

Analisis Perancangan Grafis Lingkungan Wisata untuk Membangkitkan Desa Wisata Ledhok Blotan

¹⁾Dwi Rahayu*, ²⁾Acihmah Sidauruk, ³⁾Bimo Waskito, ⁴⁾Sri Mulyatun

^{1,2,3)}Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta, Indonesia

⁴⁾Fakultas Ekonomi Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta, Indonesia

Email Corresponding: dwirahayu@amikom.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Kata Kunci: Desa Wisata Sign Board Pasca-Pandemi Pictogram Desain Grafis</p>	<p>Desa wisata merupakan salah satu sektor pariwisata daerah yang berdampak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat setempat. Desa wisata berada dibawah naungan dinas pariwisata namun dikelola oleh kelompok masyarakat. Di Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat 214 desa wisata, salah satu diantaranya Ledhok Blotan yang berada di kabupaten Sleman. Sebelum pandemi Covid-19 desa wisata Ledhok Blotan ini tidak pernah sepi pengunjung, bahkan sempat viral di sosial media. Akibat pandemi, Ledhok Blotan mendadak menjadi sepi sehingga melemahkan perekonomian warga setempat dan karena beberapa anggota pengelola inti meninggal dunia akibat covid-19, maka pada saat pasca pandemi desa wisata ini sangat kesulitan untuk bangkit. Adapun bantuan dari dinas pariwisata, namun anggota pengelola sudah tidak lagi mau mengelola. Saat ini, diluar naungan dinas pariwisata, ketua RT yang juga merupakan salah satu pemilik lahan lokasi wisata, tengah membentuk tim pengelola baru untuk membangkitkan desa wisata ini. Seluas 50% dari area wisata ini sudah kembali mulai dikunjungi wisatawan. 50 % area lainnya masih ngangkak karena keterbatasan tenaga yang merawatnya. Melalui pengabdian masyarakat ini kami mendukung kebangkitan desa wisata Ledhok Blotan melalui pengadaan properti Sign Board dilingkungan wisata. Signboard sebelumnya telah rusak dan tidak lengkap. Pamor di sosial media cukup baik, namun tidak sepadan ketika berkunjung ke lokasi secara langsung. Oleh karenanya melalui pengabdian masyarakat ini akan dilakukan pengadaan kebutuhan grafis lingkungan seperti signboard, landmark, dan pictogram dengan menggunakan metode perancangan yang diawali dengan studi pustaka, observasi, survei lingkungan dan wawancara dengan pengelola untuk menciptakan brand dan pemetaan. Dari hasil pelaksanaan yang mencapai pemasangan atribut grafis lingkungan, terbukti mampu kembali menghidupkan suasana desa wisata, meski belum secara signifikan meningkatkan pengunjung. Hal tersebut dikarenakan perlu adanya tindakan promosi ulang melalui laman internet untuk jangkauan lebih luas.</p>
	<p>ABSTRACT</p>
<p>Keywords: Tourism Vilages Signboard Pictogram After-Pandemic Graphic Design</p>	<p>Tourism villages are one of the regional tourism sectors that directly impact local communities' welfare. Tourist villages are under the auspices of the tourism department but are managed by community groups. In the Special Region of Yogyakarta, 214 tourist villages, including Ledhok Blotan, are in Sleman district. Before the Covid-19 pandemic, Ledhok Blotan tourist village was never empty of visitors, it even went viral on social media. As a result of the pandemic, Ledhok Blotan suddenly became quiet so that it weakened the economy of local residents and because several core management members died due to covid-19, then during the post-pandemic this tourist village was very difficult to rise. There is assistance from the tourism office, but the management members no longer want to manage. Currently, outside the auspices of the tourism office, the head of the RT, who is also one of the landowners of the tourist location, is forming a new management team to revive this tourist village. As much as 50% of the tourist area has been visited by tourists again. The other 50% of the area is still stalled due to limited personnel who take care of it. Through this community service, we support the revival of Ledhok Blotan tourist village through the procurement of Sign Board property in the tourist environment. The previous signboard was damaged and incomplete. The prestige on social media is quite good, but it is not worth it when visiting the location directly. Therefore, through this community service, the procurement of environmental graphic needs such as signboards, landmarks, and pictograms will be carried out using a design method that begins with literature study, observation, environmental surveys and interviews with managers to create a brand and mapping. From the results of the implementation that reached the installation of environmental graphic attributes, it was proven that it was able to revive the atmosphere of the tourist village.</p>

