

Pelatihan pembuatan visual *branding* berupa logo desa wisata agro Lembah Kecubung

Widyasari¹, Bayu Setiawan¹, Ratna Andriani Nastiti², Musthofa Kamal¹

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

²Program Studi Desain Interior, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Penulis korespondensi : Widyasari

E-mail : widyasari.dkv@upnjatim.ac.id

Diterima: 23 September 2025 | Direvisi: 10 November 2025 | Disetujui: 10 November 2025 | Online: 20 November 2025

© Penulis 2025

Abstrak

Sejalan dengan pengembangan Desa Wisata Agro Lembah Kecubung yang digagas oleh BUMDES Ki Ageng Arya, visual *branding* berupa logo sangat diperlukan untuk memperkenalkan potensi dan citra positif Desa Wisata Agro Lembah Kecubung kepada konsumen. Namun, pihak BUMDES Ki Ageng Arya belum memiliki wawasan dan pengetahuan terkait pembuatan logo. Berangkat dari permasalahan ini, tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur mengadakan kegiatan pelatihan dengan topik Visual *Branding* Desa Wisata dengan tujuan untuk memberikan wawasan dan pendampingan dalam rangka mengoptimalkan visual *branding* berupa logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Kegiatan pelatihan ini terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi, dengan menggunakan metode presentasi, diskusi dan praktik. Rangkaian kegiatan pelatihan ini adalah pemberian wawasan dan pengetahuan terkait visual *branding* desa wisata, diskusi penyusunan potensi Desa Wisata Agro Lembah Kecubung, pembuatan konsep visual dan sketsa logo, praktik pembuatan logo digital. Selama kegiatan pelatihan berlangsung, peserta mengapresiasi kegiatan pelatihan ini dengan baik, memiliki semangat dan antusias dalam membuat logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Peserta pelatihan juga memahami dan menyerap materi pelatihan serta aktif melakukan diskusi dua arah, sehingga respon positif ini nampak dari terciptanya logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung yang baru.

Kata kunci: desa wisata; Lembah Kecubung; logo; visual *branding*

Abstract

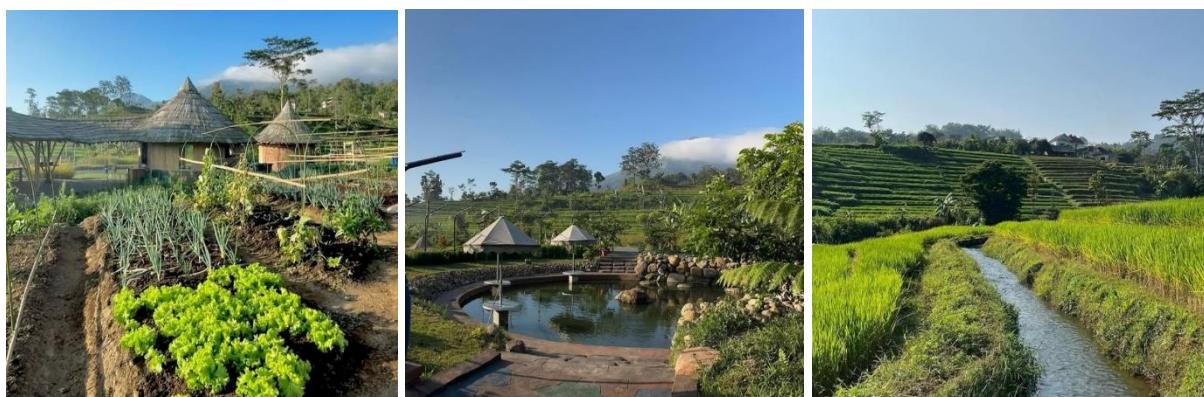
In line with the development of the Agro Tourism Village of Lembah Kecubung initiated by BUMDES Ki Ageng Arya, visual branding design as a logo is considered essential to promote the village's potential and cultivate a positive image among prospective visitors. However, BUMDES Ki Ageng Arya currently lacks sufficient insight and expertise in logo design. Responding to this issue, a Community Service Team from the Faculty of Architecture and Design, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, organized a training program entitled Visual Branding for Tourism Villages. The program aimed to provide knowledge and guidance in the creation of visual branding, specifically the logo for the Agro Tourism Village of Lembah Kecubung. The training activities encompassed three stages: preparation, implementation and evaluation, employing methods such as presentations, group discussions and hands-on practice. The series of activities included: delivering conceptual knowledge on visual branding for tourism villages, facilitating discussions to identify the unique potentials of Lembah Kecubung, developing visual concepts and logo sketches and practicing digital logo design. Throughout the training, participants showed high levels of enthusiasm and appreciation for the program. The actively engaged in the learning process, absorbed the material effectively and

participated in two-way discussions. This positive response was reflected in the successful design of a new logo for the Agro Tourism Village of Lembah Kecubung.

