

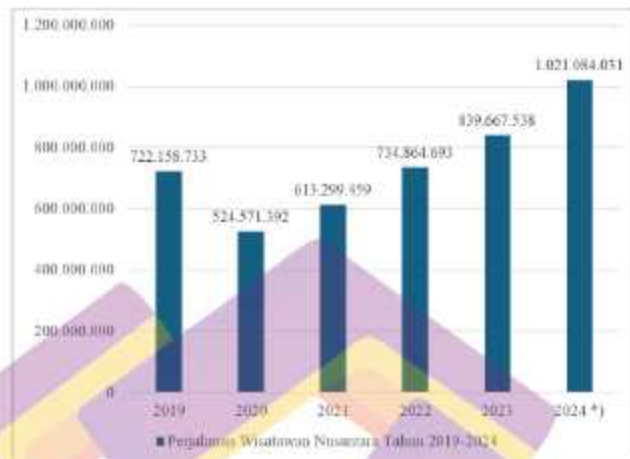
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penciptaan Karya

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata didefinisikan sebagai serangkaian aktivitas perjalanan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang diselenggarakan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, maupun pemerintah daerah. Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dari suatu tempat menuju tempat lain dalam kurun waktu tertentu, dengan tujuan utama untuk rekreasi dan hiburan (Prayogo dan Febrianita dalam Ulya et al., 2023). Pariwisata di Indonesia menjadi salah satu sektor strategis dalam perekonomian nasional. Selain berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, sektor ini juga dipandang memiliki potensi signifikan dalam menurunkan tingkat pengangguran (Aliansyah dan Wawan, 2019).

Sejak pandemi COVID-19 mereda, pertumbuhan kunjungan pariwisata domestik Indonesia kian meningkat. Berdasarkan Kementrian Pariwisata Republik Indonesia (KEMENPAR) pada tahun 2025 tercatat pada tahun 2021 kunjungan pariwisata nusantara Indonesia berjumlah 613 juta kunjungan. Pada tahun 2022, kunjungan pariwisata nusantara di Indonesia mengalami kenaikan sebanyak 19,82%. Selanjutnya, pada tahun 2023 kunjungan pariwisata nusantara di Indonesia mengalami kenaikan sebanyak 14,26%. Terakhir, pada tahun lalu yaitu tahun 2024, untuk sementara data kunjungan pariwisata nusantara Indonesia mengalami kenaikan sebanyak 21,61%. Menurut KEMENPAR (2025) mayoritas pakar dengan presentase 46,15% menyebutkan bahwa destinasi pariwisata yang unggul dalam kualitas dan inovasi memegang peranan strategis dalam mendorong pertumbuhan sektor pariwisata secara berkelanjutan.



Gambar 1.1 Grafik Statistik Pertumbuhan Pariwisata Nusantara Indonesia Tahun 2019 hingga 2024.

Sumber : kemenpar.go.id, 2025.

Berdasarkan data yang tersedia, Indonesia menunjukkan tren peningkatan kunjungan wisatawan nusantara dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut antara lain dipengaruhi oleh keberadaan destinasi wisata unggulan, sebagaimana telah dipublikasikan oleh Kementerian Pariwisata sebelumnya. Salah satu destinasi wisata yang unggul berada pada provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut rri.co.id (2025) Yogyakarta tetap menjadi daerah favorit untuk kunjungan pariwisata. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Yogyakarta juga telah mengalami kenaikan kunjungan pariwisata nusantara dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa Yogyakarta tetap memiliki potensi dalam sektor pariwisata untuk menaikkan ekonomi negara. Pada tahun 2019, Yogyakarta memiliki kunjungan wisata nusantara sebanyak 20.407.076 kunjungan. Pada tahun berikutnya, tahun 2020, kunjungan pariwisata nusantara Yogyakarta menurun -4% dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 19.591.482 kunjungan. Tetapi, pada tahun-tahun setelahnya, setelah COVID-19 mereda kunjungan pariwisata nusantara di Yogyakarta kian meningkat. Di tahun 2021 tercatat sebanyak 22.834.000 kunjungan, pada tahun 2022 tercatat sebanyak 25.743.590 kunjungan, pada tahun

2023 tercatat sebanyak 30.437.069 kunjungan dan tercatat sebanyak 38.030.739 kunjungan pada tahun 2024 lalu.

