

PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* DESA SELOREJO KABUPATEN MALANG BERBASIS DESA DIGITAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND RECALL*

Riski Herliana Twain Paramutia, 1) Dhika Yuan Yurisma, 2) Muh. Bahrudin

Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Desain Komunikasi Visual

Universitas Dinamika

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1) 18420100028@dinamika.ac.id, 2) Dhika@dinamika.ac.id, 3) Bahrudin@dinamika.ac.id

Desa Selorejo adalah desa wisata yang terletak di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Desa Selorejo mempunyai potensi seperti wisata petik jeruk sebagai hasil alam yang menjadi *icon* komoditas dari desa ini, yang dikelola langsung oleh 80% mayoritas penduduk desa. Berdasarkan Perbup No. 5 Tahun 2021, Pemerintah Kabupaten Malang dan Diskominfo ingin menjadikan desa Selorejo sebagai desa digital yang dikemas sebagai penghasil dan penyedia petik jeruk terbesar di wilayah Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. Namun sayangnya, desa Selorejo terdapat kekurangan dalam meningkatkan akan kesadaran masyarakat terkait dengan citra dan potensi yang dimilikinya. Untuk itu peneliti melakukan perancangan *destination branding* desa Selorejo, Kabupaten Malang berbasis desa digital sebagai upaya meningkatkan *brand recall*. Metode penelitian yang digunakan ini metode penelitian kualitatif yang didapatkan dari wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Dari hasil analisis peneliti mendapatkan sebuah kata kunci, "*Passionate*" artinya sebuah kecenderungan yang kuat terhadap suatu aktifitas yang di gemari oleh individu saat berkegiatan wisata di desa Selorejo. Hasil dari perancangan ini diaplikasikan pada logo, desain branding desa Selorejo. Logo ini nantinya diimplementasikan kedalam media promosi seperti, *website*, *thumbnail* youtube, media sosial feed Instagram, dan *stationery* berupa tiket masuk, kartu nama, kop Surat, amplop, sedangkan untuk *merchandise* berupa *sticker*, kaos, gantungan kunci, mug.

Kata kunci : Desa Selorejo, Desa Digital, *Destination Branding*, *Brand Recall*.

PENDAHULUAN

Kabupaten Malang merupakan kawasan pegunungan tinggi yang terletak di bagian selatan, Jawa Timur. Daerah ini mempunyai luas wilayah sekitar 2.977,05 km² dengan jumlah penduduk kurang lebih 2.935.138 jiwa yang terbagi menjadi 33 kecamatan dan 378 desa di dalamnya (malangkab.go.id). Malang juga memiliki banyak desa wisata ataupun tempat wisata yang tersebar di berbagai kecamatan yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Berdasarkan UU No. 22 Tahun 1999 menyatakan bahwa, pembangunan desa wisata merupakan realisasi dari Undang – Undang Otonomi Daerah yang ditetapkan langsung oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Malang. Namun sayangnya, potensi yang dimiliki desa wisata ini belum banyak didukung oleh pemerintah daerah setempat terkait potensi desa wisata dengan kesiapan yang matang seperti sektor pengelolaan wisata dari segi promosi, sarana

dan prasarana pendukung yang ada, dan sumber daya manusianya.

Desa Selorejo berada di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Desa ini mempunyai banyak sekali potensi seperti wisata petik jeruk sebagai hasil alam yang menjadi *icon* komoditas dari desa ini, yang dikelola langsung oleh 80% mayoritas penduduk desa, terdapat pula wisata alam yang asri dan dikelola oleh Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) yang bekerjasama dengan Perhutani berupa, Hutan Pinus Bedengan yang mana menjadi area *outbound*, serta bumi perkemahan yang bisa dikunjungi.

Bedasarkan Perbup No. 5 Tahun 2021, Pemerintah Kabupaten Malang dan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Malang tahun 2021 ingin menjadikan desa Selorejo sebagai desa digital yang notabeneanya desa ini dikemas sebagai penghasil dan

penyedia petik buah jeruk terbesar di wilayah Kecamatan Dau, Kabupaten Malang (Erna Wati, 2022).

Akan tetapi desa Selorejo masih terdapat kekurangan dalam hal meningkatkan akan kesadaran masyarakat terkait dengan citra dan potensi yang dimilikinya. Berdasarkan wawancara dengan ibu Erna Wati selaku Kasi Pelayanan Desa Selorejo (2022), ketidaktahuan masyarakat mengenai desa Selorejo berkaitan dengan kurangnya informasi mengenai sejarah desa Selorejo sebagai penghasil buah jeruk, kurangnya kegiatan promosi yang ada di eksternal mengenai desa Selorejo, dan Kantor Kelurahan desa Selorejo hanya mengandalkan wisatawan yang datang memperoleh informasi seputar desa hanya dari mulut ke mulut atau WOM (*Word Of Mouth*).

Maka dari itu untuk mempercepat terwujudnya desa Selorejo sebagai desa digital berbasis wisata petik buah jeruk dibutuhkan *destination branding* sebagai upaya meningkatkan *brand Recall* dengan cara memperkenalkan desa Selorejo sebagai desa digital yang memiliki *icon* komoditas berupa wisata petik jeruk, dan mengemas desa Selorejo sebagai desa wisata agar dapat dikenali oleh masyarakat luas, dan mampu memberikan citra positif, serta membantu kesejahteraan perekonomian masyarakat desa Selorejo.

Brannan (2005:1) *destination branding* memiliki artian menyusun ataupun merancang sebuah konsep dari suatu tempat atau destinasi yang memenuhi kebutuhan dari target suatu pasar ataupun market.

Dengan adanya perancangan *destination branding* ini, diharapkan dapat meningkatkan brand awareness desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Ferrina Dewi (2008) menjelaskan bahwa *brand awareness* dapat diartikan sebagai kesadaran konsumen pada suatu nama merek dalam benaknya, dilihat dari cara berfikir mengenai suatu kategori produk (*recognition*) dan nama yang paling di ingatnya untuk kategori tersebut (*recall*). Dengan adanya perancangan ini diharapkan wisatawan dapat mengingat lebih dalam mengenai desa Selorejo sebagai desa digital yang memiliki *icon* komoditas berupa wisata petik jeruk yang berada di Kabupaten Malang, Jawa Timur.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai dasar dalam melakukan penulisan. Metode kualitatif merupakan suatu data yang didapatkan dari tempat tertentu yang sifatnya alamiah (bukan buatan) (Sugiyono, 2017).