although it had not significantly increased visitors. This is due to the need for re-promotion through internet pages for wider reach.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Menurut (Rifa'i & Yunus, 2021), kemunculan desa wisata yang diikuti dengan ide-ide kreatif mulai marak di berbagai daerah di Indonesia. Namun masih banyak diantaranya dari segi infrastruktur dan juga atribut wisatanya masih kurang. Selain dikenal sebagai kota pendidikan, Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan sebuah provinsi juga dikenal sebagai tempat wisata yang terus berinovasi. Pemerintahan DIY terus mendukung penggalan potensi wisata di seluruh penjuru daerah hingga ke desa-desa. Menurut (Nahar et al., 2024), berbagai tempat yang sebelumnya merupakan lahan biasa bisa bertransformasi menjadi obyek wisata yang menjadi magnet penarik para wisatawan. Dan berbagai desa yang memiliki potensi daya tarik, seperti wisata alam, wisata budaya, dan wisata hasil buatan manusia menjadi desa wisata yang tidak hanya sebagai obyek wisata tetapi juga menjadi sarana edukasi. Pengembangan desa wisata memberikan dampak positif terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat sekitar. Selain membuka lapangan pekerjaan, dengan adanya obyek wisata membuka peluang bagi warga sekitar untuk meningkatkan perekonomian dengan berjualan atau penyewaan lahan, tempat penginapan, kendaraan, dan lain-lain. Desa wisata Ledhok Blotan merupakan salah satu contoh desa wisata yang dirintis dan dikelola oleh masyarakat setempat yang resmi berada dibawah naungan dan binaan dinas pariwisata.

Menurut (I Nyoman Meirejeki et al., 2023), dalam pengembawangan tempat wisata perlu memperhatikan potensi dan daya tarik wisata di desa yang bersangkutan. Desa wisata Ledhok Blotan memiliki daya tarik akan panorama aliran sungai dari lereng gunung merapi yang masih rimbun dengan pepohonan. Seperti pada konsep desa wisata pada umumnya, Ledhok Blotan menyatu dengan tata cara dan tradisi masyarakat sekitar, yakni tradisi Jawa khususnya Jogja. Menurut (Sugeng et al., n.d.), desa wisata adalah tempat wisata yang mulai dari konsep dan properti yang digunakan hingga sajian hidangan yang khas dengan makanan masyarakat setempat. Secara digital, pemasaran desa wisata Ledhok Blotan ini sudah memiliki akun sosial media yang aktif dan pin google map, terindeks oleh beberapa artikel yang memuat tentang wisata. Berikut ditunjukkan pada gambar 1 terkait kondisi terawat desa wisata pada saat sebelum pandemi.



Gambar 1. Wisata Ledhok Blotan sebelum pandemi

Pasca pandemi, desa wisata ini mengalami kesulitan untuk bangkit. Berawal dari sepiunya pengunjung dimasa pandemi menyebabkan bubarnya kelompok pengelola yang akibatnya mengakibatkan bantuan dinas pariwisata untuk kebangkitan desa wisata ini pun tidak dapat terlaksana. Berbagai bentuk pengabdian masyarakat dari berbagai universitas mendorong beberapa pengelola yang juga pemilik lahan area desa wisata ini masih berupaya untuk bangkit tanpa dana bantuan dari dinas pariwisata. Terbukti 1 tahun belakangan ini, 50% dari area wisata aktif dikunjungi kelompok/komunitas untuk suatu acara tertentu seperti reuni, makrab, sosialisasi, dan lain-lain. Lokasi yang terdapat pendopo cukup besar, aliran listrik, pencahayaan, toilet, akses jalan yang memadai, dan tidak ada biaya kunjungan, hanya biaya sewa perhari nya 250.000 saja. Dinas pariwisata, kelurahan dan masyarakat sekitar berharap desa wisata ini bangkit kembali dan sangat disayangkan area wisata yang sudah tertata permanen, bangunan dan fasilitas yang masih ada dan layak guna apabila ngangkak begitu saja. Berikut gambaran desa wisata sebelum dan kondisi paska pandemi. Berikut terkait kondisi desa wisata saat pandemi dan setelah pandemi ditunjukkan pada gambar 2 dan kondisi awal tahun 2023 yang ditunjukkan pada gambar 3, dimana area sebegini desa wisata mulai dirawat dan dibuka kembali.