Keywords: tourism village; Lembah Kecubung; logo, tourism village; visual branding

PENDAHULUAN

Desa Penanggungan, merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto, Provinsi Jawa Timur. Sejauh ini upaya yang telah dilakukan oleh Pemerintah Desa Penanggungan untuk menggali dan mengembangkan potensi yang dimiliki oleh Desa Penanggungan adalah dengan membentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Ki Ageng Arya. Didirikannya BUMDES Ki Ageng Arya bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa melalui pengelolaan sumber daya alam, potensi sosial dan potensi ekonomi yang dimiliki oleh desa (bumdeskiagengarya, 2024). Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Noto Aruji selaku ketua BUMDES Ki Ageng Arya, menjelaskan bahwa di setiap akhir pekan pengurus BUMDES Ki Ageng Arya berkumpul untuk mengevaluasi kegiatan dan merencanakan program yang akan dijalankan ke depannya. Salah satu program yang digagas oleh BUMDES Ki Ageng Arya dan saat ini dalam pengembangan adalah menyuguhkan Desa Wisata Agro Lembah Kecubung yang berlokasi di Desa Penanggungan, Trawas, Kabupaten Mojokerto.



Gambar 1. Desa Wisata Agro Lembah Kecubung

(Sumber: Instagram bumdeskiagengarya)

Kehadiran desa wisata bagi sektor pariwisata bersifat vital, karena dapat memberi warna dan ragam baru dalam bidang pariwisata di suatu negeri sehingga tidak selalu berorientasi pariwisata massal. Menurut (Kusuma, 2018) desa wisata dapat menjadi prospek yang menguntungkan, karena pariwisata merupakan sektor bidang yang dapat memberi tambahan pendapatan bagi suatu daerah. (Priyadi, n.d.) turut menyebutkan bahwa pariwisata dapat menyokong perputaran ekonomi dengan meningkatkan tenaga kerja dari daerah lokal. Program pengembangan Desa Wisata Agro Lembah Kecubung digagas dengan pertimbangan inovasi dan potensi yang dimiliki Desa Penanggungan. Sebagian besar penduduk dari Desa Penanggungan merupakan seorang petani, karena dengan kondisi geografis dan kondisi tanah yang ada serta suhu yang sangat mendukung untuk dijadikan sebagai lahan pertanian, dataran tinggi yang memiliki tanah yang cukup subur untuk ditanami sayuran, buah-buahan hingga tanaman-tanaman lainnya, sehingga Desa Wisata Agro Lembah Kecubung mampu menjadi sektor pariwisata berbasis pertanian yang menarik bagi pengunjung. Selain itu Desa Wisata Agro Lembah Kecubung juga menawarkan berbagai aktivitas fisik yang dapat dilakukan di area sekitar, seperti petualangan seru menyusuri sungai, menjelajahi hamparan sawah yang hijau, mendatangi kebun sayur dan memetik sayuran, serta potensi fisik lainnya yakni air yang jernih dan menyegarkan untuk mendukung aktivitas buatan terapi ikan.

Pada saat yang bersamaan, semakin banyak destinasi desa wisata yang berusaha menjangkau sektor industri pariwisata dengan aktif melakukan *branding* sebagai ujung tombak pemasaran destinasi desa wisata. *Branding* memegang peranan krusial dalam mengangkat profil desa wisata dan memberikan dampak secara holistik. Dalam konteks desa wisata, *branding* tidak hanya menciptakan identitas yang memikat, tetapi juga berpotensi memperkuat ekonomi lokal dan melibatkan komunitas yang lebih intens. Pentingnya *branding* bagi desa wisata terletak pada kemampuannya untuk menyoroti daya tarik unik dan khas suatu wilayah desa, termasuk warisan budaya, alam dan pengalaman lokal. Melalui *branding* yang efektif, suatu wilayah desa dapat menarik wisatawan dengan menonjolkan cerita lokalnya, menciptakan persepsi positif dan membentuk kesan yang tidak terlupakan.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Noto Aruji selaku pimpinan BUMDES Ki Ageng Arya, menyebutkan bahwa saat ini Desa Wisata Agro Lembah Kecubung dalam tahap penyempurnaan beberapa fasilitas untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Sejalan dengan pengembangan Desa Wisata Agro Lembah Kecubung tersebut, *branding* sangatlah diperlukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung juga membantu meningkatkan kualitas hidup komunitas setempat dengan merangsang pertumbuhan ekonomi. Visual *branding* merupakan pembentukan *brand* melalui identitas visual yang secara sengaja diciptakan untuk memperkenalkan potensi sebagai citra positif Desa Wisata Agro Lembah Kecubung di mata konsumen. Saat ini visual *branding* Desa Wisata Agro Lembah Kecubung belum dilakukan secara optimal, terbukti dari hasil kegiatan observasi lapangan di Desa Wisata Agro Lembah Kecubung, yang mana belum adanya logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung sebagai identitas visual desa wisata.

