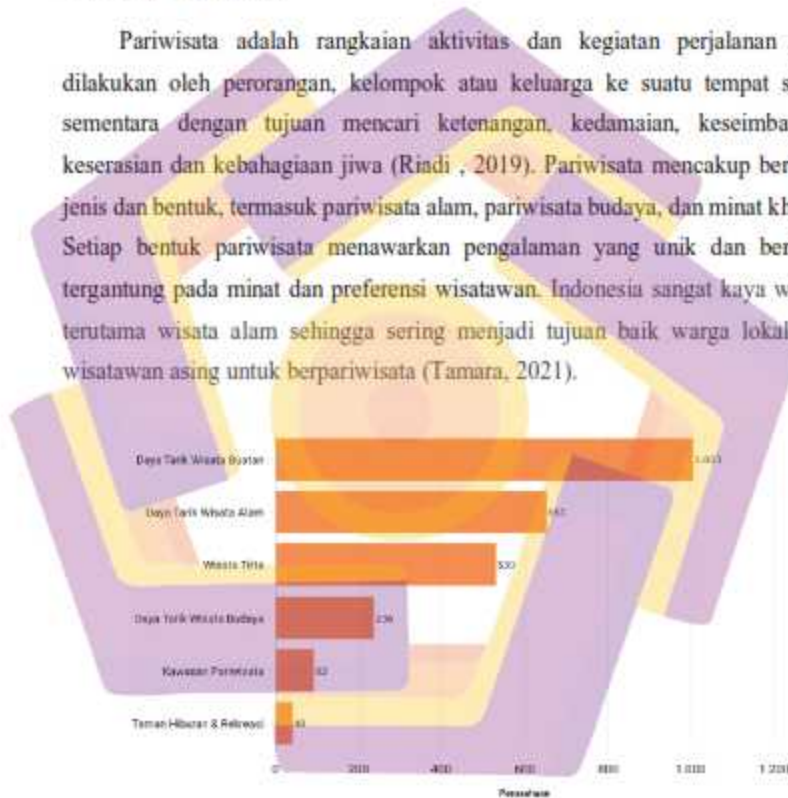


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata adalah rangkaian aktivitas dan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan, kelompok atau keluarga ke suatu tempat secara sementara dengan tujuan mencari ketenangan, kedamaian, keseimbangan, keserasian dan kebahagiaan jiwa (Riadi, 2019). Pariwisata mencakup berbagai jenis dan bentuk, termasuk pariwisata alam, pariwisata budaya, dan minat khusus. Setiap bentuk pariwisata menawarkan pengalaman yang unik dan berbeda, tergantung pada minat dan preferensi wisatawan. Indonesia sangat kaya wisata, terutama wisata alam sehingga sering menjadi tujuan baik warga lokal atau wisatawan asing untuk berpariwisata (Tamara, 2021).



Gambar 1.1.1 Jumlah Obyek Daya Tarik Wisata Komersial di Indonesia Menurut Jenis Wisata Tahun 2020

Sumber : databoks.katadata.co.id, 2020.

Perusahaan obyek daya tarik wisata komersial di Indonesia berjumlah 2.552 perusahaan pada 2020. Jumlah tersebut terbagi dalam 6 kelompok objek wisata. Jenis objek daya tarik wisata buatan menjadi yang terbanyak, yaitu sebanyak 1.003 perusahaan. Kemudian diikuti oleh jenis objek wisata alam sebanyak 651 perusahaan. Lalu, jenis objek wisata tirta sebanyak 530 perusahaan, wisata budaya 236 perusahaan, kawasan pariwisata 92 perusahaan, serta taman hiburan dan rekreasi sebanyak 40 perusahaan (Dihni, 2022). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Ryan Kartawidjaja selaku VP of Commercial & Marketing Pegipegi pada 18-30 Maret 2022 kepada Kompas, dijelaskan bahwa ada 10 kota yang paling banyak dituju oleh masyarakat Indonesia dalam satu hingga dua bulan terakhir salah satunya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta (Tashandra, 2022).

Daerah istimewa Yogyakarta merupakan kota wisata yang sangat populer di Indonesia. Selain terkenal sebagai kota pelajar, daerah istimewa Yogyakarta juga memiliki banyak wisata kuliner, wisata budaya, wisata sejarah hingga wisata alam yang menawarkan pemandangan yang indah dan eksotis. Hal tersebut menjadikan daerah istimewa Yogyakarta sebagai tujuan destinasi para wisatawan. Terbukti dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Daerah Istimewa Yogyakarta tentang perkembangan pariwisata D.I Yogyakarta yang rilis pada 03 April 2023 mengalami peningkatan dalam 3 bulan terakhir.