Gambar 2. Kondisi paska pandemi di area yang ngangkarak



Gambar 3. Kondisi paska pandemi di area yang kembali terawat

Menurut (Lestari & Sifa Ni'mah, 2023), plang nama jalan merupakan sarana penting dalam mmeberikan informasi tentang lokasi. Lokasi desa wisata ini berada diujung gang buntu perkampungan, terdapat perubahan jalur masuk area wisata sejak bubarnya tim pengelola yang sebelum pandemi. Kondisi saat ini tidak ada petunjuk arah ataupun landmark yang menghidupkan lokasi wisata. Terlebih sistem berwisata disini harus melalui reservasi. Apabila tidak ada calon pengunjung yang reservasi akan berwisata, maka lokasi wisata ini tidak dibuka, sehingga dari depan terkesan bukan tempat wisata, tidak ada petugas wisata yang kerap membuat calon pengunjung spontan tidak jadi berwisata. Sedangkan branding secara online, desa wisata ini cukup menarik dan dekat dari perkotaan Lokasi Ledhok Blotan yang berada dijalur menuju wisata Kaliurang, dekat dengan Stadion Maguwo dan wisata Waterboom Jogja (Jogjabay). Oleh karena, ada beberapa kebutuhan media informasi cetak sebagai petunjuk arah seperti *sign board*, *landmark*, *pictogram* dan atribut berwisata untuk kembali menghidupkan area wisata. *Sign board* tidak hanya menjadi petunjuk arah tetapi juga menjadi media informasi yang terpampang di pinggir jalan besar, sehingga dapat dilihat oleh orang-orang yang lewat, dengan harapan mampu menarik mereka untuk berkunjung. Selain itu menurut (Sayuti & Munisa, 2023) papan petunjuk arah bertujuan untuk mengatasi permasalahan pengunjung yang kebingungan terkait lokasi-lokasi wisata dan juga fasilitas dari tempat wisata. Papan nama maupun petunjuk arah dinilai cukup efektif dan komunikatif. Dan menurut (Novita Faramedina et al., 2023), plang papan petunjuk (*sign board*) tidak hanya diperlukan diarea wisata, tetapi di area pemukiman warga biasa pun diperlukan papan petunjuk arah. Sebagai contoh plang papan petunjuk rumah RT dan RW, dimana tujuan adanya plang papan petunjuk itu untuk meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi administratif bagi warga desa maupun warga luar desa yang berkepentingan. Pada pengabdian masyarakat ini, akan dilakukan pengadaan kebutuhan grafis lingkungan seperti signboard, landmark, dan pictogram dengan menggunakan metode perancangan yang diawali dengan studi pustaka untuk mencari referensi kebutuhan grafis apa saja yang pada umumnya dibutuhkan dalam suatu obyek wisata, kemudian melakukan observasi dan survei langsung terhadap lingkungan wisata untuk menentukan ukuran dan jumlah pengadaan atribut wisata. Dan wawancara sekaligus diskusi dengan pengelola untuk menciptakan brand yang sesuai dengan citra desa wisata. Dari hasil pelaksanaan yang mencapai pada tahap pengadaan dan pemasangan atribut grafis lingkungan, terbukti mampu kembali menghidupkan suasana desa wisata, meski belum secara signifikan meningkatkan pengunjung. Hal tersebut dapat diperkirakan perlu adanya tindakan promosi ulang melalui laman internet untuk jangkauan lebih luas.

