

## Strategi *Branding Community* Desa Wisata Giriasih Gunungkidul Sebagai Destinasi Ekowisata dan Budaya

Andika Indrayana<sup>1</sup>, Danang Febriyantoko<sup>2</sup>, Trisna Pradita Putra<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, <sup>2</sup>Program Studi Desain Interior, <sup>3</sup>Program Studi  
Tata Kelola Seni Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Jalan Parangtritis Km. 6,5 Sewon, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta

No. Telp: 081392189989, E-mail: [andika.indrayana@gmail.com](mailto:andika.indrayana@gmail.com)

### ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membuat strategi *branding community* di desa wisata Giriasih, Gunungkidul Yogyakarta agar dapat menjadi destinasi wisata berbasis ekowisata dan budaya. Kegiatan ini penting untuk dilakukan karena masyarakat Desa Giriasih memiliki keinginan, semangat, dan berbagai potensi wisata baik alam maupun produk, namun belum memiliki perencanaan yang baik, sistematis, dan minimnya teknologi penunjang produksi. Pengembangan destinasi ekowisata dan budaya terdiri dari tiga agenda utama: (1) mengajak masyarakat untuk mengidentifikasi potensi wisata di wilayah dan membuat perencanaan *branding* baik tempat dan media, (2) mengolah potensi alam yang ada menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi dengan menggunakan teknologi tepat guna, (3) meningkatkan produktivitas UMKM sebagai *support system* desa wisata. Metode yang digunakan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan partisipasi aktif warga Desa Giriasih, khususnya pengelola kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan pelaku usaha perajin UMKM, dalam pelaksanaannya program ini menggunakan metode *participatory rural appraisal* (PRA), yaitu pendekatan partisipasi aktif warga dalam proses disimulasi informasi yang dilakukan dari tahap awal berupa persiapan hingga tahap akhir berupa evaluasi kegiatan yang bermuara penerima manfaat bagi masyarakat

Kata kunci: Giriasih. Gunungkidul, ekowisata, budaya

### *Community Branding Strategy of Giriasih Tourism Village as an Ecotourism and Cultural Destination in Gunungkidul*

### ABSTRACT

*This program aims to create a community branding strategy in Giriasih tourism village, Gunungkidul, Yogyakarta, enhancing its future role as ecotourism and cultural destination. It is highly essential to conduct this program since Giriasih community are eager and enthusiastic about their varied tourism potentials, including nature and local*

*products. However, they have not organized proper and systematic planning yet. Besides, they are still minimally exposed to more advanced production technology. The development of ecotourism and cultural destination in this village consists of three main agendas: (1) inviting the community to identify tourism potentials and make branding plans for both places and media, (2) Processing existing natural potential into products resulting economic value using appropriate technology, (3) Increasing the productivity of MSMEs as a support system for the tourist village. The method used in this community service program involved active participation of Giriasih villagers, especially the members of tourism village management (POKDARWIS) and MSME craftsmen. The authors implemented the Participatory Rural Appraisal (PRA) method, an approach to active participation of residents in the information dissemination process carried out from the initial stage (preparation) to the final stage (evaluation) of activities that benefit the society.*

*Keywords: Giriasih, Gunungkidul, ecotourism, culture*

## 1. PENDAHULUAN

Sebagai bagian dari Daerah Istimewa Yogyakarta, Kabupaten Gunungkidul memiliki objek wisata yang potensial dan beragam mulai dari kekayaan alam berupa pantai, gua, bukit, dan pegunungan, juga kekayaan budaya dan sejarah yang memikat wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Fenomena tersebut membuat pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling diunggulkan oleh pemerintah daerah, yang terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperluas lapangan pekerjaan, serta memberikan kontribusi secara ekonomi terhadap pendapatan daerah, dan hingga saat ini masyarakat di berbagai wilayah di Kabupaten Gunungkidul masih aktif dalam mengeksplorasi potensi wisata baru, salah satunya adalah di Desa Giriasih.

Desa Wisata Giriasih, yang dulunya dikenal sebagai Desa Tlasih atau Trasih, memiliki sejarah dan tradisi yang diwariskan dari generasi ke generasi.