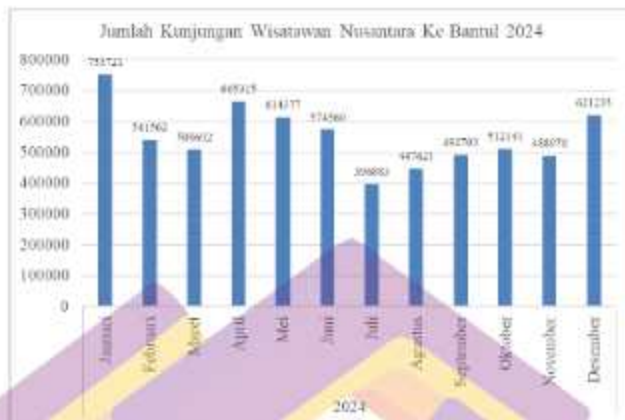


Gambar 1.2 Grafik Statistik Kunjungan Pariwisata Nusantara ke Yogyakarta Tahun 2019 hingga 2024.

Sumber : yogyakarta.bps.go.id, 2025.

Dari data yang telah disediakan oleh Badan Pusat Statistik, terlihat jelas bahwa Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami kenaikan kunjungan pariwisata nusantara setiap tahunnya. Hal ini dipicu karena banyaknya destinasi wisata yang dihadirkan. Dari berbagai daerah yang menawarkan destinasi wisata yang bagus untuk dikunjungi, Kabupaten Bantul menjadi salah satunya.

Pada tahun 2024, berdasarkan BPS (2025), Kabupaten Bantul mengalami kunjungan wisatawan nusantara yang konsisten dan relatif banyak. Total kunjungan wisatawan dari Januari hingga desember tercatat sebanyak 6.617.696 kunjungan. Data ini menunjukkan antusiasme wisatawan dalam mengunjungi Kabupaten Bantul sebagai destinasi wisata.



Gambar 1.3 Grafik Statistik Kunjungan Pariwisata Nusantara ke Bantul Pada Tahun 2024.

Sumber : yogyakarta.bps.go.id, 2025.

Dari data yang telah dicatat oleh BPS, terlihat bahwa Kabupaten Bantul menjadi destinasi wisata yang digemari oleh para wisatawan pada tahun 2024. Menurut dpmp.bantulkab.go.id (2024), Kabupaten Bantul menjadi destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan disebabkan oleh beberapa destinasi wisata seperti jasa kuliner, jasa akomodasi, jasa angkutan, jasa biro perjalanan wisata atau *travel agent*, industri kerajinan, dan industri kreatif digital yang semakin berkembang. Selain itu, wisata alam seperti Goa Cermee, daerah Mangunan, dan pesisir pantai juga menjadi faktor penyebab kunjungan wisata di Kabupaten Bantul. Berkaitan dengan wisata alam di Kabupaten Bantul, terdapat wisata alam yang dapat dipertimbangkan wisatawan sebagai destinasi wisata yang terjangkau seperti Lembah Oya Kedungjati.



Gambar 1.4 Wisata Lembah Oya Kedungjati.

Sumber : Instagram lembahoyo_kedungjati, 2024.

Lembah Oya Kedungjati, yang berlokasi di Selopamiro, Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, merupakan salah satu destinasi wisata alam yang menonjol karena karakteristik geomorfologis dan potensi ekowisatanya yang terletak di kawasan lembah Sungai Oya dan dikelilingi oleh formasi perbukitan karst (jogja.idntimes.com, 2023). Lembah Oya Kedungjati ini memiliki pemandangan yang indah, mudah diakses, dan menawarkan harga yang terjangkau. Aktivitas utama yang ditawarkan adalah susur sungai menggunakan kano atau perahu karet, dengan dua pilihan rute yakni rute pendek (± 1 km) dan rute panjang ($\pm 5,4$ km), yang keduanya ditawarkan dengan biaya terjangkau (liputan6.com, 2024). Selain nilai rekreasi, kawasan ini juga memiliki daya tarik visual yang tinggi, seperti batu yang secara alami menyerupai kubah masjid serta pohon ingas berusia lebih dari seratus tahun, yang kerap dimanfaatkan sebagai objek fotografi (jogja.idntimes.com, 2023). Fasilitas penunjang seperti area parkir,

warung makan, kamar mandi, tempat istirahat, hingga area perkemahan di tepi sungai turut mendukung kenyamanan pengunjung (jogja.idntimes.com, 2023). Dengan potensi keindahan alam yang relatif masih terjaga serta beragam aktivitas wisata berbasis alam, Lembah Oya Kedungjati layak dipertimbangkan sebagai kawasan unggulan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di wilayah Bantul (jogja.idntimes.com, 2023).