II. MASALAH

Berikut ditunjukkan pada gambar 4 terkait kondisi atribut wisata yang sudah tidak layak guna. Selain itu petunjuk arah atau identifikasi lokasi yang spesifik menunjukkan suatu lokasi juga belum ada. Berdasarkan uraian diatas, terlihat jelas kebutuhan mitra saat ini adalah pengadaan media informasi cetak yang diperlukan perancangan desain dan membangun branding secara offline. Mengingat lokasi ledhok blotan ini berada di pojok gang perkampungan, sehingga sangat diperlukan sign board seperti *welcome sign*, *direction sign* untuk menggiring wisatawan mampir berkunjung. Menurut (Fakri et al., 2022), selain sign board, diperlukan dukungan atribut wisata seperti identification sign, ID pengelola dan tiket masuk, tiket parkir. Dilihat dari cakupan area desa wisata yang cukup luas dan berada di alam bebas, adapun kebutuhan petunjuk arah dan informasi terkait fasilitas maupun larangan karena berpotensi bahaya, seperti area licin, area menurun supaya berhati-hati, arus sungai dan lain sebagainya. Hasil analisis terkait *brand style* desa wisata dapat digunakan secara berkelanjutan untuk membuat desain yang digunakan secara *online* seperti pemasaran di media sosial.



Gambar 4. Atribut wisata lama

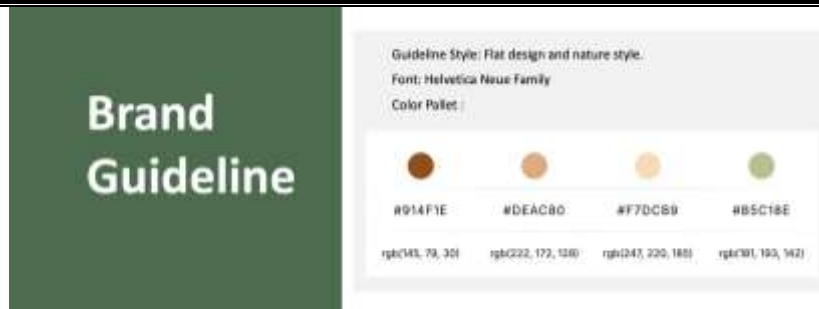
III. METODE

Metode pelaksanaan dari solusi yang dapat ditawarkan kepada mitra atas permasalahan yang dihadapi adalah dengan pengadaan sign board berupa direction sign dan identification sign yang harus diawali dengan perancangan desain, kemudian dicetak yang melibatkan percetakan dan atribut pendukung untuk pemasangan sign board. Menurut (Nabila et al., 2024), perancangan *sign system* diawali dengan *design thinking* yang meliputi studi pustaka, observasi, wawancara untuk mendapatkan data yang kemudian menghasilkan rancangan yang menrepresentasikan tempat wisata. Landasan perancangan desain yang nantinya diciptakan mengangkat ciri khas dari desa wisata Ledhok Blotan yang diwujudkan dalam bentuk grafis dan warna. Menurut (Puji Hastuti et al., 2022), hal tersebut bertujuan untuk menciptakan kesatuan harmoni antar jenis desain sign board. Kebutuhan perancangan desain itu sendiri antara lain,

1. *Guidelines style design* melalui identifikasi ciri khas desa wisata Ledhok Blotan

Terdiri dari komponen warna, font, dan style desain yang mudah dipahami dan digunakan oleh penciptaan semua desain. Gaya desain diambil dari karakter desa wisata Ledhik Blotan, dimana para pengelola mempunyai prinsip untuk menjaga budaya dan kelestarian alam dengan semaksimal mungkin semua atribut memiliki ciri khas alam, mulai dari warna hingga bentuk. Terdapat 2 bangunan limasan yang merupakan bangunan khas Jogja. Limasan tersebut menjadi salah satu ikonik desa wisata ini. Menurut (Fitria, 2019), brand suatu tempat wisata bertujuan untuk membangun keteringatan audien, yang diharapkan dapat menjadi daya tarik untuk berkunjung dan menjadi media informasi.

Terkati brand guideline, sebelumnya desa wisata Ledhok Blotan belum pernah membuatnya. Dari hasil diskusi dengan pengelola, bahwasanya citra desa wisata ini harus memperlihatkan kelamainan dari tempat wisata. Dimana segala atribut menggunakan unsur alam, mulai dari warna, bentuk, hingga bahan yang digunakan untuk pengadaan atribut wisata. Berdasarkan riset kombinasi warna dan tren *tone* warna dimasa sekarang, berikut *brand guideline style* yang dapat diterapkan.