Namanya berasal dari filosofi Jawa yang berarti ‘tilase isih’, peninggalan Sunan Kalijaga yang berupa masjid kecil di tengah hutan. Di balik sejarahnya yang panjang, Desa Wisata Giriasih menyimpan potensi yang luar biasa di berbagai lini kehidupan masyarakatnya (Febriyantoko, 2023). Sebagai salah satu desa di Kabupaten Gunungkidul dengan luas wilayah dan penduduk terkecil se-Kabupaten Gunungkidul, masyarakat Desa Giriasih saat ini berupaya mengembangkan wilayahnya menjadi desa wisata, dengan memanfaatkan sektor alam, budaya, hasil bumi, dan sejarah sebagai elemen potensinya. Beberapa potensi wisata alam yang dimiliki Desa Giriasih di antaranya adalah wisata alam embung atau danau kecil, wisata gua bawah tanah, dan wisata hutan rakyat. Kekayaan hayati yang tumbuh di wilayah ini menambah daya tarik wisata alam di Desa Giriasih karena terdapat berbagai jenis pohon yang sudah jarang ditemukan dan menjadi habitat kera ekor panjang.

Kondisi alam yang masih asri tersebut bersinergi dengan kondisi masyarakat yang masih menjunjung norma adat setempat dan selalu menjaga dan menghargai alam sebagai tempat hidupnya. Dalam upaya melestarikan alam, masyarakat Desa Giriasih rutin mengadakan acara bersih desa dengan nama Upacara Merti, yang diadakan setahun sekali setelah musim panen sebagai bentuk rasa syukur dan doa yang ditujukan pada Tuhan Yang Maha Esa agar warga diberi keselamatan, tidak kekurangan air, panen melimpah, dan senantiasa hidup dalam kerukunan, aman, tenteram, damai, dan harmonis baik secara mikrokosmos maupun makrokosmos.



Gambar 1 Potensi Wisata Alam dan Budaya di Desa Wisata Giriasih

Pengembangan pariwisata yang didasarkan pada keunikan dan kondisi wilayah dapat dikembangkan dengan mengimplementasikan pembangunan pariwisata ekologi (*ecotourism*) karena dalam pengembangan ekowisata penting untuk menemukan keseimbangan antara pelestarian alam dan kesejahteraan masyarakat sehingga keuntungan yang didapat nantinya tidak merugikan lingkungan dan budaya setempat

(Suryanti, P. E., & Indrayasa, K. B. , 2021).

Dalam upaya mengembangkan wilayah desa menjadi potensi wisata, masyarakat, dan perangkat desa telah melakukan beberapa cara sebagai berikut. Pertama, melakukan pembenahan lokasi sehingga menjadi lebih tertata. Kedua, membuat beberapa *signage* informasi tempat dan petunjuk arah. Ketiga, membuka tempat untuk berjualan di sekitar embung agar lebih menarik minat pengunjung baru, membuat pengunjung lebih lama berada di lokasi, sekaligus menarik minat warga sekitar untuk membuka kios dagangan. Keempat, melakukan sosialisasi sebagai daerah wisata baik di tingkat struktural maupun masyarakat umum. Namun, hingga saat ini perencanaan dan implementasi yang dilakukan masih belum optimal karena terdapat beberapa faktor antara lain: Pertama, belum adanya koordinasi dan strategi yang sinergis antara perangkat desa dengan masyarakat, maupun antarwarga sehingga tampak dilakukan secara ‘seadanya’ dan berjalan ‘sendiri-sendiri’. Kedua, belum adanya konsep *branding* desa wisata yang komprehensif, baik dalam desain citra, *positioning*, media, pengalaman (*experience*) pengunjung, layanan, hingga *supporting system* wisata seperti produk penunjang, souvenir, dan *signage* yang tersistem. Ketiga, minimnya generasi muda sebagai pendukung pengembangan karena lebih banyak bekerja di sektor swasta sebagai buruh atau merantau ke wilayah lain di sekitar Bantul dan Kota Yogyakarta. Padahal, potensi sumber daya manusia yang

dimiliki idealnya menjadi kekuatan terbesar dalam memajukan desa, mengingat berdasarkan data statistik usia muda dan produktif mendominasi penduduk Desa Giriasih yang bekerja sebagai petani/perkebunan dan berstatus pelajar/mahasiswa (Giriasih, 2014).

Seperti kebanyakan desa di wilayah Kabupaten Gunungkidul, mayoritas masyarakat Desa Giriasih bekerja sebagai petani dan peternak. Selain itu, juga bekerja di bidang perkayuan dan pengolahan bahan alam menjadi panganan. Bidang perkayuan antara lain produksi kerajinan anyaman bambu dan furnitur rumahan. Beberapa industri kecil skala rumahan bahkan telah memiliki pasar tersendiri baik di Kota Yogyakarta maupun luar kota.