Sejalan dengan kebutuhan tersebut, mitra BUMDES Ki Ageng Arya memiliki permasalahan prioritas, antara lain:

1. Belum memiliki wawasan dan pengetahuan terkait visual *branding* desa wisata. Solusi yang diharapkan untuk menyelesaikan permasalahan ini adalah adanya penyampaian materi pelatihan berupa wawasan dan pengetahuan terkait visual *branding* desa wisata.
2. Belum adanya visual *branding* berupa logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Solusi yang diharapkan untuk menyelesaikan permasalahan ini adalah dengan diadakannya diskusi terkait *branding* Desa Wisata Agro Lembah Kecubung, diskusi penyusunan konseptual logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung, hingga praktik pengajaran dasar-dasar pembuatan logo menggunakan *software* desain.

Selanjutnya, berdasarkan permasalahan prioritas tersebut, tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur mengadakan kegiatan pelatihan dengan topik Visual *Branding* Desa Wisata kepada pengurus BUMDES Ki Ageng Arya dan perangkat Desa Penanggungan yang dilaksanakan pada bulan Juli 2025. Pelatihan ini dilaksanakan untuk memberikan wawasan dan pendampingan kepada mitra BUMDES Ki Ageng Arya dan perangkat Desa Penanggungan dalam rangka pembuatan visual *branding* berupa logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan solusi berbasis akademik terhadap permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat di bidang desain, memberikan sumbangsih terhadap pengembangan Desa Wisata Agro Lembah Kecubung melalui peningkatan kemampuan masyarakat dalam pembuatan logo dan membangun hubungan yang kuat antara Perguruan Tinggi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur dengan mitra BUMDES Ki Ageng Arya.

METODE

Adapun tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pelatihan dengan topik visual *branding* desa wisata ini meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi dengan total waktu penyelesaian seluruh tahapan adalah 4 (empat) minggu.

Tahap Persiapan

Sebelum dilaksanakan kegiatan pelatihan, tim pelatih terlebih dahulu menyusun rangkaian kegiatan pelatihan sebagai solusi dari permasalahan mitra BUMDES Ki Ageng Arya, kemudian melakukan sosialisasi rangkaian kegiatan pelatihan tersebut kepada mitra BUMDES Ki Ageng Arya untuk memperoleh kesepakatan bersama. Pada tahap ini juga dilakukan persiapan terkait kebutuhan alat dan perangkat yang akan digunakan dalam kegiatan pelatihan, seperti laptop dan LCD proyektor. Pihak BUMDES Ki Ageng Arya juga berperan dalam membantu mengumpulkan peserta pelatihan untuk mengikuti kegiatan pelatihan. Tahap persiapan ini dilakukan selama kurang lebih 1 (satu) minggu sebelum pelaksanaan kegiatan pelatihan.

Tahap Pelaksanaan

Setelah tahap persiapan selesai dilakukan, tahap selanjutnya adalah melaksanakan kegiatan pelatihan. Tim pelatih bersama dengan pihak BUMDES Ki Ageng Arya menyepakati terlebih dahulu tempat dan tanggal pelaksanaan pelatihan, khalayak sasaran pelatihan serta metode yang digunakan dalam pelatihan. Topik yang diangkat dalam pelatihan adalah Visual *Branding* Desa Wisata dengan khalayak sasaran yakni pengurus BUMDES Ki Ageng Arya dan perangkat Desa Penanggungan sebagai peserta pelatihan, berjumlah kurang lebih 10 (sepuluh) orang. Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah metode presentasi, metode diskusi dan metode praktik. Tahap pelaksanaan ini dilaksanakan kurang lebih selama 2 (dua) minggu yang kemudian dilanjutkan pada tahap evaluasi.