Gambar 5. Brand Guideline Style

Setelah didapatkan brand guidelines, langkah selanjutnya adalah melakukan pemetaan terkait kebutuhan atribut grafis lingkungan wisata secara keseluruhan. Terkait pengadaan atribut wisata yang sampai pada pencetakan dan pemasangan disesuaikan dengan anggaran pengabdian masyarakat ini dan juga dipilah mana yang lebih dibutuhkan secara mendasar untuk desa wisata ini.



Gambar 6. Pemetaan Atribut Grafis Lingkungan Wisata

2. Proses penciptaan

Terdapat beberapa jenis desain yang diciptakan, antar lain sebagai berikut:

a. Perancangan Landmark

Landmark merupakan visual yang menjadi ikonik suatu lokasi, yang memberi kesan dan menarik pengunjung untuk mengabadikan moment diarea tersebut. Sehingga visual nyata landmark harus dalam wujud yang besar. Terkait hal tersebut tentu kebutuhan dana cukup tinggi. Oleh karenanya pada pengabdian ini, desain landmark diganti desain logo, yang nantinya desain logo ini nantinya juga dapat diwujudkan sebagai landmark. Selain itu dapat difungsikan sebagai identitas dan branding desa wisata Ledhok Blotan.

b. Perancangan Pictogram

Pictogram merupakan bentuk visual yang mudah dipahami untuk mengidentifikasi kebutuhan atau fasilitas setiap lokasi desa wisata seperti *warning sign*, *identification sign*, *table sign*, dan lain sebagainya. Menurut (Tirta et al., 2023), *sign system* sangat dibutuhkan di berbagai jenis tempat wisata. Khususnya jenis *identification sign*, yang merupakan jenis sign yang memberikan informasi terkait area, objek yang dipajang, dan lain sebagainya, yang menjadi atribut penting bagi pengunjung sebagai media informasi berwisata. Identification sign menjadi kebutuhan mendasar saat ini, mengingat belum ada sama sekali. Berikut perwakilan style desain untuk *identification sign*.



Gambar 7. Identification Sign

c. Perancangan Sign

Bentuk visual yang bertujuan untuk petunjuk arah lokasi wisata, seperti *welcome sign*, *map sign*, *direction sign*. Menurut (Yuliati et al., 2024), sarana petunjuk arah dan papan informasi merupakan langkah awal pembangkitan suatu tempat wisata. Sedangkan menurut (Ariansyah & Herwanto, 2024), *map sign* dan *direction sign* merupakan suatu atribut yang wajib ada di area wisata yang memiliki area yang luas. Hal tersebut bertujuan untuk mengarahkan pengunjung ke area wisata tertentu dan memberikan kenyamanan serta keluluasaan pengunjung di area wisata.

Maps sign menjadi prioritas pengadaan selanjutnya, pada perancangan sign lebih diutamakan pada *direction sign* dan *welcome sign*, dengan salah satu desain sebagai berikut:



Gambar 8. Welcome Sign



Gambar 9. Direction Sign

d. Perancangan Atribut Wisata

Atribut yang dimaksud seperti ID card pengurus, tiket masuk, dan lain sebagainya. Menurut (Ida Karunia Putri, 2023), berdasarkan penelitian yang dilakukan pada obyek wisata Geopark, atribut wisata mempengaruhi kepuasan pengunjung dan membuat pengunjung datang kembali. Atribut wisata tambahan yang digunakan sebagai media informasi di dekat jalan utama adalah banner, dengan desain sebagai berikut:

