



Journal of Human And Education
Volume 4, No. 4, Tahun 2023, pp 539-544
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Strategi Pengembangan Identitas Visual Profesional Untuk Pariwisata Desa Tajuk Kecamatan Getasan Melalui Pembuatan Logo

Dede Katrisna¹, Zahrotul Umami², Agnes Putri Istiwana³, Arvio Andriano⁴

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang
Email: 115202202519@mhs.dinus.ac.id¹, zahrotul.umami@dsn.dinus.ac.id²,
112202206797@mhs.dinus.ac.id³, 114202203876@mhs.dinus.ac.id⁴

Abstrak

Pengembangan identitas visual untuk Desa Tajuk bertujuan untuk menciptakan logo yang mencerminkan karakteristik unik dan pesan dari desa tersebut. Penelitian ini diawali dengan analisis mendalam melalui observasi langsung di beberapa lokasi wisata di Desa Tajuk, seperti Hutan Pinus Teamo. Data visual yang diperoleh digunakan dalam brainstorming untuk menghasilkan konsep logo yang kuat. Logo yang dihasilkan menggunakan simbol pohon pinus yang membentuk huruf "T" dan "S", melambangkan "Tajuk", "Tourism", dan "Smart". Penambahan elemen warna hijau memperkuat identitas visual Desa Tajuk sebagai daerah yang asri dan menyejukkan. Implementasi logo dilakukan di media sosial dan materi promosi lainnya untuk memperkuat branding wisata Tajuk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa logo yang dirancang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga kaya akan makna, relevan dengan karakteristik dan nilai-nilai Desa Tajuk, dan mampu mendukung upaya branding dan promosi wisata yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Identita visual, logo, Desa Tajuk, Branding, Wisata*

Abstract

The development of visual identity for Tajuk Village aims to create a logo that reflects the unique characteristics and message of the village. This research began with in-depth analysis through direct observation in several tourist locations in Tajuk Village, such as the Tiamo Pine Forest. The visual data obtained was used in brainstorming to produce a strong logo concept. The resulting logo uses the symbol of a pine tree forming the letters "T" and "S", representing "Tajuk", "Tourism", and "Smart". The addition of green elements strengthens the visual identity of Tajuk Village as a lush and refreshing area. The logo was implemented on social media and other promotional materials to strengthen Tajuk's tourism branding. The research results show that the designed logo is not only visually appealing but also meaningful, relevant to the characteristics and values of Tajuk Village, and able to support sustainable tourism branding and promotion efforts.

Keywords: *visual identity, logo, Tajuk Village, branding, tourism*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan serangkaian kegiatan terkait dengan pariwisata yang bersifat multidimensi dan muncul sebagai kebutuhan orang serta negara. Pariwisata mencakup interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal setempat. Pariwisata didefinisikan sebagai suatu bentuk perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara dan dilakukan oleh perorangan maupun kelompok sebagai usaha mencari keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Selain itu pariwisata menjadi mesin penggerak ekonomi pemerintah terus menggiatkan sektor pariwisata sebagai pilar pembangunan nasional karena kemampuannya dalam mendukung perekonomian negara (Choirunnisa et al., 2021)

Desa wisata merupakan salah satu bentuk industri pariwisata yang bergerak di kegiatan perjalanan wisata dengan tujuan supaya wisatawan memiliki keinginan untuk menggunakan produk dari desa wisata. Dengan pengembangan desa wisata, diharapkan tercipta pemerataan

Copyright: Dede Katrisna, Zahrotul Umami, Agnes Putri Istiwana, Arvio Andriano

yang sejalan dengan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan (Budhi Pamungkas Gautama et al., 2020). Dapat mewujudkan kombinasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung lainnya yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku sehingga dapat menjadikan desa tersebut sebagai tujuan wisata.