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode wawancara bersama narasumber, observasi, dokumentasi, dan studi literatur, sehingga dapat membantu perancangan *destination branding* desa Selorejo Kabupaten Malang berbasis desa digital sebagai upaya meningkatkan *brand recall*.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah potensi wisata desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Lokasi desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Terdapat subjek yang mendukung penelitian ini yakni, Ibu Erna Wati selaku Kasi Pelayanan Desa Selorejo dan pengelola Wisata Petik Jeruk, Bapak Muhammad Najib selaku Kepariwisataan Wisata Petik Jeruk.

Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Sugiyono (2016:231) menyatakan wawancara merupakan sebuah hal yang berkaitan dengan pertemuan antara dua orang yang ingin bertukar informasi ataupun ide melalui sesi tanya jawab. Di dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara langsung.

2) Observasi

Dalam jurnal Pratiwi mengutip Sugiono (2006:139) yang menyatakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks dan tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis didalamnya.

3) Dokumentasi

Dokumentasi diartikan sebagai catatan peristiwa yang sudah berlalu. Biasanya dokumentasi dikenali dengan bentuk sebuah karya tulisan, maupun gambar dari seseorang. Dokumen juga disebut sebagai data pendukung pada hasil pengamatan dan menjadi informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Sugiyono,2016).

4) Studi Literatur

Menurut Sugiyono (2013:291) Studi literatur merupakan studi kepustakaan yang mana didalamnya terdapat kaitan mengenai kajian teoritis dari sebuah nilai, budaya, ataupun norma yang berkembang secara sosial dan tidak lepas dari sumber ilmiahnya.

Teknik analisis data

Menurut Moleong (2004) Teknik analisis data adalah proses untuk mengurutkan dan mengkategorikan data sesuai pola, kategori, dan uraian dasar.

Rijali (2018) memaparkan teknik analisis data kualitatif dikualifikasikan menjadi 4 diantaranya, sebagai berikut:

1) Reduksi

Teknik reduksi data ini berfungsi untuk menyimpulkan data secara relevan yang kemudian dilakukan dengan cara memilah – milah data sesuai dengan konsep tertentu dengan kategori dan tema tertentu juga.

2) Penyajian

Kumpulan informasi yang disusun secara relevan sehingga dapat ditarik kesimpulan dan pengambilan tindakannya.

3) Penarikan Kesimpulan

Upaya dalam penarikan kesimpulan oleh peneliti ini bisa dilakukan secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari sinilah pengumpulan data penelitian kualitatif dapat dicari dan kesimpulan.

4) SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) merupakan faktor sistematis dari perumusan strategi. Analisis ini digunakan untuk melihat suatu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dari sisi internal dan eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Observasi

Observasi dilakukan peneliti secara langsung pada hari rabu, 09 Februari 2022 di desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Observasi yang dilakukan peneliti ini berupa pengamatan terkait dengan potensi yang dimiliki oleh desa Selorejo yakni, *icon* komoditas berupa buah jeruk. Selanjutnya pengamatan dilanjutkan dengan melihat lokasi wisata yang ada di desa Selorejo, untuk hasil alamnya berupa, wisata petik jeruk yang menjadi *icon* komoditas dan merupakan penghasil dan penyedia petik buah jeruk terbesar yang ada di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Dari hasil pengamatan ini didapatkan penjelasan bahwa desa Selorejo merupakan desa yang terletak di Kecamatan Dau, lokasinya berada dibagian utara Kabupaten Malang yang mana dikelilingi oleh wisata petik jeruk dan hutan pinus sehingga memiliki potensi dan keindahan yang cocok untuk dikunjungi oleh wisatawan. Sedangkan terkait dengan kondisi lingkungan desa Selorejo yang tentram, bersih, ramah dan asri.

Terdapat fasilitas dan layanan yang dimiliki Wisata Petik Jeruk diantaranya pemandu wisata atau *tour guide*, terdapat gazebo, sarana produksi seperti pupuk, bibit, dan pestisida, melayani penjualan buah jeruk secara *retails* atau *grosir*, bisa juga memesan menu hidangan makan siang dikebun seperti masakan ala *ndeso* dan aneka masakan lalapan lainnya. Sayangnya masih terdapat kekurangan dalam segi saran dan prasaran berserta fasilitasnya yakni berupa, gazebo yang minim, lahan parkir yang kurang luas dan akses transportasi menuju Wisata Petik Jeruk yang kurang memadai serta fasilitas berupa toilet umum dan tempat ibadah yang perlu dilakukan pembangunan.

2) Wawancara

Didalam teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara yang dilakukan secara langsung pada hari Jum'at tanggal 18 Februari 2022 dengan Ibu Erna Wati selaku Kasi Pelayanan Desa Selorejo didapatkan hasil wawancara berupa, sejarah terbentuknya desa yang kuasai oleh tetua bernama Mbah H. Turejo dan mbah sayang pada pertengahan abad 18. Desa Selorejo yang artinya Selo adalah batu (dalam Bahasa Jawa) dan rejo merupakan nama tetua dari pendiri desa Mbah H. Turejo.

Bedasarkan hasil wawancara Ibu Erna Wati (2022) menyatakan bahwa, Perbup No. 5 Tahun 2021 oleh Pemerintah Kabupaten Malang dan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Malang tahun 2021 ingin menjadikan desa Selorejo sebagai desa digital. Hal ini dikarenakan, desa Selorejo mempunyai potensi berupa wisata petik jeruk sebagai hasil alam yang menjadi *icon* komoditas dari desa Selorejo yang dikelola langsung oleh 80% mayoritas penduduk desa.

Wisata petik jeruk ini berada dilahan desa seluas 285,601 hektare (ha) membentang luas diantara banyak titik seperti, Agro Wisata Petik Jeruk Kebun Kita, Wisata Petik Jeruk Pak Suwaji, Wisata Petik Jeruk Dau, dan Petik Jeruk Pak Dani yang notabennya semua ini sudah 100% ditanami berbagai macam buah jeruk.