Lembah Oya Kedungjati secara resmi dibuka pada 28 Mei 2023 sempat ditutup karena adanya laka di sekitar sungai Oya dan resmi dibuka kembali oleh Dinas Pariwisata Kota Bantul pada 6 September 2023 (youtube.com/@SEPUTARJOGJATVOfficial, 2023). Tujuan Lembah Oya di buka kembali adalah untuk menghidupkan kembali wisata air di sekeliling Sungai Oya yang sempat ditutup untuk sementara (youtube.com/@SEPUTARJOGJATVOfficial, 2023). Telah disampaikan oleh dinas pariwisata Bantul bahwa Lembah Oya Kedungjati dapat membantu perekonomian lokal sehingga dengan dukungan dari warga setempat, pihak dari kecamatan, serta aparat-aparat setempat, Lembah Oya Kedungjati telah memberikan fasilitas yang lengkap (youtube.com/@SEPUTARJOGJATVOfficial, 2023).



Gambar 1.5 Pembukaan Kembali Lembah Oya Kedungjati.

Sumber : youtube.com/@SEPUTARJOGJATVOfficial, 2023.

Upaya pelestarian budaya dan lingkungan dilakukan oleh Lembah Oya Kedungjati dan ditunjukkan melalui Festival Merti Kali Oya yang diselenggarakan pada 27 Oktober 2024 ([youtube.com/@bantultv_id](https://www.youtube.com/@bantultv_id), 2024). Festival ini melibatkan banyak pihak, termasuk pemerintah tingkat kelurahan dan kecamatan, serta berbagai instansi seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Bantul, Dinas Pendidikan, Dinas Kelautan dan Ketahanan Pangan, Dinas Perhutanan, dan Dinas Kebudayaan. Selain itu, acara ini juga dihadiri oleh TNI, Polri, PDAM, Akademi Teknologi Akprind, organisasi tingkat desa, serta perwakilan Abdi Dalem dari Keraton Yogyakarta ([youtube.com/@bantultv_id](https://www.youtube.com/@bantultv_id), [instagram.com/himabisdi.akprind](https://www.instagram.com/himabisdi.akprind), [instagram.com/lembahoyo_kedungjati](https://www.instagram.com/lembahoyo_kedungjati), 2024). Festival tersebut bertujuan untuk menghidupkan kembali semangat tradisi budaya sekaligus membangun hubungan harmonis antara manusia dan alam. Festival ini bukan sekadar ajang seremonial, namun juga cara untuk membangkitkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga keselarasan antara kebudayaan dan lingkungan ([youtube.com/@bantultv_id](https://www.youtube.com/@bantultv_id), 2024).



Gambar 1.6 Festival Kali Oya.

Sumber : [youtube.com/@bantultv_id](https://www.youtube.com/@bantultv_id), 2024.

Secara keseluruhan, Lembah Oya di Kedungjati menunjukkan bagaimana integrasi antara pelestarian budaya, konservasi lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat dapat menciptakan desa wisata yang berkelanjutan dan memberikan

manfaat bagi semua pihak. Namun, meskipun memiliki potensi yang sangat besar, Lembah Oya Kedungjati menghadapi kelemahan berupa kurangnya kekuatan dalam aspek identitas visual. Lembah Oya Kedungjati hanya memiliki logo yang menjadi identitas visualnya di sosial media Instagram saja.

Identitas visual dapat berupa logo yang berperan penting dalam mendukung media promosi, sehingga tercipta kesinambungan antara satu media dengan media lainnya (Kurniansyah & Eko, 2021). Lembah Oya Kedungjati memiliki logo yang berfungsi sebagai identitas visual. Logo tersebut menggambarkan figur seseorang yang sedang mendayung kano di sebuah lembah (Instagram/@lembahoyo_kedungjati, 2023). Namun, identitas visual yang diusung hanya sebuah logo yang dibuat secara mendadak tanpa ada rencana guna membangun identitas visual yang akan digunakan sebagai kegiatan komersial maupun demi kebutuhan formal. (Pengelola Kedungjati, 2025)



Gambar 1.7 Logo Lembah Oya Kedungjati.