Desa Tajuk adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. Secara geografis Desa Tajuk terletak di Lereng Gunung Merbabu sehingga Desa Tajuk memiliki pesona alam yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata. Potensi wisata yang dimiliki desa ini antara lain G-PASS, Air Terjun Gedong, Hutan Wisata Tiamo, Candi Sokowolu, Wisata Dung Kluruk, dan pesona wisata Kali Pasang (Indiwo et al., 2022). Potensi wisata yang dimiliki Desa Tajuk dapat dimanfaatkan oleh warga setempat untuk meningkatkan perekonomian dengan membangun beberapa produk wisata dari pengolahan berbagai hasil sektor pertanian seperti kopi, kol, cabai, dan hasil kebun lainnya. Terdapat juga Wisata Dung Kluruk yang dikelola oleh BUMDES dengan fasilitas yang memadai untuk destinasi wisata, Wisata camping ground di Tiamo yang dikelola oleh kelompok karang taruna. Untuk mengembangkan potensi wisata suatu desa supaya dapat menarik wisatawan, diperlukannya branding yang kuat seperti suatu identitas visual sebagai bentuk branding wisata supaya dapat melakukan promosi atau audiensi ke wisatawan secara efektif. Salah satu bentuk identitas visual yaitu pembentukan logo untuk wisata dan berbagai desain lainnya yang telah disusun.

Logo adalah elemen grafis yang berfungsi untuk mewakili dan mengidentifikasi sebuah entitas atau produk dengan cara yang unik dan mudah dikenali (Varlina et al., 2022). Logo juga dapat disebut sebagai simbol, tanda gambar, merek dagang yang berfungsi sebagai identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal. Logo berperan penting dalam meningkatkan pengenalan dan loyalitas pelanggan terhadap merek dengan menjadi simbol visual yang mudah dikenali dan diingat (Saputro et al., n.d.). Memiliki logo yang profesional merupakan kebutuhan dalam bisnis digital, di mana persaingan sangat ketat di era revolusi industri 5.0. Jurnal ini bertujuan untuk memperkuat identitas visual Desa Wisata Tajuk melalui pembuatan logo yang unik dan representative dengan fokus pada konteks meningkatkan sektor pariwisata di Desa Tajuk, Kecamatan Getasan (Batubara et al., 2023).

METODE

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi secara langsung dengan pihak pengelola tempat wisata yang berpartisipasi dalam pembuatan logo. Pembuatan identitas visual Desa Wisata Tajuk dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu: (Sulistyo et al., 2024)

1. Penelitian Awal

Pada tahap penelitian awal atau persiapan, tim melakukan survey secara langsung ke lokasi bersama pihak pengelola wisata untuk mengetahui permasalahan dan kondisi destinasi wisata tersebut. Selain melakukan survey, tim juga melakukan observasi dengan cara wawancara dengan pihak pengelola tempat wisata.



Gambar 1 Survey Masyarakat

2. Pengumpulan Inspirasi dan ide

Pengumpulan inspirasi dan ide dilakukan dengan cara observasi dan brainstorming antar tim dengan pihak pengelola wisata. Hasil dari observasi mendapatkan Hutan Wisata Teamo yang dapat dijadikan ide untuk pembuatan logo dikarenakan pada wisata Teamo menawarkan pemandangan hutan pinus yang biasanya digunakan wisatawan untuk camping ground.

Selain itu, karena letak geografis Desa Tajuk yang berada di Lereng Gunung Merbabu dan hal tersebut dapat menjadi icon supaya Desa Tajuk lebih dikenal oleh wisatawan.

3. Konsep Desain

Konsep desain logo tajuk terinspirasi dari pohon pinus yang berada di Hutan Teamo dan diaplikasikan ke desain logo sebagai salah satu wujud khas dari Desa Tajuk dikarenakan Teamo masih berada di wilayah Tajuk. Kemudian dikarenakan Tajuk berada di Lereng Gunung Merbabu, icon gunung menjadi pilihan desain untuk logo tajuk, selain itu Desa Tajuk juga desa yang terletak di daerah perbukitan sehingga elemen perbukitan menjadi salah satu desain logo tajuk.