Metode Presentasi

Seperti yang dijelaskan oleh Sekhah dalam (Pranayoga, 2013) salah satu jenis presentasi adalah informasi yakni menyampaikan suatu informasi baru kepada peserta dengan harapan akan mengetahui dan memahami topik yang dipresentasikan. Metode presentasi digunakan untuk menyampaikan materi pelatihan berupa wawasan dan pengetahuan terkait visual *branding* desa wisata kepada peserta pelatihan dengan harapan adanya peningkatan wawasan dan pengetahuan tersebut pada peserta pelatihan. Penyampaian wawasan dan pengetahuan ini dilaksanakan pada tanggal 16 Juli 2025 dengan durasi waktu selama kurang lebih 1 (satu) jam, bertempat di lokasi Desa Wisata Agro Lembah Kecubung, Desa Penanggungan, Trawas, Kabupaten Mojokerto.

Metode Diskusi

Menurut (Hasibuan & Moedjiono, 2002) diskusi adalah suatu proses penglihatan dua atau lebih individu yang saling berinteraksi secara verbal dan saling berhadapan muka mengenai tujuan atau sasaran tertentu melalui cara tukar menukar informasi, mempertahankan pendapat atau pemecahan masalah. Setelah peserta pelatihan mendapatkan wawasan dan pengetahuan terkait visual *branding* desa wisata, selanjutnya adalah sesi diskusi antara tim pelatih dengan peserta pelatihan yang bertujuan untuk menentukan potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan Potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dimiliki oleh Desa Wisata Agro Lembah Kecubung serta membuat konseptual logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Diskusi ini berlangsung selama kurang lebih 1 (satu) jam.

Metode Praktik

Metode praktik adalah metode di mana para pelatih menggunakan benda atau alat kemudian diperagakan, dengan harapan agar peserta menjadi jelas dan mudah memahami sekaligus dapat mempraktikkan materi yang dimaksud (Fathurrohman & M. Sobry Sutikno, 2007). Setelah tim pelatih melakukan presentasi dan diskusi bersama dengan peserta pelatihan, selanjutnya tim pelatih mengajarkan dasar-dasar pembuatan logo menggunakan *software* desain kepada peserta pelatihan. Metode ini dilakukan agar peserta pelatihan dapat mempraktikkan secara langsung dasar-dasar pembuatan logo serta mengimplementasikan konseptual logo pada pembuatan logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Tahap ini tentunya membutuhkan waktu yang cukup panjang selama kurang lebih 2 (dua) minggu.

Tahap Evaluasi

Untuk memastikan kegiatan pelatihan berjalan dengan efektif, di akhir kegiatan pelatihan tim pelatih melakukan evaluasi terhadap hasil pembuatan visual *branding* berupa logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung yang telah dilakukan oleh peserta pelatihan. Tim pelatih juga berperan dalam membantu menyempurnakan hasil pembuatan logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung tersebut agar hasilnya lebih optimal. Dalam tahap evaluasi ini dilaksanakan selama kurang lebih 1 (satu) minggu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Visual *Branding* Desa Wisata diawali dengan sambutan oleh Bapak Tarji selaku Kepala Desa Penanggungan, Trawas, Kabupaten Mojokerto dan Bapak Slamet selaku Ketua BUMDES Ki Ageng Arya. Kemudian sambutan dilanjutkan oleh Widyasari, selaku ketua tim pelatih dari Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, sekaligus perkenalan diri dari tim pelatih kepada peserta pelatihan. Setelah sesi perkenalan diri dirasa cukup, selanjutnya dilakukan rangkaian pelaksanaan kegiatan pelatihan.

Pemberian Wawasan dan Pengetahuan

Secara garis besar, materi wawasan dan pengetahuan yang diberikan dalam kegiatan pelatihan visual *branding* desa wisata ini adalah sebagai berikut:

