

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang penciptaan karya

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi penting di Indonesia yang memberikan kontribusi besar secara finansial. Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 2009, pariwisata mencakup beragam aktivitas wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat serta para pemangku kepentingan. Selain itu, Wahab (1996) mengemukakan bahwa pariwisata dapat dikategorikan sebagai industri modern yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi secara signifikan, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, memperbaiki taraf hidup masyarakat, serta merangsang perkembangan sektor produktif lainnya. Pariwisata di Indonesia sendiri menjadi salah satu sektor penopang ekonomi negara, hal ini terbukti dari peningkatan jumlah wisatawan di setiap tahunnya.

Gambar 1. 1 Grafik perjalanan wisatawan nusantara tahun 2020-2024



Sumber : kemenpar.go.id, 2025

Dari gambar 1.1 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terhitung dari tahun 2020 sampai dengan 2024 mengalami peningkatan. Pada tahun 2024, jumlah wisatawan nusantara

(wisnus) di Indonesia diperkirakan mencapai 1,021 miliar perjalanan. Data tersebut meningkat cukup pesat dibandingkan kondisi tahun 2023 sebesar 21,61 persen. Jumlah perjalanan wisnus pada tahun 2024 merupakan capaian tertinggi sejak tahun 2019 (Kemenpar, 2025). Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ini merupakan dampak dari berakhirnya pandemi COVID-19 yang menyebabkan banyak sektor mengalami dampak yang buruk. Selain dari faktor COVID-19, peningkatan kunjungan wisatawan juga terpengaruh faktor media sosial. Hal ini dapat dilihat dari contoh penelitian pengaruh media sosial terhadap kunjungan wisatawan ke Pulau Sumedang, Belitung. Berdasarkan penelitian tersebut media sosial berkontribusi terhadap kunjungan wisatawan sebesar 22,2% (Pradhana et al., 2022). Dengan meningkatnya wisatawan di Indonesia, tak heran jika pariwisata menjadi salah satu sektor yang memiliki perputaran ekonomi tinggi di dalamnya dan dapat membantu perekonomian negara seperti yang diungkapkan Pariwisata Widiyanti, pariwisata mampu terus tumbuh dan memberikan dampak nyata bagi perekonomian Indonesia (Kementerian Pariwisata, 2025).

Di Indonesia sendiri memiliki banyak destinasi wisata di berbagai daerah, hampir di setiap provinsi memiliki destinasi wisata unggulan masing – masing yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Salah satu daerah yang memiliki potensi pariwisata yang baik adalah Daerah Istimewa Yogyakarta. DIY sendiri memiliki tingkat kunjungan wisatawan yang tinggi dan meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, jumlah wisatawan yang berkunjung adalah 7.948.527 wisatawan, hal ini dikarenakan adanya pandemi yang menghambat mobilitas di seluruh dunia. Selanjutnya terjadi kenaikan secara perlahan di tahun 2021 dengan total kunjungan 9.170.044. Peningkatan tertinggi terjadi dpada tahun 2022 menuju 2023 dengan total peningkatan sebanyak 15.525.844 peningkatan ini terjadi karena sudah berakhirnya pandemi dan masyarakat diberi kebebasan untuk bepergian oleh pemerintah. Data tersebut diambil dari laman Badan Pusat Statistik Yogyakarta yang dapat ditunjukkan dalam grafik 1.2 di bawah.

Gambar 1. 2 Grafik peningkatan kunjungan wisatawan ke DIY tahun 2020-2024



Sumber : yogyakarta.bps.go.id, 2025

Sebagai salah satu provinsi dengan jumlah kunjungan wisatawan yang cukup tinggi, Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki kenampakan geografis yang cukup lengkap mulai dari gunung, laut, bukit, pegunungan, dataran rendah dan wilayah perkotaan menjadikan Yogyakarta menjadi salah satu provinsi tujuan wisata baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal dalam negeri. Selain kenampakan alam, Daerah Istimewa Yogyakarta juga memiliki budaya yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Dengan alam dan budaya inilah Yogyakarta menjadi salah satu destinasi pariwisata yang diperhitungkan di Indonesia (Nugraha et al., 2023)