Terdapat 6 jenis buah jeruk yang ada di desa Selorejo diantaranya, jeruk peras yang disebut sebagai jeruk baby malang, jeruk java yang memiliki rasa manis, jeruk pacitan dengan kesegarannya, jeruk valencia yang memiliki rasa masam, jeruk siam yang terbagi menjadi 2 yaitu jeruk pontianak dan madu, serta jeruk keprok batu 55 yang mana jeruk ini memiliki kebiasaan yaitu dikupas terlebih dahulu. Tentunya wisatawan dimanjakan dengan merasakan kebebasan saat berada di dalam kebun jeruk, melihat secara details mengenai pemberdayaan tanaman jeruk, edukasi mengenai beberapa jenis buah jeruk, dibebaskan untuk memetik buah dan memakan langsung buah jeruk yang sudah masak dari pohonnya, serta diperbolehkan membawa pulang beberapa varian buah jeruk sebagai buah tangan keluarga di rumah yang dibandrol dengan harga murah

yaitu Rp.5.000/ kg buah jeruk pada masa panen raya.

Ibu Erna Wati (2022) juga menjelaskan bahwa, desa Selorejo masih terdapat kekurangan dalam hal meningkatkan akan kesadaran masyarakat terkait dengan citra dan potensi yang dimilikinya. Kekurangan ini didasari oleh sumber daya manusia dan tidak adanya pengetahuan mengenai kegiatan promosi yang ada di Kantor Kelurahan desa Selorejo ini yang mengakibatkan masyarakat belum mengetahui secara pasti mengenai wisata petik jeruk yang berada di Desa Selorejo. Kantor Kelurahan desa Selorejo hanya mengandalkan mulut ke mulut atau WOM (*Word Of Mouth*).

Wawancara dilanjutkan dengan Bapak Muhammad Najib selaku Kepariwisataan Wisata Petik Jeruk pada hari selasa tanggal 15 Maret 2022. Wisata Petik Jeruk yang ada di desa Selorejo ini bisa dikunjungi wisatawan mulai dari pukul 08.00 – 16.00 WIB. Wisatawan cukup membayar tiket masuk senilai Rp.20.000, sedangkan untuk kalangan pelajar hanya membayar sebesar Rp. 15.000 – perorangnya saja. Pengunjung dari kalangan menengah dengan jenis kelamin perempuan dan laki-laki terpaut usia mulai dari 7 tahun sampai dengan 50 tahun serta daerah asal pengunjung wisata yang berbeda-beda mulai dari, jawa timur sampai dengan luar jawa.

3) Dokumentasi

Dari hasil dokumentasi didapatkan data berupa foto yang menjadi alat bukti untuk mendukung hasil pengamatan dalam perancangan *destination branding* desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang.

Sebelum wisatawan melakukan kunjungan Wisata Petik Jeruk di desa Selorejo ini, wisatawan diminta untuk mendaftarkan diri pada loket atau pintu masuk wisata yang berada di sisi kanan dari gapura pintu masuk desa Selorejo. Untuk jarak yang ditempuh wisatawan kurang lebih 1.7 km dengan kurung waktu 5 menit saja untuk bisa sampai di loket Wisata Petik Jeruk desa Selorejo. Sedangkan untuk harga tiketnya, wisatawan cukup merogoh kocek senilai Rp.20.000 – umum sedangkan untuk kalangan pelajar hanya membayar sebesar Rp. 15.000 – perorangnya saja.

4) Studi literatur

Dalam sebuah perancangan destination branding memerlukan studi literature yang digunakan untuk mendukung suatu perancangan yang dilakukan peneliti dari segi informasi. Dari sinilah peneliti menggunakan buku Branding Destinasi dan Promosi Wisata (2019) karya Rimsku K. Judisseno. Buku ini berisikan informasi terkait dengan mengoptimalkan citra yang dimiliki suatu perusahaan atau destinasi dari segi branding melalui kegiatan promosi untuk membangun sebuah *relationship* bersama dengan konsumen ataupun pengunjung dan dengan cara membranding perusahaan atau destinasi harapannya mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.

Selanjutnya peneliti juga menggunakan buku Mendesain Logo (2009) karya Surianto Rusan untuk mendukung dan membantu proses dari perancangan identitas visual berupa logo, warna, dan *typography* yang tepat dan menarik untuk digunakan peneliti pada perancangan *destination branding* desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Penyajian Data

- 1) Desa Selorejo Kecamatan Dau, terletak di bagian utara Kabupaten Malang Jawa Timur. Desa Selorejo mempunyai potensi wisata seperti, wisata petik jeruk sebagai hasil alam yang menjadi *icon* komoditas dari desa ini.
- 2) Pengunjung ataupun wisatawan cukup beragam mulai dari warga lokal sampai turis mancanegara dengan jenis kelamin laki-laki ataupun perempuan dengan tahapan orang tua, remaja atau dewasa dan anak-anak, berstatus belum dan sudah menikah.
- 3) Sedangkan usia pengunjung ataupun wisatawan mulai dari 7-50 tahun.
- 4) Wisata petik jeruk dan buah jeruk yang ada di desa Selorejo merupakan *icon* komoditas utama dari desa Selorejo.
- 5) Berdasarkan Perbup No. 5 Tahun 2021, Pemerintah Kabupaten Malang dan Diskominfo Kabupaten Malang ingin menjadikan desa Selorejo menjadi desa digital agar dapat dikenali oleh masyarakat luas, dan mampu memberikan citra positif, serta

membantu kesejahteraan perekonomian masyarakat desa Selorejo.

Penarikan Kesimpulan

Desa Selorejo, Kecamatan Dau, terletak di bagian utara Kabupaten Malang Jawa Timur. Desa Selorejo sendiri memiliki kondisi lingkungan yang tenang, bersih, ramah dan asri. Berdasarkan Perbup No. 5 Tahun 2021, Pemerintah Kabupaten Malang dan Diskominfo Kabupaten Malang ingin menjadikan desa Selorejo menjadi desa digital. Pemilihan ini didasari oleh potensi yang dimiliki desa Selorejo.