1. Desa wisata dalam sektor pariwisata. Kehadiran desa wisata bagi sektor pariwisata saat ini bersifat vital karena dapat memberi warna dan ragam yang baru dalam sektor pariwisata di suatu negeri sehingga tidak selalu berorientasi pada *mass tourism*. Saat ini desa wisata dapat menjadi prospek yang menguntungkan, karena pariwisata merupakan sektor bidang yang dapat memberi tambahan pendapatan bagi suatu daerah (Mulyasari et al., n.d.)
2. Potensi desa wisata. Dikutip dari (Nurhayati, 2019) potensi merupakan kemampuan yang berkesempatan untuk dikembangkan menjadi lebih besar, potensi lokal desa merupakan kekuatan, dan kemampuan yang dipunyai oleh sebuah desa yang bisa dikembangkan untuk peningkatan kesejahteraan sosial. Suatu desa wisata memiliki potensi yang dapat digali dari desa wisata tersebut. Potensi desa wisata dapat berupa potensi sumber daya alam (SDA) dan potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Setiap daerah tersebut mempunyai keunggulan masing-masing termasuk pula potensi alamnya (Winasis & Setyawan, 2016). Selain itu produk UMKM mempunyai potensi untuk dikembangkan secara kreatif dan inovatif sehingga bersaing di pasaran. Sebagai contoh Kampung Warna-warni Jodipan, Kota Malang, dengan potensi keindahan kampung yang padat, bersih dan sejuk. Agrowisata Bhakti Alam, Kabupaten Pasuruan, dengan potensi keindahan alam pegunungan dan perkebunan buah-buahan, bunga dan tanaman. Desa Kalanganyar, Sedati, Kabupaten Sidoarjo, dengan potensi wilayah pesisir sebagai tempat budidaya ikan yang melimpah.
3. Visual *branding* desa wisata. *Branding* sangatlah diperlukan untuk meningkatkan jumlah pengunjung desa wisata juga membantu meningkatkan kualitas hidup komunitas setempat dengan merangsang pertumbuhan ekonomi. Visual *branding* merupakan pembentukan *brand* melalui identitas visual yang secara sengaja diciptakan untuk memperkenalkan potensi sebuah desa wisata kepada publik serta meningkatkan citra positif desa wisata tersebut di mata konsumen(Agustini, 2021).
4. Logo sebagai aset visual *branding* desa wisata. Ide desain pada logo juga dapat diperoleh dari kearifan lokal yang biasa ditemukan dari suatu desa. Misalnya unsur tanaman, binatang ternak, alat musik atau barang-barang khas dari suatu daerah (Mulyasari et al., n.d.)
5. Logo yang baik. Kriteria logo yang baik diantaranya *original* dan *distinctive*, *legible*, *simple*, *memorable*, *easily associated with the company*, *easily adaptable for all graphic media*.
6. Elemen visual pembentukan logo. Adams dalam (Ramanda, 1993) menjelaskan bahwa sebagai suatu karya seni rupa, sebuah logo tidak lepas dari elemen-elemen seni rupa dasar yang membentuknya yaitu garis, bentuk, warna dan tipografi.



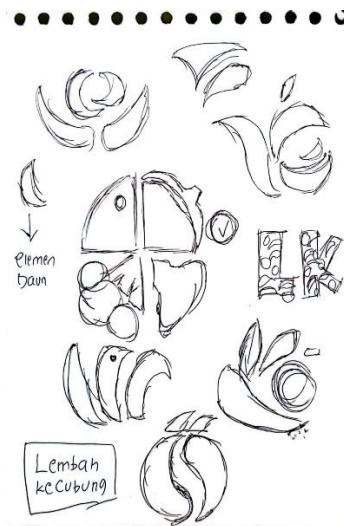
Gambar 2. Pelatih saat menyampaikan materi pelatihan
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Diskusi Potensi Desa Wisata Agro Lembah Kecubung

Dalam kegiatan pelatihan juga dilakukan diskusi antara tim pelatih dengan peserta pelatihan untuk menentukan potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dimiliki Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Hasil dari diskusi terkait potensi Sumber Daya Alam (SDA) yang dimiliki Desa Wisata Agro Lembah Kecubung adalah lokasi Desa Wisata Agro Lembah Kecubung berada di dataran tinggi berbentuk hamparan bukit dan lembah. Desa Wisata Agro Lembah Kecubung memiliki tanah dan iklim yang cukup subur dan sejuk untuk ditanami berbagai jenis tanaman, sayuran dan buah-buahan. Selain itu, Desa Wisata Agro Lembah Kecubung memiliki air yang jernih dan menyegarkan untuk mendukung aktivitas buatan seperti terapi ikan. Kemudian hasil diskusi terkait potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang dimiliki Desa Wisata Agro Lembah Kecubung adalah petani-petani dengan hasil pertaniannya berupa sayur-sayuran yang dapat dijual kepada para pengunjung. Selain itu juga didirikannya resto yang menyajikan makanan murah dengan pemandangan latar belakang sawah dan Gunung Penanggungan.