4. Implementasi

Implementasi hasil desain logo tajuk diterapkan pada akun social media seperti:

- Instagram PPK Ormawa Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer https://www.instagram.com/ppkormawa_bemfikudinus?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==
- Instagram Tajuk Smart Tourism Official https://www.instagram.com/tajuksmarttourism.official?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==
- Tiktok Tajuk Smart Tourism https://www.tiktok.com/@tstbemfik?_t=8o6Cwukcsvo&_r=1

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pengembangan Identitas Visual Tajuk

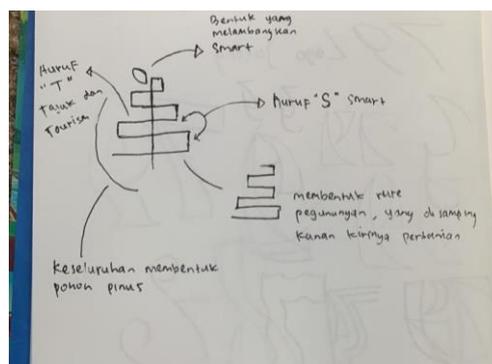
Strategi pengembangan identitas visual logo yang jelas sangat penting dalam hal memperkuat brand dan pesan yang ingin disampaikan. Strategi yang dapat diterapkan adalah:

1. Analisis

Analisis diperlukan dalam pembuatan logo atau identitas visual agar dapat mengetahui tren dan pemahaman tentang target pasarnya. Hal ini dapat membantu mengidentifikasi karakteristik unik yang dapat diintegrasikan ke dalam desain logo. Proses analisis dan perancangan logo Tajuk diawali dengan observasi secara langsung ke beberapa wisata yang ada di Desa Tajuk, proses observasi dilakukan bersama dengan beberapa pengelola wisata. Hasil dari observasi mendapatkan informasi berupa gambaran visual dari salah satu destinasi wisata yaitu Hutan pinus Tiamo. Data dari hasil observasi akan menjadi bahan dalam proses brainstorming untuk menemukan konsep dan visual yang akan digunakan.

2. Konsep dan Brainstorming

Brainstorming mengenai konsep dan ide desain logo dengan mempertimbangkan berbagai gaya, warna, dan simbol yang relevan dengan brand.



Gambar 2 Pengumpulan Ide dan Inspirasi

- Simbol pohon pinus yang berada di Hutan Teamo, membentuk huruf "T" melambangkan Tajuk dan Tourism
- Pohon pinus dibentuk menyerupai huruf "S" yang berarti "Smart", melambangkan "Tajuk Smart Tourism"

Selain melambangkan Tajuk Smart Tourism yang merupakan salah satu branding wisata untuk Tajuk, visual pohon pinus juga dibentuk seperti rute pegunungan yang seolah-olah berada di tengah area ladang pertanian masyarakat setempat.

3. Desain dan Pengembangan

Copyright: Dede Katrisna, Zahrotul Umami, Agnes Putri Istiwana, Arvio Andriano

Hasil dari brainstorming mengenai konsep untuk pembuatan logo Tajuk dikembangkan lagi melalui penambahan elemen warna agar dapat lebih menarik indra penglihatan. Warna hijau menjadi pilihan untuk mempercantik logo tajuk dikarenakan daerah Tajuk yang sangat asri dan menyejukan dengan pemandangan lahan pertanian masyarakat setempat di sepanjang jalan area Desa Tajuk. Penambahan elemen warna ini merupakan suatu desain dan pengembangan agar Tajuk memiliki identitas visual yang membedakan dari destinasi lainnya.