Wisata petik jeruk yang ditawarkan oleh desa Selorejo ini bisa dikunjungi oleh wisatawan pada hari senin sampai dengan minggu, pukul 08.00-16.00 WIB dari kalangan laki-laki ataupun perempuan dengan cakupan anak-anak, remaja, dewasa, sampai dengan orang tua dengan kurung usia 7-50 tahun. Terdapat fasilitas dan layanan yang dimiliki wisata petik jeruk diantaranya pemandu wisata atau tour guide, terdapat gazebo sebagai tempat beristirahat, sarana produksi seperti pupuk, bibit, dan pestisida, melayani penjualan buah jeruk secara *retails* atau *grosir*, bisa juga memesan menu hidangan makan siang dikebun. Namun wisata petik jeruk yang ada di desa selorejo masih terdapat kekurangan dalam segi saran dan prasarana berserta fasilitasnya seperti, gazebo yang minim, lahan parkir yang kurang luas dan akses transportasi menuju wisata petik jeruk serta fasilitas berupa toilet umum dan tempat ibadah.

Konsep Dan Keyword

1. Segmentasi

a. Geografis :

- Negara : Indonesia
- Ukuran Kota : Kota Besar/Kabupaten

b. Demografis

- Usia : 7-50 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
- Profesi : Pelajar, Mahasiswa,

Karyawan,
Wirausaha

- Status sosial : Menengah
 - Status perkawinan : Sudah ataupun Belum Menikah
- c. Psikografis
- Pecinta alam beserta hasil alamnya
 - Menyukai hawa dingin dan segar
 - Menyukai *traveling*
 - Hobi berkebun
 - Pecinta buah jeruk
 - Menyukai kegiatan outdoor
 - Menyukai waktu kebersamaan dengan keluarga ataupun teman
 - Memanfaatkan waktunya untuk healing

2. Targeting

Target dari wisata petik jeruk di desa Selorejo yakni, usia 7-50 tahun, berjenis kelamin laki-laki / perempuan, dengan status sosial menengah yang berkeinginan berlibur ataupun *traveling* di desa yang terletak di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang dengan menikmati suasana alam beserta hasil alamnya yang berhawa dingin dan segar, hobi berkebun, pecinta buah jeruk, dan menyukai kegiatan yang bersifat *outdoor* serta mampu memanfaatkan waktunya untuk healing di desa.

3. Positioning

Desa Selorejo memosisikan dirinya sebagai destinasi wisata desa berbasis desa digital yang mempunyai *icon* komoditas berupa, wisata petik jeruk. Terdapat pula potensi yang dimiliki desa Selorejo seperti, hasil alamnya berupa, wisata petik jeruk yang merupakan penghasil dan penyedia petik buah jeruk terbesar yang ada di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur dan menjadi *icon* komoditas utama dari desa tersebut.

Analisis Usp (Unique Selling Proposition)

USP (*Unique Selling Proposition*) merupakan suatu hal yang paling penting dan terkesan menarik dalam membuat suatu bisnis agar terlihat lebih unggul dari kompetitor atau pesaing lainnya. Desa Selorejo sendiri terdapat *Unique Selling Proposition* berupa, wisata petik jeruk yang mana menjadi *icon* komoditas utama

dari desa tersebut. Berdasarkan Perbup No. 5 Tahun 2021, Pemerintah Kabupaten Malang dan Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Malang tahun 2021 ingin menjadikan desa Selorejo menjadi desa digital yang mana pemilihan ini didasari oleh potensi yang menarik dan unik yang dimiliki desa Selorejo seperti wisata petik jeruknya.

Wisata petik jeruk yang ada di desa Selorejo ini dikenal sebagai penghasil dan penyedia petik buah jeruk terbesar yang ada di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Wisatawan yang berkunjung di wisata petik jeruk desa Selorejo biasanya dimanjakan dengan merasakan kebebasan saat berada di dalam kebun jeruk, melihat secara details mengenai pemberdayaan tanaman jeruk, edukasi mengenai beberapa jenis buah jeruk, dibebaskan untuk memetik buah dan memakan langsung buah jeruk yang sudah masak dari pohonnya, serta diperbolehkan membawa pulang beberapa varian buah jeruk sebagai buah tangan keluarga di rumah yang dibandrol dengan harga murah yaitu Rp.5.000/ kg buah jeruk pada masa panen raya.

Analisis Swot (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
Internal	<ol style="list-style-type: none">1. Mempunyai <i>icon</i> komoditas berupa wisata petik jeruk.2. Memiliki udara yang sejuk dan asri3. Jalan bisa diakses oleh kendaraan roda dua dan roda empat	<ol style="list-style-type: none">1. Desa selorejo belum mempunyai identitas visual2. Lahan parkir yang kurang luas3. Akses transportasi menuju wisata petik jeruk kurang memadai

Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 4. Tarif wisata petik jeruk terjangkau 5. Wisatawan dimanjakan dengan kebebasan saat berada di dalam kebun jeruk 6. Terdapat pemandu wisata atau tour guide, dan gazebo 7. Pemerintah Kabupaten Malang dan Kominfo tahun 2021 ingin menjadi desa Selorejo sebagai desa digital. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Perlu Penambahan Gazebo dan belum adanya fasilitas toilet umum, tempat ibadah atau mushalla di Wisata Petik Jeruk 5. Kurangnya sumber daya manusia
	Opportunity	S-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu memproduksi penjualan buah jeruk secara retail atau grosir 2. Wisata petik jeruk bisa menjadi destinasi wisata desa yang dipilih wisatawan saat berkunjung di Kabupaten Malang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dukungan dari Pemerintah Kabupaten Malang dapat membantu dan memudahkan perancangan <i>destination branding</i> desa Selorejo Kabupaten Malang berbasis desa digital sebagai upaya meningkatkan <i>brand recall</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perancangan <i>destination branding</i> dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang desa Selorejo yang ada di Kabupaten Malang, Jawa Timur. 2. Melalui dukungan dari pemerintah Kabupaten Malang, Kelurahan desa Selorejo, dan masyarakat untuk lebih

		peduli terkait dengan citra dan potensi yang dimiliki desa Selorejo dengan menambah dan membangun infrastruktur ataupun fasilitas wisata.
Threat	S-T	W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak wisatawan yang belum bisa membedakan desa Selorejo penyedia dan penghasil buah jeruk yang ada di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang dengan waduk Selorejo Kec. Ngantang, Kabupaten Malang, Jawa Timur. 2. Melalui dukungan dari pemerintah Kabupaten Malang, Kelurahan desa Selorejo, dan masyarakat untuk lebih 3. Kondisi cuaca yang berubah-ubah 4. Terdapat pesaing atau kompetitor desa wisata di 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu menjadi wisata desa unggulan berbasis desa digital dengan memperkenalkan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diciptakan ya perancangan <i>destination branding</i> desa Selorejo Kabupaten Malang berbasis desa digital untuk meningkatkan <i>brand recall</i> 2. Wisatawan dituntut untuk bisa membedakan desa Selorejo dan waduk Selorejo Kec. Ngantang, Kabupaten Malang. 3. Dirasa kurang aman jika wisatawan berkunjung saat musim penghujan 4. Perlunya fasilitas toilet umum, tempat ibadah