Kabupaten Bantul merupakan salah kabupaten yang masuk ke dalam wilayah administrasi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kabupaten Bantul memiliki perkembangan yang signifikan dalam sektor pariwisata, hal ini dapat terjadi karena di Kabupaten Bantul terdiri dari berbagai objek wisata yang potensial, berkembang, dan maju, selain itu terdapat faktor pendukung lain seperti ketersediaan fasilitas, aksesibilitas yang baik, keberlanjutan keselarasan dengan kebijakan dan masyarakat, serta ketersediaan fasilitas protokol kesehatan yang baik (Widiyastuti et al., 2023). Peningkatan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Bantul meningkat terhitung dari tahun 2020 sampai

2022, dengan jumlah peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2021 menuju 2022 dengan total peningkatan sekitar 650.000 kunjungan. Data tersebut diambil dari beberapa sumber laman pemerintahan dan laman berita yang dirangkum dan dapat dilihat pada grafik 1.3 di bawah.

Gambar 1. 3 Jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Bantul 2020-2022



Sumber : Elaborasi penulis, 2025

Keberagaman destinasi wisata alam seperti pantai, perbukitan, serta kekayaan budaya yang masih lestari, menjadikan Kabupaten Bantul salah satu daerah tujuan utama wisatawan. Tingginya minat kunjungan tersebut tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi, tetapi juga mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat akan potensi lokal yang dimiliki. Obyek wisata yang ada di Bantul mempunyai prospek yang menarik untuk masa depan karena sebagian besar dirintis oleh solidaritas masyarakat setempat (Widiyastuti et al., 2023). Hal ini terlihat dari berbagai upaya masyarakat yang mengembangkan destinasi wisata di lingkungan sekitarnya, salah satunya adalah pendirian dan pengelolaan desa wisata. Salah satu contoh desa wisata yang sedang berkembang dan mencerminkan sinergi antara potensi alam dan budaya lokal adalah Desa Wisata Bendo Nyawiji yang terletak di Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul.

Bendo adalah Dusun yang terletak di kelurahan Trimurti, Kecamatan Srandakan, Bantul Yogyakarta. Di Bendo alam terlihat indah dan sejuk

karena banyak ditemui pepohonan rindang, dan menyimpan banyak peninggalan seni budaya, sehingga menjadikan desa ini menjadi salah satu destinasi wisata di Srandakan (Suud et al., 2023). Selanjutnya Dusun Bendo menamakan dusunnya menjadi Desa Wisata Bendo Nyawiji yang diinisiasi oleh kepala Dusun Bendo yaitu Partono. Partono memutuskan untuk memulai desa wisata ini lantaran masyarakat di dusun tersebut sebagian besar bermata pencaharian sebagai penambang pasir di Sungai Progo, mengingat suatu saat sumber daya pasir pasti akan habis maka Partono mengajak masyarakat untuk mencari sumber mata pencaharian baru dengan memaksimalkan potensi yang sudah ada di dalam Padukuhan Bendo itu sendiri. Proyek Desa Wisata Bendo ini dimulai dari tahun 2020, dimulai dari *soft opening* yang dilakukan pada tanggal 3 Oktober 2020. Desa Wisata Bendo menggelar acara *fashion show* dan lomba fotografi yang selanjutnya dilanjutkan dengan acara-acara lain seperti pasar pagi, lomba mewarnai, pelatihan olahan bahan tradisional dan seminar yang membahas napak tilas di yang ada di Dusun Bendo.

Gambar 1. 4 *Fashion show soft opening* Desa Wisata Bendo



Sumber : Aset Desa Wisata Bendo Nyawiji, 2020

Dalam kegiatan-kegiatan yang digelar oleh Desa Wisata Bendo tersebut tak jarang menghadirkan para tokoh-tokoh penting, baik dari kalangan pejabat lokal, seniman, ahli sejarah, sampai artis dan *influencer* seperti Kunto Aji, Sakti

mantan gitaris band Sheila on 7, Pidi Baiq, Laode Master Chef Indonesia 8 dan beberapa lainnya. Selain itu, Desa Wisata ini juga menjadi latar video klip musik Idgitaf dan Kunto Aji. Selain dengan adanya beberapa *public figure* yang berkunjung, Desa Wisata Bendo sendiri memiliki atraksi yang sudah ada sebelumnya. Adapun atraksi-atraksi tersebut antara lain adalah suasana perdesaan yang masih asri lengkap dengan kegiatan masyarakat perdesaan yang bisa wisatawan ikuti, sebagai contohnya adalah kegiatan menanam padi, memasak menggunakan tungku tradisional.