Gambar 1.1.2 Perkembangan Pariwisata D.I. Yogyakarta

Sumber : yogyakarta.bps.go.id, 2023.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) terjadi peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara ke Daerah Istimewa Yogyakarta pada bulan Februari tahun 2023 sebanyak 4.849 pengunjung, jumlah ini naik 24,88 persen dibanding bulan sebelumnya (bps.go.id,2023). Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi di Indonesia yang memiliki daya tarik dan pesona alam yang menakjubkan. Dengan kelebihan ini, Daerah Istimewa Yogyakarta berhasil mengembangkan desa wisata yang menjadi destinasi liburan baru bagi wisatawan (Wiyanti, 2022).

Dilansir dari (digitaldesa.id, 2020), Desa Wisata adalah komunitas atau masyarakat yang terdiri dari para penduduk suatu wilayah terbatas yang bisa saling berinteraksi secara langsung dibawah sebuah pengelolaan dan memiliki kepedulian serta kesadaran untuk berperan bersama dengan menyesuaikan keterampilan individual berbeda. Desa wisata dibentuk untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian dalam menyikapi potensi pariwisata atau lokasi daya tarik wisata di wilayah masing-masing desa. Fungsi desa wisata merupakan sebagai wadah langsung bagi masyarakat akan kesadaran adanya

potensi tempat sebagai tempat wisata.

Pada tahun 2023 desa wisata yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang diunggah pada situs bappeda.jogjaprov.go.id sementara sudah tercatat sejumlah 205 desa, termasuk jumlah Desa Wisata Rintisan, Desa Wisata Berkembang, Desa Wisata Maju, dan Wisata Mandiri.

APLIKASI DATA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Elemen : Desa Wisata dan Pokdarwis

Kode	Berkas Urutan	Elemen	Tahun					Ratusan	Sifat Data	Sumber Data
			2019	2020	2021	2022	2023			
F	S	S	A	B	C	D	E	10	11	
002	Parwisata	Jumlah Desa Wisata	270,00	283,00	289,00	303,00	303,00	Desa	Tahunan	-
002.02	Parwisata	Jumlah Desa Wisata Rintisan	-	-	-	50,00	50,00	Desa	Tahunan	Dinas Pariwisata
002.03	Parwisata	Jumlah Desa Wisata Berkembang	34,00	33,00	35,00	34,00	36,00	Desa	Tahunan	Dinas Pariwisata
002.04	Parwisata	Jumlah Desa Wisata Maju	66,00	65,00	61,00	57,00	57,00	Desa	Tahunan	Dinas Pariwisata
002.05	Parwisata	Jumlah Desa Wisata Mandiri	-	-	-	14,00	19,00	Desa	Tahunan	Dinas Pariwisata
002	Parwisata	Jumlah Pokdarwis Kabupaten Daerah Istimewa D.I.Y	101,00	101,00	100,00	91,00	91,00	Kecamatan	Tahunan	-
002.01	Parwisata	Jumlah Pokdarwis Kabupaten Kulon Progo	42,00	42,00	42,00	18,00	18,00	Kecamatan	Tahunan	Dinas Pariwisata
002.02	Parwisata	Jumlah Pokdarwis Kabupaten Gunung Kidul	20,00	20,00	20,00	9,00	9,00	Kecamatan	Tahunan	Dinas Pariwisata
002.03	Parwisata	Jumlah Pokdarwis Kabupaten Sleman	18,00	18,00	18,00	13,00	13,00	Kecamatan	Tahunan	Dinas Pariwisata
002.04	Parwisata	Jumlah Pokdarwis Kabupaten Bantul	40,00	40,00	40,00	8,00	8,00	Kecamatan	Tahunan	Dinas Pariwisata
002.05	Parwisata	Jumlah Pokdarwis Kota Yogyakarta	14,00	14,00	14,00	30,00	30,00	Kecamatan	Tahunan	Dinas Pariwisata

● Tercatat ● Berkas Urutan ● Tidak Ada

Gambar 1.1.3 Data Jumlah Desa Wisata dan Pokdarwis D.I. Yogyakarta

Sumber : bappeda.jogjaprov.go.id, 2023.

Salah satu destinasi wisata yang memanfaatkan potensi lokal daerahnya melalui konsep desa wisata dapat ditemukan pada Desa Wisata Turgo Merapi yang terletak di Dusun Turgo, Desa Purwobinangun, Kecamatan Pakem, Kabupaten Sleman. Desa Wisata Turgo Merapi ini diresmikan pada tahun 2019 oleh Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Sk bernomor 506/90/Kep. Dinas Pariwisata/2019 tentang Desa Wisata Rintisan Kabupaten Sleman tahun 2019.

