemudian dilakukan pendokumentasian berbagai kegiatan kerajinan sampah sebagai bahan dasar untuk perancangan. Materi yang dibuat dalam program perancangan komunikasi visual Desa Wisata Sukunan adalah materi yang akan menjawab persoalan di Desa Wisata Sukunan yaitu *branding* perancangan media promosi terdiri atas Poster, brosur, info grafis, dan peta.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan

No	Tanggal	Kegiatan
1	02 November 2019	Survey pertama awal bertemu dengan Kepala Desa Wisata Sukunan yaitu Bapak Suharto
2	8 November 2019	Survey kedua di Desa Wisata Sukunan untuk melengkapi data-data di lapangan
3	16 November 2019	Pelaksanaan pengabdian masyarakat
4	16 Desember 2019	Finalisasi desain semua media promosi
5	27 Desember 2019	Sarasehan dengan pengurus dan pengrajin Desa Wisata Sukunan dan penyerahan semua hasil karya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep perancangan desain komunikasi visual Desa Wisata Sukunan adalah “Mengolah Sampah Menjadi Berkah”. Tema tersebut diambil dari sampah barang bekas sebagai bahan baku utama pengrajin Desa Sukunan yang memiliki sifat sangat fleksibel untuk diolah menjadi beragam produk yang berguna, bermanfaat, dan terjangkau harganya. Produk hasil pengolahan sampah contohnya tas, dompet, dan hiasan rumah. Konsep tersebut mampu menunjukkan pada masyarakat bahwa barang yang dianggap sampah ternyata bisa diolah menjadi barang yang bernilai seni sekaligus memiliki banyak manfaat jika dikelola dengan baik dan benar.

V.1. Analisis SWOT

	POSITIF	NEGATIF
INTERNAL	<p><i>Strenghts/Kekuatan</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Edukasi pengolahan sampah 2. Sampah yang tidak terurai bias dijadikan kerajinan 3. Sudah diakui pemerintah Kabupaten Sleman 4. Paket wisata edukasi yang terbilang murah 5. Yang diolah adalah sampah warganya sendiri 	<p><i>Weaknesses/Kelemahan</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Program diluar pengolahan sampah yang tidak aktif 2. Kurangnya media promosi 3. Tidak ada tempat khusus untuk membuat kerajinan
EKSTERNAL	<p><i>Opportunities/Peluang</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada saingan desa pengolah sampah di Sleman 2. Lokasi yang dekat perkotaan 3. Bahan baku (sampah) yang tidak ada habisnya 	<p><i>Threats/Ancaman</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kekurangan pengurus 2. Kurangnya dukungan dari para pemuda

V.2. Target Audience

1. Psikologi
 - a. Masyarakat yang berkeinginan untuk mengolah sampah secara mandiri
 - b. Masyarakat yang ingin memanfaatkan barang bekas menjadi sebuah kerajinan
2. Demografis
 - a. Usia : 20 – 35 tahun
 - b. Status :Menikah

KonsepDesain

Konsep desain infografis Desa Wisata Sukunan yang digunakan terinspirasi dari lingkungan di sekitar desa. Warna hijau diambil dari pepohonan yang lebih mendominasi Desa Wisata Sukunan. Gaya desain yang diambil adalah gaya Desani Bauhaus. Font yang digunakana dalah Righteous, Bauhaus, Berlin Sans FB dan MV Boli.

Untuk konsep desain menggunakan tehnik ilustrasi yang menjelaskan bagaimana cara membuat kerajinan dari barang bekas dengan gaya desain yang sederhana sehingga di harapkan para pembaca mampu memahami ilustrasi dengan mudah. Ilustrasi tersebut menggambarkan pembuatan dan tahapan pengelolaan sampah. Pengaplikasiannya pun bisa di berbagai media. Pemilihan warna yang cerah dapat menarik minat pembaca.

VI.1 Poster dan Brosur

Poster bisa dipergunakan untuk memperkenalkan dan mempromosikan Desa Wisata Sukunan kepada masyarakat dan remaja agar peduli terhadap lingkungan dan mau belajar mengolah sampah. Foto dan poster bertujuan untuk memperkenalkan kepada pengunjung tentang lingkungan Desa Wisata Sukunan. Media tersebut memiliki tujuan mengajak masyarakat pada umumnya dan warga Desa Sukunan pada khususnya untuk semangat mengelola sampah.

Bahan : Flexy

Ukuran : 1 m x 1.5 m

Tehnis : Corel Draw

Poster atau plakat adalah karya desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar atau kecil. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan data rlainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin



Gambar

1.Desain Poster

Gambar 2. Desain brosur

1. Brosur

Media : Kertas

Ukuran : 29,7cm x 21,0cm

Bahan : Kertas AP 150 gram

Teknis : Coreldraw

Brosur adalah media untuk publikasi yang berbentuk cetakan, yang berisi berbagai informasi mengenai suatu produk, layanan, program, dan sebagainya, yang dimana di tunjukan kepada sasaran tertentu. Atau alat untuk mempromosikan barang jasa, dan lain-lain, yang terbuat dari kertas yang dimana di dalamnya terdapat sejumlah informasi dan juga penawaran mengenai jasa atau produk tersebut.