Di bidang kuliner, warga desa banyak membuat makanan dari hasil pertanian seperti singkong, tempe, jagung dan melinjo yang diolah dengan teknik sederhana menjadi produk makanan ringan seperti keripik dan emping. Dari observasi yang dilakukan, industri rumah bidang perkayuan pada dasarnya telah memiliki pasar yang cukup baik, namun warga belum dapat mengolah limbah kayu menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi karena minimnya pengetahuan dan teknologi penunjang. Limbah kayu selama ini sebagian besar diikat dan dijual sebagai bahan bakar untuk memasak, atau hanya diletakkan di luar rumah dan kurang dimanfaatkan menjadi sebuah produk. Sementara itu, produk panganan dijual secara individu, tidak dikelola secara

kelompok dan dikemas secara seadanya. Hal tersebut sangat disayangkan karena sumber daya tersebut memiliki potensi ekonomi baik sebagai komoditas maupun sebagai *supporting system* sebuah desa wisata.

Program pengabdian kepada masyarakat dengan skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan potensi wisata Desa Giriasih berbasis *brand community* bersama warga dalam bentuk perencanaan dan strategi, dengan tiga fokus capaian. Pertama, *branding development* yang mencakup visi dan misi sebagai desa wisata, perencanaan media, dan kelompok keahlian. Kedua, *branding personalization*, yang mencakup USP (*unique selling proposition*) atau keunikan yang dimiliki sebagai nilai jual, dan pengalaman pengunjung (*user experience*). Ketiga, pengembangan *supporting system* desa wisata yang mencakup: (1) pemanfaatan teknologi tepat guna untuk mengolah limbah kayu dan makanan menjadi produk yang siap dijual kepada pengunjung dan masyarakat umum, (2) pengelolaan area-area potensial, dan (3) layanan pengunjung.

Pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan karena sumbangannya pada PDB, penerimaan devisa, penciptaan lapangan kerja serta berhasil mendorong kemajuan daerah. Namun, pengembangan sektor pariwisata di Indonesia memiliki beberapa masalah: (1) peraturan dan kebijakan yang saling bertentangan, (2) kualitas SDM yang belum mendukung, (3) komunikasi dan

publikasi yang masih kurang, (4) belum memadai infrastruktur pariwisata, (5) masih kurangnya investor, dan (6) kurang diperhatikannya aspek lingkungan hidup (Nugroho, SBM, 2020). Potensi pariwisata di Desa Giriasih dapat menjadi salah satu kekuatan pembangunan yang menunjukkan adanya pertumbuhan ekonomi masyarakat. Pariwisata dianggap sebagai katalis bagi pembangunan sosial-ekonomi yang secara langsung dan tidak langsung berkontribusi pada pertumbuhan standar hidup, perkembangan negara dan wilayah di dunia (Abdulkhamidov, S. dkk., 2022).

Wilayah Gunungkidul memiliki bentang alam berupa pantai, bukit, gua, serta pegunungan dan didukung tradisi masyarakatnya yang masih kental membuat sektor pariwisata menjadi sektor yang paling diunggulkan. Sebagai desa wisata, Desa Giriasih saat ini sedang berupaya menemukan keunikan yang dapat menjadi pembeda dengan desa wisata lain, potensi alam seperti wisata embung, wisata gua bawah tanah dan wisata *adventure* hutan rakyat harus tetap dijaga kelestariannya, mengingat di tempat tersebut juga merupakan habitat makhluk hidup lain seperti spesies kera ekor panjang. Kondisi masyarakatnya yang masih mempertahankan tradisi juga dapat menjadi nilai tambah pariwisata di Desa Giriasih, wujud rasa syukur kepada Tuhan YME diwujudkan melalui kegiatan budaya yang kerap diselenggarakan pascamas panen.

Daya tarik wisata alam, buatan, dan budaya perlu dikelola secara simultan dan

berkesinambungan, salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah membangun pariwisata yang berwawasan lingkungan (*ecotourism*). Perhatian utama ekowisata tidak semata-mata untuk bersenang-senang (*having fun*), atau mengisi waktu luang (*laisure*), tetapi membawa para wisatawan untuk dekat dengan alam lingkungan, memiliki pengetahuan, pemahaman, dan kecenderungan untuk bertindak (*trend and action*) yang sesuai dengan kaidah-kaidah lingkungan (Ahman, Sya, Said, Farid, 2020).