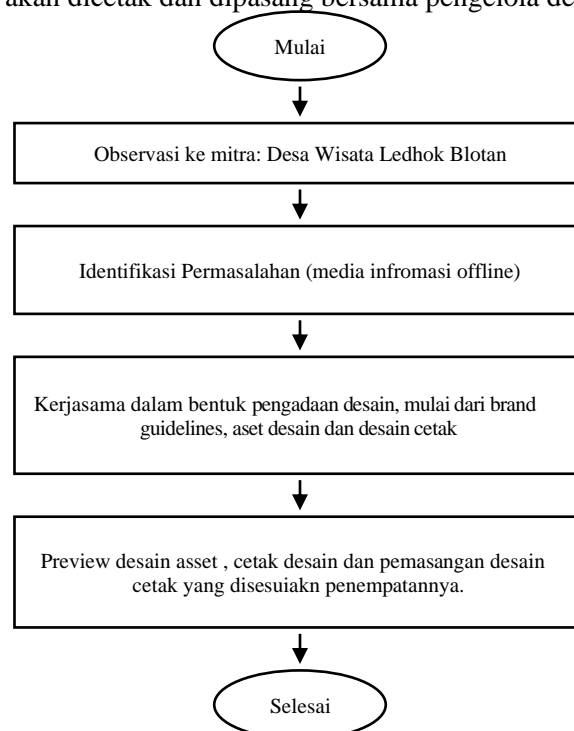


Gambar 10. Desain Banner Promosi

3. Proses cetak dan pemasangan

Desain grafis kebutuhan lingkungan wisata yang telah dirancang, selanjutnya akan diserahkan ke vendor untuk pencetakan dan pemasangannya. Terdapat beberapa kebutuhan grafis yang perlu diadakan segera dan ada beberapa desain kebutuhan grafis yang belum dibutuhkan terkait kecukupan dana dan korelasi dengan kesiapan pengelola desa wisata ini. Pada proses pencetakan, terjadi penyesuaian warna terkait material kayu yang digunakan, yang mana tidak untuk menyesuaikan anggaran dan dapat mencapai kebutuhan pengadaan mendasar atribut grafis lingkungan, desain tidak dapat dicetak menggunakan banyakwarna, melainkan hanya dapat menggunakan 2 warna. Berbeda dengan banner, dapat dicetak sesuai dengan desainnya.

Dimulai dari observasi langsung ke lokasi desa wisata, melalui interview kepada ketua dan pengelola desa wisata terkait perkembangan, kebermanfaatan terhadap masyarakat sekitar dan harapan untuk kemajuan desa wisata. Dari kegiatan observasi akan teridentifikasi permasalahan yang dilanjutkan dengan kajian atau analisis kebutuhan. Dari hasil observasi dan identifikasi masalah, ditemukan solusi yang tepat untuk kemudian tim pengabdian masyarakat bekerjasama dengan mitra untuk mewujudkan solusi. Dibutuhkan waktu kurang lebih 1 bulan untuk membuat brand guidelines style dan desain aset yang nantinya dapat digunakan secara berkelanjutan untuk desain untuk keperluan online maupun offline. Desain *signboard* dan *pictogram* akan dipresentasikan ke ketua dan pengelola desa wisata dan juga terkait rencana penempatan dan agenda pemasangan. Terakhir desain akan dicetak dan dipasang bersama pengelola desa wisata.



Gambar 11. Alur pelaksanaan

Berikut penjadwalan pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan secara bertahap seperti yang terpaparkan pada tabel berikut,

Tabel 1. Jadwal pelaksanaan

No	Nama Kegiatan	Bulan												
		11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Identifikasi kegiatan, pengajuan proposal	■												
2	Perancangan grafis		■											
3	Cetak desain			■										
4	Pemasangan atribut wisata				■									
5	Evaluasi kegiatan					■								
6	Penyusunan laporan dan luaran jurnal						■	■	■	■	■	■	■	■

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat meliputi:

1. Pengadaan Signboard dan Pictogram

Pemasangan atribut wisata yang melibatkan pengelola dan warga setempat atas izin dan pengetahuan ketua RT maupun ketua RW. Pemasangan atribut berlangsung dalam waktu 1 hari. Dokumentasi pengadaan atribut wisata ini dapat dilihat lebih lengkapnya di video yang telah diunggah pada tautan <https://www.facebook.com/share/r/WvSQ1tVR4DQHzzUS/?mibextid=WC7FNe> yang dapat diakses secara umum. Publikasi video melalui sosial media juga menjadi salah satu cara penyebaran informasi.