<p>Kabupaten Malang, Jawa Timur yang mempunyai suasana yang menarik dan infrastruktur memadai</p> <p>5. Tidak adanya media promosi membuat wisatawan memperoleh informasi seputar desa hanya dari mulut ke mulut</p>		<p>atau mushalla di Wisata Petik Jeruk</p> <p>5. Penambahan paving di sekitar area yang beralaskan tanah agar wisatawan merasa aman</p> <p>6. Dapat dibukakan lahan parkir luas</p> <p>7. Perlu adanya akses transportasi yang memadai untuk menuju wisata petik jeruk</p>
<p>Strategi Utama :</p> <p>Merancang <i>destination branding</i> desa Selorejo Kabupaten Malang berbasis desa digital yang mempunyai hasil alam berupa buah jeruk dengan <i>icon</i> komoditasnya berupa wisata petik jeruk sebagai upaya untuk meningkatkan <i>brand recall</i> melalui media pendukung dan promosi agar wisatawan dapat membedakan desa Selorejo dengan kompotitor desa wisata lainnya.</p>		

(Sumber : Paramutia, 2022)

Analisis Key Communication Message



(Sumber : Paramutia, 2022)

Deskripsi Konsep

Bedasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti dari prosesi wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literature, dapat diketahui bahwasanya peneliti akan merancang sebuah *destination branding* desa Selorejo, Kabupaten Malang, berbasis desa digital sebagai upaya meningkatkan brand recall yang mana telah ditemukan *key communication message (KCM)* yaitu, passion. Menurut *Oxford Leaner's Dictionary* kata "*passionate*" memiliki artian sebuah kecendrungan yang kuat terhadap suatu aktifitas yang di gemari oleh seorang individu. Hal ini diyakini dapat membuat wisatawan yang berkunjung merasa senang, nyaman, dan antusias karna adanya dorongan yang kuat dan ada pada dirinya saat individu itu merasa senang, cinta, dan seirama dengan hal-hal apa yang disukai terhadap suatu hal itu.

Konsep Perancangan Karya Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif dari perancangan *destination branding* desa Selorejo Kabupaten Malang ini yakni, sebagai upaya meningkatkan *brand recall* dan juga memperkenalkan desa Selorejo sebagai desa wisata dan desa digital.

Strategi kreatif

1. Tagline

Tagline yang akan digunakan pada perancangan *destination branding* desa Selorejo, Kabupaten Malang ini yakni "*Shine Of Happiness*" artinya desa Selorejo hadir dengan pancaran sinar yang terang dari suatu kenikmatan yang ada pada potensi destinasi wisata berupa, wisata petik jeruk yang menjadi *icon* komoditas utama dari desa Selorejo. Dengan adanya kunjungan dari wisatawan bersama dengan kerabat terdekat ataupun keluarga membuat kesan kebahagiaan itu hadir berdampingan dengan energi dari alam yang bersifat natural, fresh dan cenderung memiliki rasa nyaman.

2. Layout

Pada perancangan ini, peneliti akan menggunakan *grid layout* agar memiliki

susunan yang terkesan rapi, mudah dipahami maksud dan tujuan dari perancangan ini nantinya dan tidak hanya itu dipilihnya layout ini karna memiliki kesan professional yang sifatnya baik untuk kedepannya.

3. *Tipography*

Dalam perancangan logo desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur ini peneliti menggunakan type font “*Sans Serif*” yang memiliki kesan modern, dan bersifat fungsional, serta memiliki klasifikasi keterbacaan yang cukup jelas jika dilihat dari jarak jauh. Maka dari itu, font yang akan digunakan peneliti nantinya untuk *graphic standard manual* dan media pendukung adalah font *Gotham Narrow black dan extra light*.



Gambar Font Gotham Narrow

(Sumber: Paramutia, 2022)

4. **Warna**

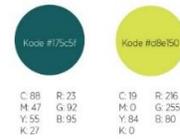
Warna yang akan digunakan dalam perancangan logo desa Selorejo, Kabupaten Malang adalah warna yang memiliki kesan segar, alami, dan bersinergi. Hal ini nantinya diyakini dapat menarik perhatian dan menggugah rasa keingintahuan masyarakat saat melihat logo tersebut.

1. **Warna biru**

Merupakan warna yang dapat mewakili sebuah feeling yang ada dalam diri manusia terhadap kenyamanan, ketenangan, kemurnian dan kesegaran.

2. **Warna kuning**

Merupakan warna yang selalu berkaitan dengan kegembiraan, kebahagiaan, perasaan optimis dan penuh energi. Warna ini diyakini bisa menarik perhatian serta dapat merangsang aktivitas pikiran dan mental manusia.



Gambar Jenis Warna Logo

(Sumber: Paramutia, 2022)

5. **Logo**

Logo yang akan dirancang ini menggambarkan sebuah karakteristik dan potensi alam yang ada di desa Selorejo, Kabupaten Malang. Logo yang dirancang juga disesuaikan dengan keyword yaitu, *Passionate*. *Keyword* tersebut didapatkan dari hasil analisis dari kegiatan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur.

Perancangan Sketsa Konsep Logo Dan Media

Logo yang akan dirancang untuk desa Selorejo, Kabupaten Malang telah disesuaikan dengan *keyword* yang sudah didapat dari analisis *key communication message* yaitu, *passionate*. *Brainstorming* digunakan peneliti untuk mendapatkan kumpulan referensi visual yang sesuai dengan *keyword* yang telah ditentukan.