Gambar 3 Desain akhir logo Tajuk

4. Perencanaan Penggunaan

Hasil dari perancangan identitas visual akan diimplementasikan ke berbagai media sosial sebagai salah satu bentuk branding dari wisata. Beberapa hasil penerapan identitas visual yaitu:

Implementasi hasil desain logo tajuk diterapkan pada akun social media seperti:

- Instagram PPK Ormawa Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer https://www.instagram.com/ppkormawa_bemfikudinus?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==
- Instagram Tajuk Smart Tourism Official https://www.instagram.com/tajuksmarttourism.official?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZDNlZDc0MzIxNw==
- Tiktok Tajuk Smart Tourism <https://www.tiktok.com/@tstbemfik? t=8o6Cwukcsvo& r=1>

Hasil dari implementasi selanjutnya akan diserahkan kepada pihak pengelola wisata agar dapat bermanfaat dan membantu branding wisata kedepannya.

Hasil dari implementasi selanjutnya akan diserahkan kepada pihak pengelola wisata agar dapat bermanfaat dan membantu branding wisata kedepannya.

B. Peran Logo dalam Identitas Visual Tajuk

Logo memiliki peran sebagai identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga maupun organisasi. Beberapa peran kunci dari logo dalam identitas visual Tajuk adalah:

1. Memvisualkan Citra dan Identitas

Logo sebagai cerminan dari karakter dan identitas dalam hal nilai-nilai atau gaya yang diusung. Elemen dalam visual logo dapat menyampaikan citra yang diinginkan dan dapat tersampaikan dengan cepat. Dengan pemilihan pohon pinus sebagai visual logo tajuk dapat memberikan identitas kepada wisatawan jika di Desa Tajuk terdapat pohon pinus yang sampai detik ini masih berdiri kokoh dan dijadikan salah satu destinasi wisata. Selain itu, visual logo pohon pinus yang membentuk rute pegunungan juga menjadi icon dan identitas dari Desa Tajuk.

2. Memperkuat Keselarasan Branding

Elemen-elemen yang terdapat dalam logo dapat membantu memperkuat keselarasan yang dapat menciptakan kesan yang konsisten dan profesional. Keseluruhan elemen yang terinspirasi dari pohon pinus di wilayah Tiamo dapat menjadikan suatu branding tersendiri bagi Desa Tajuk. Kata Tajuk Smart Tourism yang membentuk visual pinus juga menjadi

branding produk wisata yang berupa website terintegrasi dengan AR (Augmented Reality). Hal ini dapat memperkuat branding Tajuk kepada wisatawan untuk berkunjung.

3. Membantu dalam Pengenalan Produk

Logo dapat dijadikan sebagai produk atau layanan yang disediakan oleh suatu destinasi dan masyarakat dapat mengenali destinasi tersebut dengan lebih cepat. Kata Tajuk Smart Tourism yang berada pada visual pohon pinus akan diperkenalkan kepada wisatawan dalam bentuk website yang berbasis AR. Tajuk Smart Tourism adalah salah satu produk wisata yang diimplementasikan kepada wisatawan sebagai bentuk branding agar wisatawan dapat dengan mudah menjelajahi wisata di Desa Tajuk dengan cara yang lebih canggih. (Kusumohendrarto et al., 2021)

SIMPULAN

Dalam Proses pengembangan identitas visual untuk Tajuk, beberapa Strategi telah diterapkan untuk memastikan logo yang dihasilkan mampu mencerminkan karakteristik unik dan pesan dari Desa Tajuk dengan strategi pengembangan melalui Analisis mendalam dengan observasi langsung ke lokasi wisata di Desa Tajuk membantu dalam memahami karakteristik visual yang dapat diintegrasikan ke dalam design logo hal tersebut menjadikan data visual yang dikumpulkan dari Hutan Pinus Teamo menjadi dasar penting dalam brainstorming konsep logo. Proses Brainstorming menghasilkan konsep logo yang kuat, menggunakan simbol pohon pinus membentuk huruf "T" dan "S" yang tidak hanya mencerminkan "Tajuk" dan "Tourism", tetapi juga "Smart" yang memperkuat Branding Tajuk sebagai destinasi wisata pintar. Penambahan Elemen warna hijau memperkuat identitas visual Desa Atjuk sebagai daerah yang asri dan menyejukan ini menjadikan pembeda Design Tajuk dari destinasi wisata lainnya, memberikan daya tarik visual yang kuat. (Syahrul Ahsani & Nisa, 2023)