Dalam industri pariwisata, terdapat konsep 5A yang menjadi faktor penentu dalam menilai daerah tujuan wisata. *Accessibility, Accommodation, Attraction, Activities, dan Amenities*, konsep 5A ini menekankan pada lima hal utama yang penting dalam menarik wisatawan ke suatu daerah, yakni aksesibilitas, akomodasi, atraksi, aktivitas, dan fasilitas penunjang (Gundana, 2023). Dalam penelitian ini, fokus ditujukan pada Desa Wisata Merapi Turgo, yang terletak di Kabupaten Sleman. Desa ini terletak di lereng Gunung Merapi dengan jarak sekitar 7 km dan elevasi 900 m di atas permukaan laut, memberikan iklim yang sejuk dan dingin. Pemandangan desa menghadap alam pedesaan dengan perbukitan dan lereng Gunung Merapi sebagai latar belakang, serta kebun teh dan kopi yang dikelola oleh penduduk lokal. Desa ini juga menawarkan atraksi wisata seperti Bukit Turgo, ziarah ke makam Syekh Jumadil Qubro, serta pengalaman edukasi seperti menanam anggrek, memetik daun untuk membuat teh, dan belajar membuat batik *ecoprint* (Firdaus, 2022).

Sarana dan infrastruktur menuju Desa Wisata Turgo Merapi seperti jalan raya, rambu penunjuk arah, layanan fasilitas umum sudah tersedia dan dijamin kelayakan serta kenyamanannya. Masyarakat Desa Turgo Merapi saat ini mulai melakukan inovasi dengan menjadikan rumah mereka sebagai *homestay* dengan suasana yang aman dan nyaman serta memiliki ciri khas tersendiri dengan menanam bunga anggrek di depan rumah sebagai identitas *homestay* Desa Wisata Turgo Merapi. Fasilitas lain yang disediakan oleh masyarakat Desa Wisata Turgo Merapi adalah pusat wisata kuliner yang tersedia di sepanjang jalur menuju wisata religi makam Syekh Jumadil Qubro. Para wisatawan bisa menikmati pemandangan alam sekitar Turgo dan melihat cara penyajian teh turgo, teh asli dari Desa Turgo yang memiliki rasa khas dengan cara penyajian berbeda dari teh biasanya. Selain dinikmati ditempat, teh turgo juga bisa dibawa pulang untuk oleh-oleh.



Gambar 1.1.4 A.) Pengelolaan Budidaya Anggrek B.) Proses Pembuatan Batik Ecoprint C.) Proses Pengolahan Daun Teh Khas Turgo D.) Ziarah Makam Syekh Jumaidil Qubro.

Sumber : Olahan Penulis, 2023.



Gambar 1.1.5 Data Kunjungan Desa Wisata Turgo Merapi

Sumber : Olahan Penulis, 2023.

Desa Wisata Turgo menawarkan potensi yang sangat menjanjikan dalam meningkatkan jumlah pengunjung setiap tahunnya. Dengan pesona alamnya yang menakjubkan, keanekaragaman budayanya, dan keramahan penduduknya, desa ini telah berhasil menarik minat wisatawan dari berbagai daerah dan bahkan luar negeri. Setiap tahun, jumlah pengunjung terus meningkat, membuktikan daya tarik unik dari Desa Wisata Turgo sebagai tujuan wisata yang populer dan menarik. Hal ini terbukti dengan adanya 167 ulasan dengan rating yang cukup bagus terkait Desa Wisata Turgo Merapi di aplikasi *Google Maps*.



Gambar 1.1.6 Ulasan Pengunjung Desa Wisata Turgo Merapi

Sumber : google.com, 2023.

Hal yang membuat penulis tertarik dalam melaksanakan kegiatan skripsi berbasis karya terkait perancangan identitas visual pada Desa Wisata Turgo Merapi adalah karena desa wisata ini memiliki potensi wisata yang menarik untuk

dipromosikan dan dikunjungi akan tetapi belum memiliki identitas visual untuk menunjang promosi di media massa maupun cetak.



Gambar 1.1.7 Logo Desa Wisata Turgo Merapi.
Sumber : Pengelola Desa Wisata Turgo Merapi, 2023.



Gambar 1.1.8 Logo Instagram Desa Wisata Turgo Merapi
Sumber : Instagram.com, 2023.