Gambar 12. Pemasangan Signboard dan Pictogram

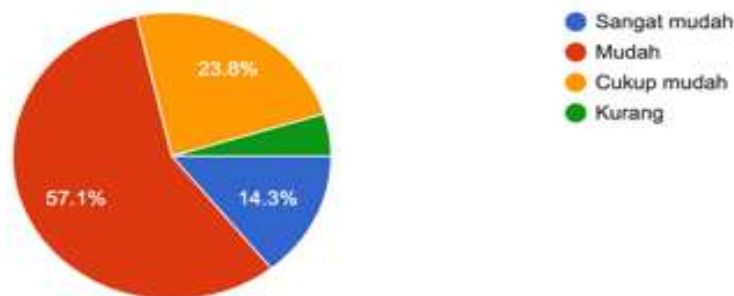
2. Hasil dari Survey dan Observasi

Dalam pengambilan data responden pengunjung, kami menempatkan banner di beberapa titik poin desa wisata dengan menyajikan barcode untuk dapat dipindai dan masuk ke form survei singkat. Berikut desainnya:



Gambar 13. Banner Ulasan

Hasil dari observasi lapangan dari tim pelaksana mendapatkan permasalahan terkait atribut wisata yang sudah tidak layak pakai. Solusi yang diberikan dengan melakukan pengadaan atribut wisata mulai dari desain hingga pemasangan. Dari 21 responden, yang 66,7% adalah pertama kali berkunjung dan 33,3% sudah pernah sebelumnya, mengatakan bahwa signboard dan pictogram yang ada 57,1% mudah untuk dipahami dan cukup membantu. Dan berikut pie chart prosentase yang ditunjukkan pada gambar 12.



Gambar 14. Pie Chart Responden

Berikut beberapa aktifitas di desa wisata Ledhok Blotan setelah diberitakan dibuka kembali, dan adanya beberapa fasilitas yang mendukung perkumpulan suatu acara atau hanya sekedar berkunjung.



Gambar 15. Aktifitas di lokasi desa wisata

V. KESIMPULAN

Berdasarkan salah satu kebutuhan penunjang bangkitnya desa wisata Ledhok Blotan dan juga keahlian dari tim pengabdian masyarakat, kami mewujudkan signboard dan pictogram yang dimulai dari desain, pencetakan dan pemasangan. Atribut wisata ini bagian terkecil, namun sangat membantu bagi para wisatawan yang berkunjung, terlebih pada saat tempat wisata ini sedang tidak ada penjaga. Meski demikian bagian kecil