Pembuatan Konsep Visual dan Sketsa Logo

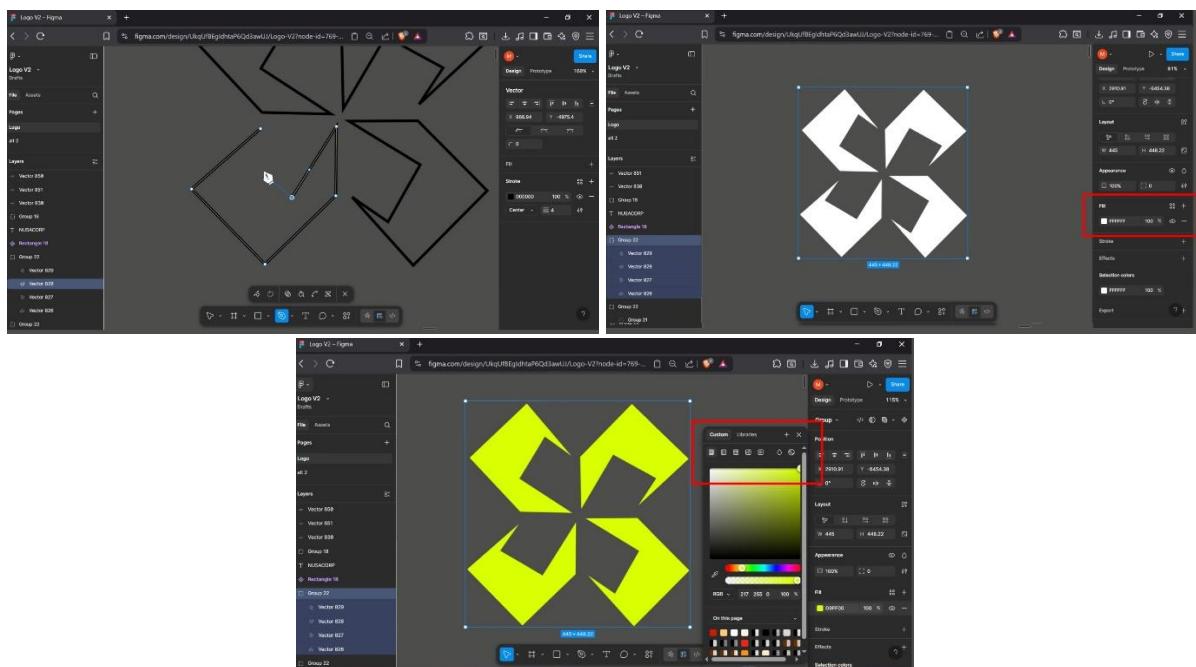
Potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Wisata Agro Lembah Kecubung yang telah ditentukan dari hasil diskusi, selanjutnya diolah menjadi konsep visual logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung berupa elemen visual pembentuk logo, yakni garis, bentuk, warna dan tipografi. Elemen visual garis menggunakan garis yang cenderung lengkung mengasosiasikan visual objek tanaman dan air yang banyak ditemui di lokasi Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Elemen visual bentuk menggunakan bentuk ikan, buah-buahan, sayur-sayuran dan air yang jernih merepresentasikan potensi unggulan yang dimiliki Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Sedangkan bentuk dasar menggunakan bentuk lingkaran terbelah yang identik dengan kontur lembah. Elemen visual warna menggunakan warna yang senada dengan warna objek tersebut. Berikutnya elemen visual tipografi menggunakan *font sans-serif* (tanpa pengait) dengan karakteristik yang tidak terlalu kaku. Konsep visual logo ini kemudian dituangkan dalam bentuk sketsa. Sketsa merupakan gambaran lukisan awal yang kasar, ringan, semata mata garis besar ataupun belum selesai, seringkali digunakan sebagai percobaan atau sebagai tanda yang digunakan untuk mengingat-ingat, H.W. Powler dalam (Azmi, 2016). Sederhananya, sketsa merupakan gambar awal yang digunakan untuk mengawali sebuah penggarapan karya lukis, arsitektur, animasi dan lainnya (Gaby, 2023).