Logo yang dirancang mampu memvisualisasikan citra dan identitas Desa Tajuk dengan baik yang diterapkan pada berbagai media sosial dan materi promosi lainnya serta efektif dari identitas visual ini akan membantu dalam memperkuat branding wisata Tajuk dan mendukung promosi yang berkelanjutan. Logo yang dirancang mampu memvisualisasikan citra dan identitas Desa Tajuk dengan baik, elemen-elemen dalam logo membantu menciptakan keselarasan dan konsistensi dalam branding, memperkuat Tajuk sebagai destinasi wisata yang profesional dan menarik.

Secara keseluruhan, strategi pengembangan identitas visual Tajuk telah berhasil menciptakan logo yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga kaya akan makna dan relevan dengan karakteristik dan nilai-nilai Desa Tajuk. Identitas visual ini dapat mendukung upaya branding dan promosi wisata Tajuk, menarik lebih banyak wisatawan untuk mengunjungi dan menjelajahi keindahan yang ditawarkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Direktorat Pembelajaran dan Kemahasiswaan (Belmawa) dan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Ditjen Dikti) yang telah memberikan bantuan dana dan dukungan kepada tim PPK Ormawa Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dian Nuswantoro sehingga ini dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Batubara, C., Safitri, D., Permata Sari, D., Tasya Luthfiah, H., & Utama Putra, B. (2023). Strategi Pengembangan Identitas Visual UMKM Melalui Pembuatan Logo: Studi Kasus Pada Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Di Desa Aras. *Bagaskara Utama Putra Journal of Human And Education*, 3(2), 420–427.
- Budhi Pamungkas Gautama, Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020). Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 355–369. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.414>
- Choirunnisa, I., Karmilah, M., Rahman-89, B., Pengembangan, S., Budaya..., P., Studi, P., Wilayah, P., Kota, D., & Semarang, A. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(2), 89–109.
- Indiworo, H. E., Sumastuti, E., & Amelia, D. R. (2022). Optimizing the Role of Digital Marketing through Digital Road trip to Acceleration Tajuk Tourism Village Pilot Projects. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 424–430.

<https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang1185>

- Kusumohendrarto, R. H., Tinggi, S., Rupa, S., Desain, D., & Indonesia, V. (2021). *Perancangan Ulang Logo Desa Wisata Purwosari Sebagai Kesiapan Wajah Baru Destinasi Brand Setelah Pandemi Covid-19*. 5(1), 692–701. <http://jurnalaksa.stsrdivisi.ac.id>
- Saputro, A., Anif, M., & Hari Prasetyo, B. (n.d.). *Desain Branding Kemasan Produk UMKM Yang Menarik dan Ekonomis*.
- Sulistyo, Y., Wikartika, I., Logo, P., Membangun, G., Pada, B., Pembuatan, U. ..., Guna, L., Branding, M., Umkm, P., Lima, S. P., Kelurahan, D., Anyar, G., Manajemen,), Tiimur, J., & Kunci, K. (2024). *INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK*. 5(1), 48–54. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1>
- Syahrul Ahsani, D., & Nisa, D. A. (2023). *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat PEMBUATAN IDENTITAS VISUAL WISATA AGRO LEMBAH KECUBUNG DESA PENANGGUNGAN TRAWAS MOJOKERTO CREATING A VISUAL IDENTITY FOR THE WISATA AGRO LEMBAH KECUBUNG PENANGGUNGAN TRAWAS MOJOKERTO*. 2(6), 299–303.
- Varlina, V., Jagat, A. P., & Albani, B. T. (2022). *The Nature and Power of Logo: The Development of Aesthetic and Semiotics* (Vol. 21).