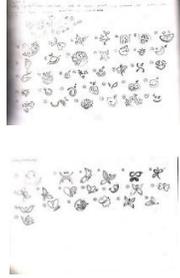
Gambar Referensi Visual

(Sumber: Paramutia, 2022)

Logo Dan Element Grafis

1. **Sketsa logo dan element Grafis**

Sketsa logo yang dirancang merupakan referensi visual dari *keyword* yang sudah ditentukan dan terdapat karakteristik potensi alam dari desa Selorejo.

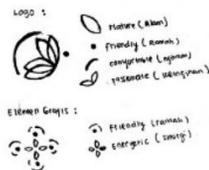


Gambar Referensi Visual
(Sumber: Olahan Peneliti, 2022)

Sketsa logo ini merupakan pengembangan dari sketsa logo sebelumnya yang berasal dari *keyword* dan referensi visual dengan menampilkan karakteristik potensi alam dan lingkungan masyarakat desa Selorejo Kabupaten Malang, Jawa Timur.

2. Sketsa logo dan elemen grafis terpilih

Setelah selesai melakukan sketsa logo, maka peneliti mulai menentukan langkah selanjutnya yakni, menentukan logo dan elemen grafis untuk digunakan sebagai identitas visual yang mewakili desa Selorejo, Kabupaten Malang.



Gambar Sketsa Logo Terpilih
(Sumber: Paramutia, 2022)

Strategi Media

1. *Graphic Standard Manual*

Graphic Standard Manual merupakan pedoman dan petunjuk yang mengatur komposisi dan elemen visual yang akan diaplikasikan pada media dan tampilan. Sedangkan untuk ukuran yakni berukuran, A4.



Gambar Sketsa *Graphic Standard Manual*

(Sumber: Paramutia, 2022)

2. *Stationery*

Dalam perancangan ini ada 4 *Stationery-set* yang digunakan seperti, kartu nama, kop surat, amplop, dan tiket masuk wisata. Penggunaan konsep pada *Stationery* ini bertujuan untuk menampilkan logo dan supergrafis yang sudah dirancang, disertakan beberapa informasi lengkap mengenai desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur.



Gambar Sketsa Amplop dan Kop Surat
(Sumber: Paramutia, 2022)



Gambar Sketsa Kartu Nama dan Tiket Masuk

(Sumber: Paramutia, 2022)

3. *Merchandise*

Dalam perancangan ini terdapat 4 merchandise diantaranya, kaos, stiker, gantungan kunci, dan mug. Merchandise ini dipilih dan disesuaikan dengan kebutuhan wisata di desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur.



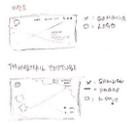
Gambar Sketsa *Merchandise*

(Sumber: Paramutia, 2022)

4. Media promosi

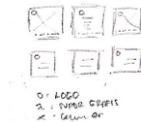
Media promosi merupakan alat bantu atau saranan sederhana yang mempunyai fungsi

untuk memberitahukan dan mengenalkan. Media promosi yang peneliti gunakan yakni, UI (User Interface) Website, Thumbnail konten youtube, dan media sosial berupa feed Instagram yang nantinya berisikan update mengenai desa Selorejo.



Gambar Sketsa UI (User Interface) Website dan Thumbnail youtube

(Sumber: Paramutia, 2022)



Gambar Sketsa Media Sosial Feed Instagram

(Sumber: Paramutia, 2022)

Implementasi Karya

1. Logo

Terdapat 3 alternatif logo yang peneliti diskusikan dengan pihak desa Selorejo, Kabupaten Malang yakni Ibu Erna Wati selaku Kasi Pelayanan Desa Selorejo (2022) mengenai logo mana yang mewakili, dan memiliki kecocokan, serta mencerminkan Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur.



Gambar Logo Alternatif 1

(Sumber: Paramutia, 2022)

Terdapat 3 elemen grafis dari logo ini, pertama yaitu ramah yang mana melambangkan sifat asli dari penduduk desa Selorejo yang nantinya akan dirasakan oleh wisatawan saat berkunjung ke desa tersebut untuk berwisata. Elemen selanjutnya, kenyamanan yang didapatkan oleh wisatawan seperti, wisatawan dimanjakan dengan merasakan kebebasan saat berada di dalam kebun jeruk, melihat secara details mengenai pemberdayaan tanaman jeruk,

edukasi mengenai beberapa jenis buah jeruk, dibebaskan untuk memetik buah dan memakan langsung buah jeruk yang sudah masak dari pohonnya, serta diperbolehkan membawa pulang beberapa varian buah jeruk sebagai buah tangan keluarga di rumah. Elemen grafis yang terakhir yakni, senang yang merupakan perasaan yang tumbuh dari diri individu wisatawan setelah merasakan keramahan dan kenyamanan saat menghabiskan waktunya mengunjungi desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur.



Gambar Logo Alternatif 2

(Sumber: Paramutia, 2022)

5 elemen grafis yang terdapat pada logo ini didapatkan dari hasil analisis keyword yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat elemen grafis yang pertama yaitu ramah yang mana melambangkan sifat asli dari penduduk desa Selorejo yang nantinya akan dirasakan oleh wisatawan saat berkunjung ke desa tersebut untuk berwisata. Elemen selanjutnya, kenyamanan yang didapatkan oleh wisatawan seperti, wisatawan dimanjakan dengan merasakan kebebasan saat berada di dalam kebun jeruk, melihat secara details mengenai pemberdayaan tanaman jeruk, edukasi mengenai beberapa jenis buah jeruk, dibebaskan untuk memetik buah dan memakan langsung buah jeruk yang sudah masak dari pohonnya, serta diperbolehkan membawa pulang beberapa varian buah jeruk sebagai buah tangan keluarga di rumah. Elemen ketiga yaitu alam, alam yang dimiliki desa Selorejo ini berupa wisata petik jeruk yang menjadi hasil alam dan *icon* komoditas, serta terdapat pula wisata bedengan yang asri. Alam yang ditawarkan oleh desa Selorejo cukup segar, rindang, dan menajubkan membuat wisatawan merasa senang dan nyaman saat menghabiskan waktu luang bersama dengan keluarga. Elemen yang keempat yakni, energi, desa Selorejo menawarkan kegiatan outdoor yang membutuhkan energi yang bersinar pada diri wisatawan, dan yang terakhir kesegaran, merupakan bentuk kemurnian dari udara sejuk, sumber mata air, pemandangan rindang kebun jeruk dan hutan pinus yang disajikan oleh desa selorejo