Desa wisata di Indonesia secara garis besar terbagi menjadi tiga produk potensi unggulan, yaitu desa wisata yang berbasis alam, budaya, dan kreatif. Roh desa wisata Indonesia sebagai implementasi keterhubungan multidimensi yang holistik harus dapat mengedepankan konsep *see, feel, dan explore* (Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi, 2021). Apabila ditinjau dari aspek alam, Desa Giriasih memiliki potensi bentang alam dan kekayaan flora dan fauna yang dimiliki, sedangkan dari aspek budaya, terwujud dalam tradisi yang dimiliki oleh masyarakat beserta nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Namun demikian, dalam hal perencanaan desa wisata baik dalam konteks wilayah, produk, media, hingga pengalaman berwisata, perlu adanya pendampingan yang baik dan terencana.

Pengembangan pariwisata yang kreatif menjadi trend dalam dasawarsa terakhir ini, berawal dari ide kreatif dari sebuah atraksi, penambahan fasilitas kepada wisatawan untuk mengikuti

kegiatan yang dilakukan, hingga pencitraan wilayah di tingkat regional, nasional, bahkan internasional banyak dilakukan oleh desa wisata di Indonesia. Pengembangan desa wisata harus difokuskan pada pengembangan yang terintegrasi dan kolaboratif dari lima unsur penting (*pentabelix*) yang terdiri dari masyarakat (komunitas/lembaga kemasyarakatan), pemerintah, industri, akademisi, dan media sebagai katalisator. Pendampingan Desa Wisata Giriasih dalam meningkatkan potensi kreativitas salah satunya melalui strategi *branding community*, *branding* bisa dikatakan sebagai pencitraan dari desa wisata yang diperlukan agar tampilan desa wisata tersebut lebih segar, lebih atraktif, lebih diingat orang dan pada akhirnya orang akan ramai datang berkunjung ke desa wisata tersebut (Prayudi, Herastuti, 2018). Untuk bisa merancang *branding* desa wisata yang berhasil dibutuhkan peran aktif masyarakat/komunitas sebagai pemilik, penggagas, dan pengelola desa wisata.

Apabila ditinjau dari aspek pengembangan desa wisata kreatif, Desa Giriasih perlu melakukan perencanaan *branding* pada tiga komponen penting untuk memikat minat wisatawan untuk datang, ketiga aspek tersebut meliputi (1) "*something to see*", (2) "*something to do*", dan (3) "*something to buy*". Aspek "*something to see*" meliputi pengalaman yang diperoleh secara visual baik berupa lingkungan, masyarakat, desain, hingga acara. Aspek ini sangat penting karena akan dilihat langsung oleh pengunjung dan berpotensi untuk dinikmati, didokumentasi, dan

dipublikasikan lewat media sosial seperti pemandangan alam, flora, dan fauna, aktivitas warga masyarakat, atau ritual budaya. Selain itu, aspek ini juga dapat difungsikan sebagai daya tarik dalam program promosi desa wisata di media sosial karena media merupakan 'pintu masuk' penting bagi calon pengunjung untuk memutuskan berwisata ke Desa Giriasih.

Aspek "*something to do*" merupakan daya tarik wisata berupa aktivitas fisik yang dapat dilakukan pengunjung saat berwisata di Desa Giriasih agar memberikan dampak yang positif, baik secara fisik maupun sosial seperti rasa senang dan bahagia bersama keluarga. Terdapat tiga jenis aktivitas yang dapat dilakukan, yaitu bermain, bereksplorasi, dan bersinergi. Bermain dapat dilakukan di Embung Bembem dan sungai (wisata air) dan hutan (wisata hutan). Bereksplorasi dapat dilakukan di Gua Pego dan hutan, sedangkan bersinergi dapat dilakukan dengan mengikuti kegiatan masyarakat seperti membuat panganan, membuat anyaman, menanam, dan sebagainya.

Aspek "*something to buy*" adalah aktivitas pengunjung untuk membeli sesuatu selama berwisata di Desa Giriasih, dengan fokus pada produk lokal berupa panganan maupun produk kreatif, baik untuk dikonsumsi selama di lokasi maupun sebagai souvenir atau oleh-oleh. Aspek "*something to buy*" perlu mengidentifikasi *supply* dan *demand* dengan cara merancang strategi *marketing* "*something to buy*", yaitu fasilitas untuk

wisatawan dapat berbelanja yang berupa suvenir, produk kemasan yang pada umumnya adalah merupakan ciri khas atau ikon dari daerah tersebut sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh. Aspek *something to buy* ini dapat diterapkan dalam proses pengembangan Desa Wisata Girasih yang saling berkaitan antara beberapa pihak pemangku kebijakan desa dengan kelompok-kelompok masyarakat yang memiliki usaha, baik dalam bidang jasa maupun produk.