Gambar 1. 5 Public figure yang berkegiatan di Desa Wisata Bendo Nyawiji



Sumber : Olahan penulis dari YouTube dan Facebook, 2025.

Selain menampilkan suasana perdesaan, desa wisata ini juga menyediakan kenampakan alam berupa Sungai Progo yang bisa wisatawan nikmati dari bantaran sungai sembari menikmati makanan dan minuman yang diujakan oleh masyarakat Bendo, dan seperti desa wisata pada umumnya, di Desa Wisata Bendo ini juga menyediakan paket wisata maupun *outbond* untuk para wisatawan.

Gambar 1. 6 Flyer event Desa Wisata Bendo Nyawiji



Sumber : Facebook @Destinasi Bendo Nyawiji, 2021

Desa Wisata Bendo merupakan salah satu desa wisata yang di dalamnya memiliki kearifan lokal berupa kesenian dan kerajinan yang ditekuni oleh masyarakatnya dan dari kearifan lokal tersebut menjadi mata pencaharian untuk Sebagian masyarakat di dusun tersebut. Kearifan lokal yang ada di Dusun Bendo antara lain adalah sanggar tari Naeswari yang berfokus pada pelatihan tari-tari tradisional untuk kalangan anak-anak sampai dewasa, selanjutnya ada wisata edukasi pelatihan gamelan jawa, kerajinan kentongan, kerajinan blangkon jawa (Arcana et al., 2021; Syahiffah et al., 2024).

Gambar 1. 7 Proses pembuatan Mie Lethek



Sumber : Instagram @mithaprs, 2024

Di Dusun Bendo juga terdapat pabrik pembuatan mie tradisional khas Kabupaten Bantul yakni mie letheak yang sudah tercatat sebagai warisan budaya domain Kemahiran dan Kerajinan Tradisional oleh Kemdikbud dengan No SK : 362/M/2019 Tanggal SK : 2019. Selain didatangi oleh wisatawan untuk berlibur, Desa Wisata Bendo ini juga menjadi salah satu tujuan untuk *study visit*, sebagai contohnya adalah kunjungan dari Universitas Gadjah Mada dan mahasiswa pertukaran pelajar dari beberapa negara pada bulan Agustus, 2024 lalu dan kunjungan pertukaran mahasiswa dari 30 provinsi di Indonesia pada Bulan Mei, 2024.

Gambar 1. 8 *Student visit* dari mancanegara



Sumber : Instagram @mithaprs, 2024

Sebagai desa wisata yang sedang merintis dan memiliki potensi besar untuk menjadi desa wisata yang mandiri, pengelola desa wisata sudah membuat logo beserta filosofinya. Namun setelah dilakukan peninjauan ulang, logo yang sudah dibuat kurang bisa menggambarkan filosofi dari desa wisata tersebut, selain itu visual logo yang sudah dibuat juga belum bisa menunjukkan ciri dari desa wisata tersebut. Ada juga beberapa bagian dari logo yang sudah dibuat namun belum memenuhi prinsip-prinsip desain grafis, seperti prinsip gestalt seperti penyederhanaan (*simplicity*), keseimbangan (*balance*), dan konsistensi elemen, yang merupakan dasar dalam menciptakan identitas visual yang efektif

(Suprayitno, 2017). Karena itu, dirasa diperlukan perancangan ulang untuk identitas visualnya.