Gambar 3. Sketsa logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Praktik Pembuatan Logo Digital

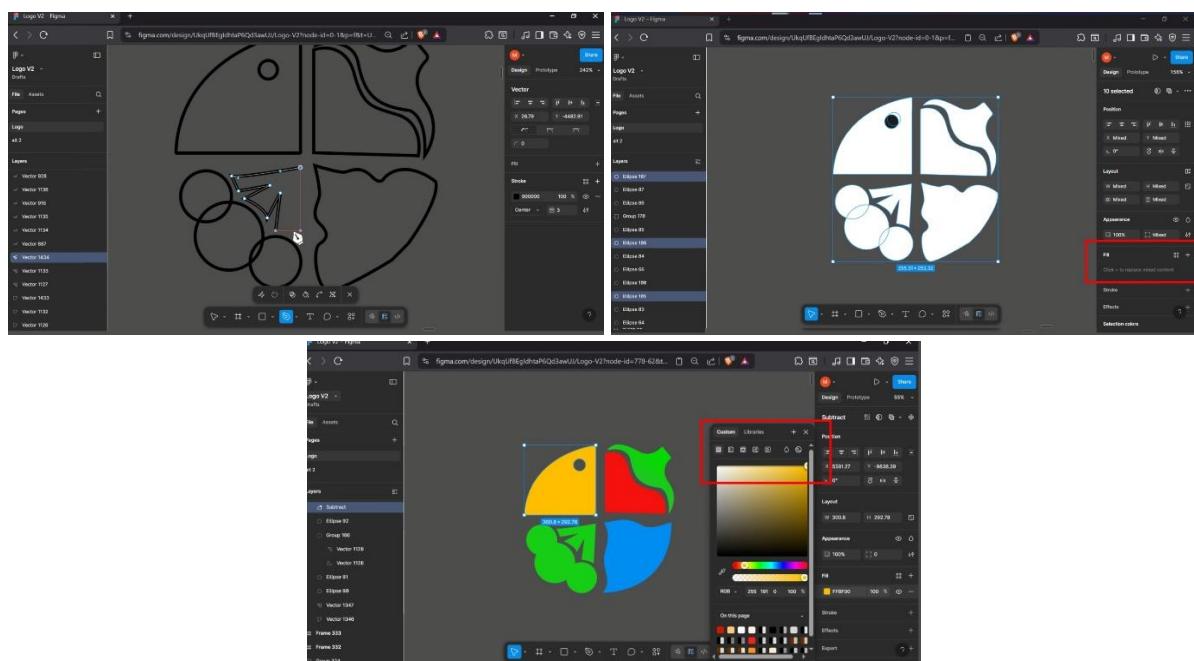
Tim pelatih mempraktikkan dasar-dasar pembuatan logo dengan menggunakan *software* desain Figma. Dalam hal ini, tim pelatih memilih *software* Figma dengan pertimbangan memiliki beberapa keunggulan, seperti *file* kerja dapat tersimpan secara *online* dan memungkinkan beberapa peserta pelatihan dapat mengerjakan *file* yang sama secara bersamaan. Secara garis besar, tim pelatih mengajarkan cara membuat *file* baru, mengoperasikan *tools* bentuk untuk membuat komponen dasar logo, menambahkan teks, mengatur warna dan efek, menjadikan elemen sebagai grup yang tersusun rapi hingga menyimpan *file* serta mengekspor *file* dalam format yang diinginkan. Untuk memudahkan peserta pelatihan memahami yang dipraktikkan oleh tim pelatih, tim pelatih juga memberikan contoh pembuatan logo sederhana dengan menggunakan *software* Figma.



Gambar 4. Contoh pembuatan logo sederhana dengan software Figma
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Hasil Praktik Pembuatan Logo

Tim pelatih melakukan pemantauan dan berkomunikasi secara rutin kepada peserta pelatihan baik secara daring maupun luring dengan memberikan masukan dan membantu menyempurnakan logo yang telah dibuat. Menurut(Wiratama & Budiwaspada, 2022), logo dapat menjadi identitas visual yang khas sehingga dapat membantu tempat wisata untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan daya tariknya di mata wisatawan), sehingga dalam hal ini logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung harus dapat mengimplementasikan konsep visual logo yang telah disusun dan menerapkan estetika logo. Logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung yang telah dibuat berupa *picturemark* dengan *style* vektor penyederhanaan (stilasi) beberapa objek, yakni ikan, tomat mewakili buah-buahan, kembang kol mewakili sayur-sayuran dan air. Hasil dari stilasi objek tersebut kemudian dikombinasikan dengan warna kuning pada stilasi objek ikan, warna merah pada stilasi objek tomat, warna hijau pada stilasi objek kembang kol dan warna biru pada stilasi objek air. *Picturemark* disempurnakan dengan menambahkan teks Wisata Agro Lembah Kecubung di samping kanan logo dengan menggunakan jenis *font* Remmetto One Bold. Pemilihan jenis *font* ini dirasa memiliki *legibility* atau keterbacaan yang jelas.