ini dapat menjadi langkah awal dan memberi semangat pengelola untuk membangkitnya kembali desa wisata ini. Dari pengadaaan atribut grafis lingkungan wisata yang telah diterapkan, pengunjung mengatakan bahwa atribut tersebut 57,1% mengatakan mudah untuk dipahami dan cukup membantu. Hal tersebut dibuktikan dari besaran responden yang merupakan pengunjung baru. 66,7% dari 21 orang responden merupakan pengunjung yang baru pertama kali mengunjungi desa wisata ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada LPPM Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memfasilitasi pelaksanaan pengabdian masyarakat, kepada Ketua RW 40, Ketua RT 01 dan Pengelola Desa Wisata Ledhok Blotan, masyarakat yang ikut terlibat dan mendukung pengadaaan atribut wisata ini dan membantu terlaksananya kegiatan Abdimas ini beserta Tim pengabdian masyarakat Fakultas Ilmu Komputer.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariansyah, M. K., & Herwanto, D. (2024). *Analisis dan Perencanaan Perbaikan Papan Petunjuk Arah Pada Wisata Candi Jiwa Batujaya Karawang*. IX(4).
- Fakri, Z., Ananta, A., Rahman, F., Seni, F., & Dan, R. (2022). PERANCANGAN GRAFIS LINGKUNGAN DESA WISATA NAGATA NAGARI TALANG ANAU Desain Komunikasi Visual. In *Jurnal VCode* (Vol. 2, Issue 1).
- Fitria, N. (2019). IMPLEMENTASI DESAIN “NAME BOARD” DESA WISATA JAMBU GONDANGMANIS KABUPATEN JOMBANG. In *Jurnal Abdimas PHB* (Vol. 2). <https://doi.org/10.30591/japhb.v2i1.1288>
- I Nyoman Meirejeki, I. G. N. S. W., Ketut Suarta, I., Komang, I., & Putra, M. (2023). *Penguatan Sumber Daya Manusia dan Penataan Jalur Trekking Untuk Mendukung Pengembangan Wisata Tirta* (Vol. 4, Issue 4). <https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/548>
- Ida Karunia Putri. (2023). 478-Article Text-1841-1-10-20230812. *Journal of Comprehensive Science*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.59188/jcs.v2i8.478>
- Lestari, D. M., & Sifa Ni'mah, R. (2023). *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development PARTISIPASI MELALUI PENGABDIAN MASYARAKAT DALAM PEMBUATAN TANDA JALAN UNTUK GANG-GANG DI KELURAHAN MEKARSARI KECAMATAN PULO MERAK*. 3(2). <https://doi.org/10.53067/jjecsed.v3i2>
- Nabila, L., 1*, S., Dewa, I., & Dwija Putra, A. (2024). *Jurnal Desain Komunikasi Kreatif Inovasi Sign System untuk Meningkatkan Pengunjung di Kampung Blekok Rancabayawak Bandung*. 1, 66–73. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.1>
- Nahar, A. N., Awwaliyah, A. N., Damayanti, L., Miftah, D., Nur, M., Islam, I. A., & Kudus, N. (2024). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Colo Kudus. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1, 308–316. <https://doi.org/10.62017/arima>
- Novita Famedina, Nabila Ainun Nadhiah, Sebastianus Priambodo, Mohammad Djaelani, Yuyu Sriwahyuni Hamzah, Didit Darmawan, & Judiono Judiono. (2023). Pembuatan Plang Petunjuk Rumah Ketua RT dan RW untuk Memudahkan Administrasi Warga Setempat Desa Jogosatru Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo. *Kegiatan Positif: Jurnal Hasil Karya Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 201–209. <https://doi.org/10.61132/kegiatanpositif.v1i3.701>
- Puji Hastuti, K., Farista Aristin, N., Nur Saputra, A., & Arif Setiawan, F. (2022). Perancangan Tourism Display Board di Objek Wisata Pasar Terapung Lok Baintan. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, 2(2), 282–290. <https://doi.org/10.20527/ilung.v2i2>
- Rifa'i, A., & Yunus, M. (2021). *MAKING NAME OF TREE OR PLANTS IN SWARGALOKA TOURISM (PEAT RAW AWANG AND CRAFTS LOCATIONS) IN PULANTANI VILLAGE, HAUR GADING SUB-DISTRICT, NORTH RIVER FORCE, KALIMANTAN SELATAN*. <http://proceeding.mbunivpress.or.id/index.php/bamara293>
- Sayuti, M., & Munisa, A. (2023). *Jurnal Desain Komunikasi Kreatif Perancangan Sign System Green House Lezatta*. Diterbitkan(2), 30–42. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.1>
- Sugeng, W., Soeparno, I., Syafii, M., Suhaimi, S., Anggia, Y., Gusti, I., Nasution, S., Rizki, H., Gurning, H., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). QR Code Rumah Adat dan Sign Board Desa Wisata Dokan. In *Jurnal Pengabdian Aceh* (Vol. 3, Issue 1).
- Tirta, *, Nugraha, A., Nugraha, T. A., & Wulandari, S. (2023). *Perancangan Sign System Kawasan Outbound Edukasi Satwa, Agro & Perikanan di Alas Outbound Prambon Design of Sign System for Animal, Agro & Fisheries Education Outbound Area at Alas Outbound Prambon*. 1(4), 1–18. <https://doi.org/10.61132/Kegiatan>
- Yulianti, Y., Khakim, Moch. N. L., Ramadhani, A. R., & Razaq, I. M. (2024). Pembuatan Sarana Penunjuk Arah dan Papan Informasi Digital Berbasis Web pada Situs Sejarah Sumber Jeding Desa Junrejo-Kota Batu. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 6(1), 104–114. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v6i1.1782>