2. Peta

Media : print on flexi 250 gr (denah luar ruangan)

Ukuran: 240 cm x 120 cm

Teknis : Adobe Illustrator

Setelah beberapa kali mensurvei desa Sukunan, sebelumnya sudah memiliki denah yang dibuat oleh bapak Iswanto dan masih berbentuk soft file. Dalam segi warna, denah tersebut masih terkesan monotone dan data yang di tampilkan juga kurang informatif. Serta tampilannya masih terlihat rumit dan tidak efektif. Dengan adanya kekurangan tersebut, kami berinisiatif untuk merombak ulang dengan konsep yang lebih efektif, dan mudah dipahami pengunjung.

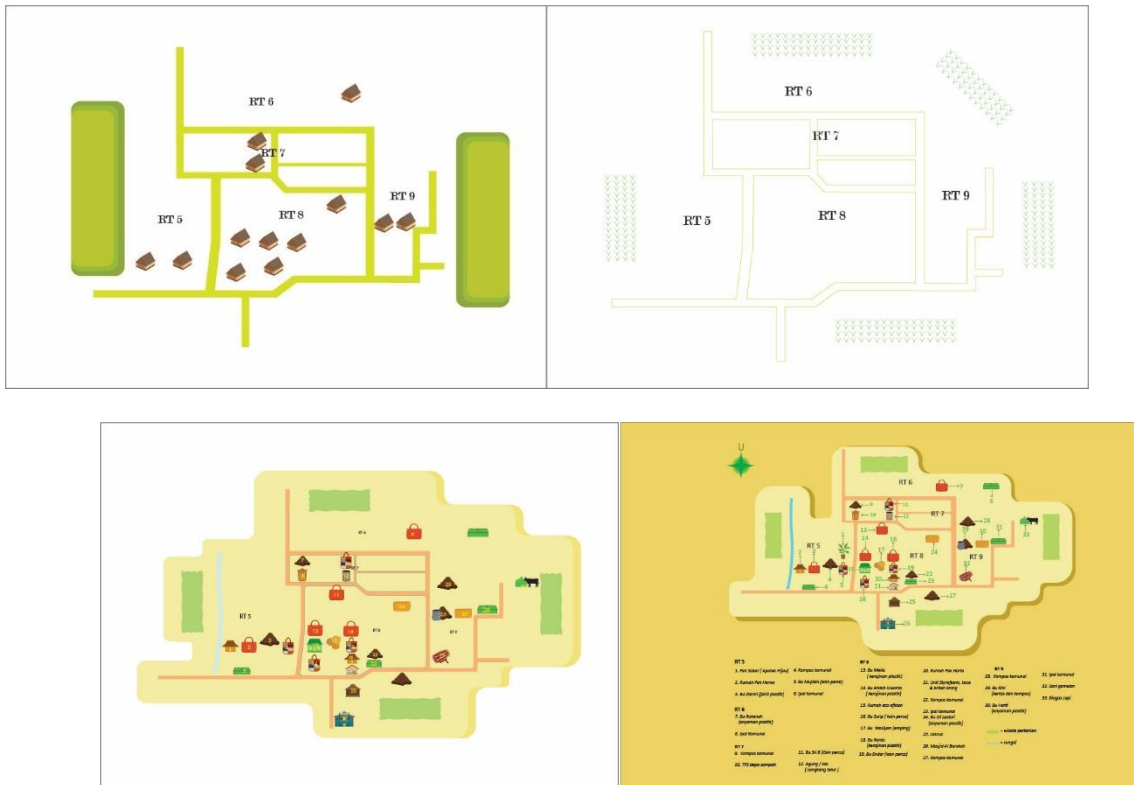


Gambar 3. Peta Awal Desa Wisata Sukunan

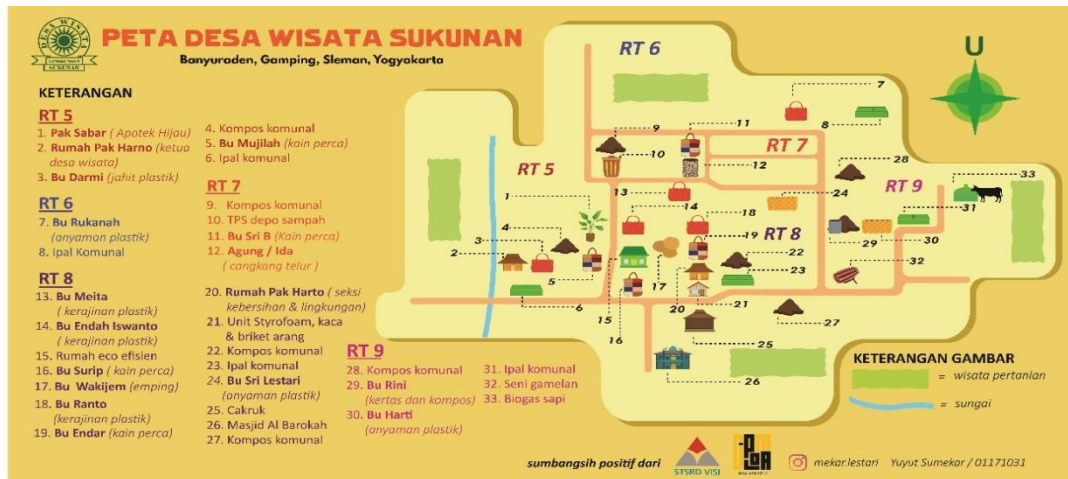
Konsep dan Gaya Desain

Denah ini menggunakan ilustrasi – ilustrasi yang cukup sederhana, mudah dimengerti oleh warga desa maupun pengunjung, namun tetap tidak menghilangkan ciri khas dari objek – objek dan sentra kerajinan yang ada.

Desain ilustrasi icon ini di buat dengan teknik vector menggunakan gaya flat desain yang simpel, agar mudah dipahami dan informasi bisa langsung sampai ke audiens.



Gambar 4. Proses desain Rancangan Peta



Gambar 5 desain final Peta desa wisata Sukunan

Konsep Desain Denah Lokasi

Untuk denah lokasi, pihak Desa Wisata Sukunan sebelumnya pernah membuat desain yang dipasang di depan bank sampah. Namun dikarenakan kondisinya yang sudah rusak, dan soft filenya tidak ditemukan, maka dibuatkan Denah Lokasi Desa Wisata Sukunan. Selain itu dibuatnya denah ini yaitu untuk melengkapi data untuk pembuatan brosur.



Gambar 6. Awal denah



Gambar 7. Hasil Rancangan Denah

VII.1 Konsep Desain

Desain untuk denah dibuat sederhana dengan muatan informasi tempat-tempat strategis yang mudah dikenali orang, sehingga orang yang ingin berkunjung ke Desa Wisata Sukunan dapat dengan mudah memahami akses menuju lokasi.

VII.2 Gaya Desain

Gaya desain yang dipakai untuk pembuatan denah lokasi yaitu flat desain vector. Dalam pembuatan denah ini kami mengutamakan kesederhanaan, efektifitas dan informatif.

Hasil perancangan *branding* pengabdian masyarakat di Desa Wisata Sukunan diharapkan :

1. Mampu membuat masyarakat luas lebih mengetahui keberadaan Desa Wisata Sukunan
2. Memudahkan pengunjung untuk mengakses informasi visual, peta, dan denah Desa Wisata Sukunan