Gambar 5. Pembuatan Logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung dengan software Figma
(Sumber: Dokumentasi Penulis)



Gambar 6. Logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Kegiatan pelatihan ini juga ditutup dengan sesi foto bersama tim pelatih dengan peserta pelatihan.



Gambar 6. Foto bersama di akhir kegiatan pelatihan
(Sumber: Dokumentasi Penulis)

SIMPULAN DAN SARAN

Selama kegiatan pelatihan berlangsung, peserta mengapresiasi kegiatan pelatihan ini dengan baik, memiliki semangat dan antusias dalam membuat logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung. Peserta pelatihan juga dapat memahami dan menyerap materi yang disampaikan oleh tim pelatih, aktif melakukan diskusi dua arah dengan tim pelatih, sehingga respon positif ini nampak dari terciptanya logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung yang baru. Hasil kegiatan pelatihan berupa logo Desa Wisata Agro Lembah Kecubung ini diharapkan dapat mengangkat profil Desa Agro Lembah Kecubung sekaligus memberikan dampak positif secara holistik pada peningkatan perekonomian lokal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan pelatihan ini, yakni Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur khususnya Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) dalam hal dukungan pendanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh penulis. Selain itu penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pihak mitra BUMDES Ki Ageng Arya dan Desa Penanggungan yang telah membantu terlaksananya rangkaian kegiatan pelatihan ini, baik secara luring maupun secara daring.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustini, P. M. (2021). *Strategi Penyusunan Branding Desa Wisata*. Universitas Bakrie Press.
- Azmi. (2016). *Memaknai Gambar Sketsa Tehnik Engraving Ipe Ma'akruf Ditinjau Dari Aspek Ikonografi*.
- bumdeskiagengarya. (2024, July 10). Harapan BUMDES Ki Ageng Arya. [Https://Www.Instagram.Com/p/C9O0SsiPD9H/?igsh=MTVrcTd0Zmw4cmEwZg==](https://www.instagram.com/p/C9O0SsiPD9H/?igsh=MTVrcTd0Zmw4cmEwZg==).
- Fathurrohman, P., & M. Sobry Sutikno. (2007). *Strategi Belajar Mengajar*. Rafika Aditama.
- Gaby. (2023). *Pengertian Sketsa: Fungsi, Teknik, Unsur, dan Cara Membuat*. Gramedia.
- Hasibuan, & Moedjiono. (2002). *Proses Belajar Mengajar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Kusuma, R. H. (2018). *Analisis Potensi dan Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Sleman*.
- Mulyasari, P., Sos, A. S., & Si, M. (n.d.). *Strategi Penyusunan Branding Desa Wisata dan BRANDING DESA WISATA* 2. MENGGALI POTENSI BRANDING DESA WISATA 3. STAKHOLDER DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA 4. MEDIA BRANDING DESA WISATA 5. PENYUSUNAN

VISUAL BRANDING 6. PERANCANGAN BRANDING DESA WISATA UNIVERSITAS BAKRIE PRESS.

- Nurhayati. (2019). Strategi Promosi Desa Wisata Kampung Badud Oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran. <Http://Eprints.Ums.Ac.Id/68005/12/NASKAH%20PUBLIKASI%20BARU.Pdf>.
- Pranayoga, B. N. (2013). Implementasi Metode Diskusi dan Presentasi Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Aktif Siswa Pada Mata Pelajaran Kopling Kelas XI SMK Muhammadiyah 4 Klaten Tengah. <Https://Eprints.Uny.Ac.Id/35321/1/Beni%20Nur%20Pranayoga%2010504242008.Pdf>.
- Priyadi, U. (n.d.). Mengoptimalkan Peranan Sektor Pariwisata Dalam Penerimaan Devisa dan Sebagai Instrumen Mengentaskan Kemiskinan.
- Ramanda, A. (1993). *Tinjauan Makna Visual Logo Bank BJB*. Universitas Komputer Indonesia.
- Winasis, A., & Setyawan, D. (2016). Efektivitas Program Pengembangan Desa Wisata Melalui Kelembagaan Dalam Peningkatan Sumber Daya Alam (SDA). <Https://Media.Neliti.Com/Media/Publications/102436-ID-Efektivitas-Program-Pengembangan-Desa-Wi.Pdf>, 5(5).
- Wiratama, D. A., & Budiwaspada, A. E. , W. D. (2022).). Metode Perancangan Logo Brand Kota dengan Partisipasi Warga Lokal. *Jurnal Seni Rupa Dan Desain ARS*, 25(1), 17–32.