Terdapat perbedaan antara logo yang dipakai untuk stempel Desa Wisata Turgo Merapi dengan logo foto profil Instagram Desa Wisata Turgo Merapi. Hal ini membuktikan bahwa Desa Wisata Turgo Merapi hingga saat ini masih mengutamakan eksplorasi keanekaragaman potensi wisata yang dimilikinya, namun belum didukung dengan promosi yang optimal melalui perancangan identitas visual yang dapat diterapkan di berbagai medium. Oleh karena itu, penting untuk merancang identitas visual yang khas bagi Desa Wisata Turgo Merapi. Hal ini bertujuan untuk memberikan identitas visual yang unik, sehingga Desa Wisata Turgo Merapi dapat terhindar dari potensi pelanggaran hak cipta dalam jangka panjang.

Desa Wisata Turgo Merapi saat ini tergolong dalam desa wisata yang masih merintis, pengelola Desa Wisata Turgo Merapi menargetkan pada tahun 2024 desa wisata ini sudah siap *go international* bersaing dengan wisata lainnya dalam ajang anugerah desa wisata Indonesia.

Untuk mencapai target menjadikan Desa Wisata Turgo Merapi sebagai pemenang anugerah desa wisata pada tahun 2024, maka diperlukan identitas visual berupa logo yang sudah terdaftar dalam hak kekayaan intelektual. Logo bisa menjadi representasi visual dari identitas yang unik dan khas dari Desa Wisata Turgo Merapi ini. Dalam (Aqila & Anggapuspa, 2023) mengatakan bahwa logo harus mempresentasikan visi dan misi perusahaan, segmentasi yang dituju sesuai target kepada masyarakat. Setiap merek mencerminkan karakter dari merek tersebut.

Dengan memiliki identitas visual berupa logo, desa wisata dapat lebih mudah dikenali dan dipromosikan. Semakin banyak orang yang tahu akan keberadaan desa wisata turgo ini maka semakin banyak pula orang yang datang berkunjung. Logo yang kuat dan berkesan dapat membantu meningkatkan kepercayaan wisatawan dan dampak positif terhadap ekonomi dan keberlanjutan

Desa Wisata Turgo Merapi.

1.2 Fokus Masalah dan Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, dapat dirumuskan fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah Desa Wisata Merapi Turgo belum memiliki identitas visual yang kuat sehingga kurang dikenali oleh masyarakat atau calon wisatawan, Maka dari itu penulis mencoba untuk membantu permasalahan tersebut dengan merancang identitas visual serta implementasinya sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* dengan identitas visual yang berbeda dengan kompetitornya. Sehingga diperoleh rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses perancangan dan implementasi identitas visual Desa Wisata Merapi Turgo untuk meningkatkan *brand awareness*?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini antara lain :

- a. Merancang identitas visual Desa Wisata Turgo Merapi yang dapat mencerminkan identitas Desa Wisata Turgo Merapi yang memiliki orisinalitas dan terbebas dari hak cipta.
- b. Merancang *graphic standar manual* Desa Wisata Turgo Merapi untuk memastikan konsistensi dan keseragaman dalam penggunaan elemen-elemen visual merek di berbagai media untuk meningkatkan *brand awareness*.

1.4. Manfaat

Pada bagian ini mahasiswa menjelaskan dua manfaat pada skripsi karyanya, yakni **manfaat teoritis** dan **manfaat praktis**.

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a) Identitas visual yang kuat dapat membantu desa wisata turgo mudah dikenali dikalangan masyarakat luas dan mudah diingat akan keberadaan desa wisata turgo ini.
- b) Identitas visual dapat menjadikan alat yang efektif untuk menyampaikan karakter dan identitas desa wisata turgo kepada wisatawan.
- c) Identitas visual juga menjadi pengaruh terhadap keputusan wisatawan. Jika desa wisata turgo memiliki logo yang menarik dan menggambarkan destinasi wisata maka wisatawan akan tertarik untuk mengunjungi desa wisata tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi desa wisata turgo, identitas visual menarik dan professional dapat meningkatkan upaya pemasarannya. Logo dapat digunakan dalam berbagai materi pemasaran seperti pamphlet, brosur, banner, spanduk, website, dan media social.
- b) Bagi pelaku wisata desa wisata turgo, dengan memiliki identitas visual berupa logo yang mencerminkan identitas local dapat membangun rasa kebanggaan dan identitas Bersama di kalangan masyarakat local.
- c) Bagi wisatawan, identitas visual berupa logo yang menarik dapat memudahkan untuk mengingat keberadaan desa wisata turgo ini.