Sumber : Instagram lembahoyo_kedungjati, 2023.

Berdasarkan observasi terhadap upaya promosi yang dilakukan oleh Lembah Oya Kedungjati, diketahui bahwa pihak Lembah Oya Kedungjati hanya menggunakan logo mereka sebagai identitas dalam unggahan yang bersifat penting atau formal di akun Instagram mereka. Dengan potensi yang dimiliki oleh Lembah

Oya Kedungjati, situasi ini kurang memenuhi kebutuhan promosi di berbagai media. Membangun identitas visual yang kuat merupakan aspek yang sangat penting dalam menjalankan sebuah bisnis, karena identitas visual yang kuat dapat menjadi citra yang mudah dikenali dan diingat oleh khalayak (Yoselinus et al., 2022). Oleh karena itu, penulis menjalankan program Tugas Akhir ini yang difokuskan pada upaya perancangan ulang logo wisata alam Lembah Oya Kedungjati sebagai langkah strategis untuk memperkuat identitas Lembah Oya Kedungjati bagi para wisatawan yang dapat diimplementasikan diberbagai media yang mudah dikenali oleh para wisatawan.

Selain memberikan dampak pada pengembangan pariwisata secara praktis, permasalahan ini juga memiliki relevansi akademis yang signifikan. Perancangan ulang logo Lembah Oya Kedungjati menjadi topik yang penting untuk dikaji karena menawarkan kesempatan untuk mengaplikasikan teori pemasaran, desain visual, dan manajemen desain visual ke dalam konteks pemasaran. Perancangan ulang identitas visual ini tidak hanya memberikan solusi praktis bagi pengembangan destinasi wisata, tetapi juga berkontribusi pada literatur akademik di bidang pariwisata dan pemasaran. Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, inti utama dari rumusan masalah dalam karya ini adalah bagaimana merancang ulang dan menerapkan identitas visual Lembah Oya Kedungjati untuk meningkatkan kegiatan promosi baik secara *offline* maupun *online*.

Perancangan ulang identitas berbagai elemen visual Lembah Oya Kedungjati bertujuan untuk menciptakan identitas yang original guna meningkatkan kebutuhan promosi demi mudah mengenalkan destinasi wisata ke khalayak luas. Selain itu, perancangan ulang identitas visual ini juga ditujukan untuk mengemas keunggulan dari Lembah Oya Kedungjati dalam gaya yang lebih modern. Proses perancangan ulang ini dilakukan dengan mengacu pada manual standar grafis untuk memastikan keseragaman ukuran serta konsistensi dalam penggunaan warna, sehingga identitas visual yang dihasilkan memiliki karakter yang kuat dan mudah dikenali.

1.2 Manfaat

1.2.1 Manfaat Praktis

1. Logo merupakan elemen visual yang berperan sebagai simbol utama untuk merepresentasikan suatu merek, organisasi, atau produk. Fungsinya adalah mempermudah masyarakat dalam mengenali sebuah entitas tanpa memerlukan deskripsi panjang. Dengan demikian, logo menjadi "wajah" yang mencerminkan karakter dan esensi entitas tersebut.
2. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, logo menjadi elemen utama untuk menciptakan perbedaan antara satu merek dengan merek lainnya. Logo yang dirancang secara unik dan relevan memungkinkan merek tampil lebih menonjol dibandingkan pesaing.

1.2.2 Manfaat Akademis

1. Sebagai salah satu kontribusi pada pengayaan literatur akademik di bidang desain grafis dan promosi. Perancangan ulang logo ini dapat memberikan sudut pandang baru yang relevan bagi pengembangan teori di bidang tersebut.
2. Dapat memberikan pengetahuan mendalam tentang prinsip-prinsip desain visual yang efektif, terutama dalam konteks rebranding logo. Elemen-elemen seperti warna, bentuk, tipografi, dan komposisi akan dianalisis untuk menciptakan logo yang mampu mewakili identitas perusahaan secara optimal.
3. Sebagai salah satu referensi pentingnya konsistensi dalam penggunaan logo untuk membangun identitas merek yang kuat, misalnya dengan menerapkan *Graphic Standard Manual (GSM)* yang mengatur penggunaan logo di berbagai media.