Gambar 1. 9 Logo Desa Wisata Bendo Nyawiji



Sumber : Aset Desa Wisata, 2020

Dari gambar 1.11 tersebut memiliki beberapa kelemahan seperti terdapat bagian yang terlalu detail pada bagian daun pohon bendo yang merupakan asal-usul nama dusun tersebut sehingga ketika diaplikasikan di media yang kecil akan menurun tingkat keterlihatannya (*visibility*) (Hosseini et al., 2025). Masih dari masalah keterlihatan, pada bagian keris juga masih terlalu detail dan akan berdampak apabila diaplikasikan ke dalam media yang kecil. Kemudian dari sisi warna, warna hitam dirasa kurang menggambarkan kesan dari batang pohon bendo dan tanah yang ada dalam logo tersebut. Untuk warna biru dan hijau sudah baik hanya perlu dilakukan sentuhan ulang pada bentuknya untuk menambah kesan dinamis dan menonjolkan sisi budaya Jawa yang diinginkan dari pihak desa wisata. Pada bagian teks masih kurang menunjukkan sisi dinamis dan masih terlalu kaku dan terkesan kurang atraktif secara visual. Selain dari segi visual, logo yang sudah ada juga memiliki kelemahan dalam elemen yang tidak orisinal sehingga akan menimbulkan permasalahan pada legalitas logo, sehingga logo belum bisa digunakan secara maksimal karena belum memiliki legalitas yang jelas dan pasti (Fitria & Irianto, 2025)

Melihat faktor-faktor yang ada maka perlu diambil langkah yakni perancangan ulang identitas visual. Perancangan ulang adalah sebuah langkah pemberian visual yang baru dan relevan terhadap perusahaan, memberikan value lebih terhadap suatu *brand* dengan konsep yang cocok agar *brand* yang diciptakan mempunyai pembeda dengan yang lain, supaya terciptan hubungan emosional dengan konsumen (Bhargawa et al., 2022). Dalam karya ini, perancangan ulang bertujuan untuk memberikan pembaruan terhadap visual logo yang sesuai dengan filosofi dari Desa Wisata Bendo Nyawiji dan sesuai dengan prinsip-prinsip desain, selain itu perancangan ulang logo ini juga menjadi media promosi dari Desa Wisata Bendo Nyawiji, hal ini ditujukan karena logo merepresentasikan visual dari semua tujuan, nilai, visi, dan misi yang ingin dicapai oleh desa wisata tersebut. Dalam perancangan ulang identitas visual ini tidak hanya sekedar mengganti tampilan visual, tetapi juga menegaskan ulang pesan yang ingin disampaikan oleh Desa Wisata Bendo Nyawiji kepada masyarakat luas. Selain itu, karena logo yang sebelumnya belum memiliki legalitas yang jelas, penulis akan membantu proses pendaftaran legalitas atau HKI, sehingga nanti identitas visual yang berupa logo ini dapat digunakan secara leluasa tanpa ada batasan dalam masalah legalitas. Penulis juga akan berusaha mewujudkan identitas visual dalam bentuk logo desa wisata yang mencakup variasi elemen di dalamnya seperti tipografi, warna, dan simbol yang dapat merepresentasikan Desa Wisata Bendo Nyawiji. Nantinya identitas visual baru ini diharapkan dapat menjadi identitas khas Desa Wisata Bendo Nyawiji, serta menjadi media promosi sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata ini.

1.2 Manfaat penciptaan karya

Pada bagian ini mahasiswa akan menjelaskan dua jenis manfaat dari skripsi karya yang telah disusun, dua manfaat ini adalah **manfaat akademis** dan **manfaat praktis**

1.4.1 Manfaat Akademis

- a) Karya ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk media pembelajaran dan menambah wawasan serta referensi untuk eksplorasi visual maupun pendekatan yang digunakan dalam perancangan
- b) Untuk menerapkan teori komunikasi yang telah dipelajari perancang selama berkuliah di Universitas Amikom Yogyakarta Khususnya pada lingkup teori identitas visual.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi Desa Wisata Bendo, identitas visual yang menarik dapat meningkatkan dan membantu dalam promosi. Identitas visual yang telah dirancang ulang dapat digunakan dalam berbagai media promosi seperti brosur, media sosial, banner, poster, dan merchandise.
- b) Bagi wisatawan, identitas visual dapat memudahkan untuk mengingat identitas dan eksistensi dari Desa Wisata Bendo.
- c) Identitas visual dapat memperkuat identitas dari Desa Wisata Bendo, selain itu identitas visual juga bisa menjadi salah satu alat promosi yang mudah dikenali oleh masyarakat karena dalam identitas visual terdapat karakter dan identitas Desa Wisata Bendo.
- d) Pembuatan karya ini dapat memberikan legalitas untuk identitas visual original Desa Wisata Bendo Nyawiji sehingga untuk kedepannya pihak desa wisata dapat menggunakan identitas visual yang ada tanpa khawatir dalam masalah hak cipta.