Gambar Logo Terpilih Desa Selorejo

(Sumber: Paramutia, 2022)

Dari 3 alternatif logo yang sudah peneliti sajikan, logo ini lah yang terpilih dan dipilih oleh Ibu Erna Wati selaku Kasi Pelayanan Desa Selorejo (2022). Menurut Ibu Erna Wati (2022), logo ini cukup mewakili desa selorejo jika dilihat dari segi makna dan artinya. Elemen grafis yang terdapat pada logo ini diantaranya ada alam, keramahan, kenyamanan, perasaan penuh semangat yang melambangkan desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Logo yang telah dirancang ini merupakan gabungan keyword yang didapat dari hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Logo desa Selorejo ini terdiri dari logotype dan logogram, font sans serif digunakan pada logotype dari desa Selorejo yang memiliki kesan menarik dan tentunya memiliki keterbacaan yang cukup jelas. Berikut ini penjelasan spesifikasi dari elemen grafis pada logo desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

a. Alam



Gambar Alam

(Sumber: Paramutia, 2022)

Bentuk visual ini dapat diartikan sebagai gambaran suasana alam “nature” dan hasil alam yang dimiliki desa selorejo, Kecamatan dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

Alam yang dimiliki desa Selorejo ini berupa wisata petik jeruk yang menjadi *icon* komoditas dari desa tersebut dan terdapat pula wisata bedengan yang memiliki suasana asri. Alam ini dapat melambangkan kesegar, kerindangan, dan suasana yang cukup menajubkan yang nantinya mampu membuat wisatawan merasa senang dan nyaman saat menghabiskan waktu luang bersama dengan keluarga untuk mengunjungi desa selorejo, Kecamatan dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

b. Ramah



Gambar Ramah

(Sumber: Paramutia, 2022)

Bentuk visual ini dapat diartikan sebagai bentuk keramahan. Ramah sendiri dilambangkan dengan bentuk lingkaran yang mana bentuk ini memberi artian mengenai hubungan dan kesatuan untuk desa Selorejo. Ramah merupakan sebuah perasaan yang melambangkan sifat asli dari penduduk desa Selorejo yang nantinya akan dirasakan oleh wisatawan saat berkunjung ke desa selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur untuk berwisata.

c. Nyamanan



Gambar 4.22 Kenyamanan

(Sumber: Paramutia, 2022)

Bentuk visual ini merupakan bentuk kenyamanan yang ada pada diri manusia terhadap kondisi lingkungan sekitar desa Selorejo, Kabupaten Malang. Bentuk nyaman yang akan didapatkan oleh wisatawan seperti, merasakan kebebasan saat berada di dalam kebun jeruk, melihat secara details mengenai pemberdayaan tanaman jeruk, edukasi mengenai beberapa jenis buah jeruk, dibebaskan untuk memetik buah dan memakan langsung, dan diperbolehkannya wisatawan membawa pulang beberapa varian buah jeruk sebagai buah tangan untuk keluarga di rumah.

d. Penuh Semangat



Gambar 4.22 Penuh Cinta dan Semangat

(Sumber: Paramutia, 2022)

Bentuk visual ini disederhanakan menjadi bentuk sebuah cinta yang penuh dengan keharmonisan dan semangat yang ada dalam diri keluarga. Bentuk ini juga bisa melambangkan kegembiraan wisatawan yang penuh dengan

perasaan semangat terhadap wisata outdoor yang ditawarkan desa Selorejo seperti, wisata petik jeruk dan wisata bedengan.

2. Supergrafis



Gambar 4.23 Supergrafis
(Sumber: Paramutia, 2022)

Supergrafis yang dirancang ini merupakan elemen visual untuk identitas sebuah brand. Supergrafis diatas ini diambil dari potongan-potongan bentuk dari logo seperti, bentuk keramahan, kenyamanan dan alam yang digabungkan menjadi satu.

Media Utama



Gambar Graphic Standard Manual
(Sumber: Paramutia, 2022)

Graphic Standard Manual merupakan buku pedoman dan petunjuk yang mengatur komposisi dan elemen visual. Untuk ukurannya sudah di tentukan yakni berukuran, A4 21 cm x 29.7 cm.

Media Pendukung

1. Stationery-set



Gambar Stationery-set
(Sumber: Paramutia, 2022)



Gambar Tiket Masuk
(Sumber: Paramutia, 2022)

Pada gambar 4.25 Stationery-set merupakan sebuah implementasi logo dan elemen grafis yang mengasilkan suatu media pendukung seperti, kartu nama, kop surat, amplop, dan tiket masuk.

a. Kartu Nama

Kartu nama digunakan sebagai tanda pengenalan desa ataupun sarana informasi yang singkat mengenai desa Selorejo, Kabupaten Malang Jawa Timur.

b. Kop surat

Kop surat digunakan sebagai identitas visual dalam hal kegiatan surat menyurat dan biasanya berukuran A4 berbentuk fisik (Surat) ataupun non-fisik (Email).

c. Amplop

Amplop merupakan surat berbentuk fisik dan sebagai identitas visual dari kegiatan surat menyurat desa Selorejo, Kabupaten Malang Jawa Timur.

d. Tiket Masuk

Untuk tiket masuk sendiri berfungsi sebagai alat bukti fisik untuk masuk kewisata petik jeruk yang ada di desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

2. Merchandise



Gambar Merchandise
(Sumber: Paramutia, 2022)

Pada gambar 4.27 Terdapat beberapa Merchandise seperti, kaos, stiker gantungan kunci, dan mug. Penggunaan merchandise ini bisa bermanfaat untuk cendramata wisatawan dalam menggambarkan desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

3. Media promosi



Gambar UI (User Interface) Website
(Sumber: Paramutia, 2022)



Gambar Media Sosial Feed Instagram

(Sumber: Paramutia, 2022)



Gambar Thumbnail Youtube Desa Selorejo

(Sumber: Paramutia, 2022)

Gambar yang terdapat diatas ini merupakan media promosi yang dirancang untuk Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

a. Website

Penggunaan media promosi dari website ini sendiri yakni sebagai wadah untuk memberikan informasi kepada pengunjung wisatawan mengenai desa Selorejo, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Isi dari website desa Selorejo sendiri yakni, pengenalan mengenai sejarah desa Selorejo, informasi mengenai ragam aktifitas wisata yang ditawarkan, dan terdapat pula layanan kontak informasi yang dapat dihubungi oleh wisatawan jika ingin mengunjungi dan berwisata di desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

b. Media Sosial

Media sosial Instagram berfungsi sebagai sarana yang membantu kegiatan promosi sebab, media sosial Instagram merupakan media yang efektif dan dapat menjangkau audies audience secara luas dalam mempromosikan secara tak terbatas.

c. Thumbnail Youtube

Thumbnail Youtube diibaratkan sebagai cover buku yang dapat digunakan sebagai media promosi untuk mengetahui gambaran singkat mengenai konten video yang ada di channel youtube desa Selorejo.