3. Mampu mempromosikan Desa Wisata Sukunan sebagai destinasi wisata baru yang murah dan pusat kerajinan barang unik hasil pengolahan sampah menjadi barang kerajinan yang bernilai tinggi
4. Paguyuban kelompok pemuda pemudi semakin solid dan bertambah anggotanya untuk menggarap desa wisata Sukunan.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan dan temuan yang diperoleh selama pelaksanaan pengabdian menunjukkan bahwa kegiatan ini merupakan wujud dari pelaksanaan tri darma perguruan tinggi. Kegiatan ini diterima baik dan diapresiasi oleh masyarakat khususnya warga Desa Wisata Sukunan. Rancangan *branding* desain komunikasi visual yang dirancang oleh tim dosen dan mahasiswa sangat bermanfaat bagi Desa Wisata Sukunan di Kabupaten Sleman. Seluruh desain disumbangkan kepada Desa Wisata Sukunan untuk dapat digunakan secara maksimal dalam kegiatan promosinya kelak. Bentuk pendampingan ini merupakan bentuk efektif untuk memberikan wawasan dan pemberdayaan di bidang informasi dan komunikasi dalam pembuatan perancangan karya desain komunikasi visual (DKV). Pada media peta mengalami kendala karena pada saat pemasangannya dilapangan, penyangga papan kurang kuat sehingga perlu di perbaiki.



Gambar 8. Sarasehan dan penyerahan hasil karya desain

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Ketua Institusi dan LPPM STSRD VISI atas bantuan dan kerjasamanya, serta mahasiswa DKV D 3 angkatan 2017 Sekolah Tinggi Seni Rupa dan Desain Visi Indonesia atas dukungannya dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini. Terimakasih juga kami sampaikan kepada Bapak Suharto selaku Ketua Pokja Desa Wisata Sukunan. Semoga kerjasama dan silaturahmi terus berlanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Rustan, Surianto, 2008, *Layout, Dasar dan Penerapannya*, PT Gramedia Pustaka Utama
Jakarta
- Rustan, Surianto, 2009, *Mendesain Logo*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rustan, Surianto, 2010, *Font & Tipografi*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Safanayong, Yongky, 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu.*, Arte Intermedia, Jakarta
- Yananda MRahmat, 2014, *Branding Tempat : membangun Kota, kabupaten, dan Provinsi berbasis Identitas, Makna Informasi*, Jakarta