KESIMPULAN

Bedasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka terciptalah sebuah *destination branding* desa Selorejo, Kabupaten Malang berbasis desa digital sebagai upaya meningkatkan *brand recall*. Konsep yang digunakan dalam perancangan ini adalah “Passionate” yang didapat dari hasil wawancara dengan narasumber, observasi, dokumentasi dan studi literatur. Konsep “Passionate” untuk desa Selorejo dapat diartikan sebagai bentuk cinta yang penuh dengan keharmonisan dan semangat yang ada dalam diri keluarga. Bentuk ini melambangkan kegemaran wisatawan yang penuh dengan semangat terhadap wisata outdoor yang ditawarkan desa Selorejo seperti, wisata petik jeruk dan wisata bedengan.

Pada perancangan *destination branding* desa Selorejo, Kabupaten Malang ini, mempunyai konsep “Passionate” yang mana konsep ini akan diimplementasikan kedalam identitas visual. Pembuatan logo dan supergrafis didapat dari hasil brainstorming dan Analisis keyword seperti, alam, kenyamanan, keramahan, kesegaran, energi, dan kebahagiaan. Setelah itu logo dan supergrafis di implementasikan kedalam *Graphic Standard Manual* yang mana menjadi buku pedoman dan petunjuk yang mengatur penggunaan logo dan elemen visual yang dihasilkan, nantinya akan diimplementasikan juga kedalam media pendukung seperti, media promosi, merchandise, dan stationary.

SARAN

Bedasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menyarankan desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur. untuk meningkatkan dan mengembangkan hasil dari perancangan ini, agar bisa diimplementasikan kedalam media promosi dari desa Selorejo sendiri. Saran yang peneliti berikan ini bertujuan untuk membangun desa selorejo agar dapat dikenal oleh masyarakat luas sebagai destinasi desa wisata berbasis digital yang ada di Kabupaten Malang, Jawa Timur serta mampu bersaing dengan kompetitor desa wisata lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, L. 2001. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: PT. Bumi

- Arikunto, Suharsimi. 2016. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Moleong. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muliawan, Jasa Ungguh. 2014. *Metodelogi Penelitian Pendidikan dengan Studi Kasus*. Yogyakarta : Penerbit Gava Media.
- Rustan, Suriyanto. 2013. *Layout dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2020. *Layout*. Jakarta: CV. Nulis buku Jendela Dunia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Vinsensius, Sitepu. 2004. *Panduan Pengenalan Desain Grafis*. Escaeva : Bogor.
- Zainudin, A. 2022. *Tipografi*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik Redaksi.
- Deloano Glamping Purworejo. *Jurnal Ilmu Komunikasi* (1) 2-21.
- Khoiriyah, I. dan Rr. Endang, S. 2016. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembeli . *Management Analysis Journal* (5): 281-288.
- Latina, K. 2019. Perancangan Destination Branding Desa Wisata Pujon Kidul Malang, Jawa Timur. *Jurnal Adiwarna* (1):11.
- Rijali, A. 2018. Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Al hadharah* (17) 81-95.
- Saputra, K. 2020. Perancangan Branding Kopi Puntang Puntang Coffee Branding Design. *E- Jurnal Proceeding of Art & Design* (7) 1118-1128.
- Situmorang, S. 2008. Destination brand membangun keunggulan bersaing daerah. *Jurnal Perencanaan & Pengembangan Wilayah* (4) 80-86.
- Supriyanta, K. 2015. Perancangan Website Desa Wisata Karangrejo Sebagai Media Informasi Dan Promosi. *Jurnal Bianglala Informatika* (3) 35-40.
- Tannady, H. 2013. Perancangan Kios Informasi Prima Canteen Berupa Virtual Account. *Jurnal Rupa rupa* (2) 1-13.
- Wulandari, T. 2013. Analisis Place Branding untuk Meningkatkan Citra Kabupaten Purwakarta serta Implikasinya terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Pariwisata. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis* (4):1-12.

Sumber Jurnal :

- Azzahra, A. 2022. Implementasi Desain Font “Kampung Lawas” Pada Gapura Sebagai Identitas Visual Kampung Lawas Maspati Surabaya. *Jurnal Desain Komunikasi Visual* (1) 1-8.
- Brown, J., Broderick, A. J., & Lee, N. (2007). Word of mouth communication within online communities. *Journal of interactive Marketing*, (21), 2–20.
- Gumelar, R. 2004. Layout Majalah Sebagai Sebuah Cerminan Identitas Pembaca Studi Kasus Layout Majalah Cosmopolitan Dan Aneka Yes. *Jurnal Komunikasi* (2) 51 – 57.
- Ilham, M. 2021. Destination Branding Kabupaten Pandeglang Sebagai Tempat Tujuan Wisata. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat* 4(2): 115-134.
- Isnaini, H. 2021. Strategi Komunikasi Badan Otorita Borobudur dalam Place Branding

Sumber Internet :

- Kabupaten Malang. 2022. Internet. <https://kominfo.malangkab.go.id>. Diakses tanggal 14 April 2022.
- Digital Desa. 2022. Internet. <https://profil.digitaldesa.id>. Diakses tanggal 18 April 2022.
- Dictionary. 2022. Internet. <https://www.dictionary.com/>. Diakses 26 Mei 2022
- Oxford Learners Dictionaries. 2022. Internet <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/passionate?q=passionate>. Diakses 31 Mei 2022.