## 2. METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan partisipasi aktif warga Desa Girasih, khususnya Pokdarwis dan pelaku usaha perajin UMKM. Beberapa tahapan dalam kegiatan ini sebagai berikut.

### a. *Branding Development*

Kegiatan yang dilakukan di antaranya membuat *Focus Group Discussion* (FGD) yang melibatkan akademisi, praktisi, dan masyarakat. Kegiatan ini merupakan langkah awal yang penting untuk menjangkau opini, kebutuhan, permasalahan aktual, jumlah anggota masyarakat potensial, hingga rencana kegiatan. Kemudian dilanjutkan workshop *branding* yang melibatkan akademisi dan praktisi sebagai narasumber untuk memberikan wawasan seputar *branding*, baik dalam keilmuan maupun praktik. Selain pemaparan wawasan, *workshop* juga mencakup perencanaan dan presentasi dari anggota masyarakat.

### b. *Branding Personalization*

Kegiatan yang dilakukan meliputi membuat program perencanaan terkait dengan identifikasi keunikan dalam konteks wilayah, masyarakat, dan produk. Selain itu, juga perencanaan pengalaman pengunjung saat berada di wilayah Desa Girasih. Sesi ini melibatkan masyarakat secara penuh dan disupervisi oleh akademisi.

### c. Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna

Kegiatan yang dilakukan di antaranya mengadakan workshop perakitan alat pengolah limbah kayu berbasis kayu solid, rotan, dan bambu agar proses produksi lebih kreatif, efektif, dan efisien. Di samping itu, juga mengadakan workshop perakitan penumbuk emping, kemasan berbasis plastik untuk proses produksi makanan agar lebih efektif, efisien, higienis, dan kreatif.

Program pengabdian dengan skema pemberdayaan mitra masyarakat Desa Wisata Girasih ini menggunakan model kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung. Dalam pelaksanaannya, program ini menggunakan metode *participatory rural appraisal* (PRA), yaitu pendekatan partisipasi aktif warga dalam proses disimulasi informasi yang dilakukan dari tahap awal berupa persiapan hingga tahap akhir berupa evaluasi kegiatan yang bermuara penerima manfaat bagi masyarakat (Herdiana, D., Heriyana, R., & Suhaerawan, R. dalam Agus Taufiq, 2023)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### a. Branding Development

Sosialisasi program pengabdian kepada masyarakat di Desa Giriasih dihadiri seluruh perangkat desa, Pokdarwis, warga, dan para pelaku UMKM yang terdiri dari UMKM kerajinan bambu, perajin emping melinjo, dan pelaku usaha mebel. Agenda kegiatan ini bertujuan menjangkau aspirasi warga dan pelaku kegiatan wisata dalam upaya mengembangkan potensi yang dimiliki untuk mewujudkan Desa Wisata Giriasih yang berkelanjutan.

Agenda berikutnya adalah memberikan wawasan seputar manajemen *branding* dalam mengelola potensi yang dimiliki sebagai aset bersama. Kesadaran akan tata kelola wisata ini menjadi nilai penting yang harus dimiliki oleh setiap warga Desa Giriasih dalam membangun desa wisata yang berkelanjutan. Kegiatan ini juga meliputi workshop *branding*, yaitu setiap peserta akan memetakan seluruh potensi yang ada di daerahnya untuk menentukan *something to do*, *something to see*, dan *something to buy*.



Gambar 2 Kegiatan FGD dan Workshop Branding

#### b. Branding Personalization

Agenda selanjutnya adalah membuat program perencanaan desa wisata melalui identifikasi keunikan dalam konteks wilayah. Kegiatan ini diwadahi dalam suatu workshop membuat konsep desa wisata berkelanjutan berbasis ekowisata dan budaya. Agenda ini memiliki sasaran meningkatkan wawasan pada Pokdarwis dalam mengelola potensi yang ada agar dapat terus berkembang menjadi salah satu destinasi wisata pilihan di kawasan Gunungkidul. Target luaran kegiatan ini berupa rancangan konsep (*blue print*) pengembangan Desa Wisata Giriasih.



Gambar 3 Konsep Pengembangan Desa Wisata Giriasih

#### c. Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna

Agenda ini melibatkan pelaku UMKM yang menjadi *support system* dalam bergulirnya kegiatan pariwisata di Desa Giriasih. UMKM yang terlibat antara lain perajin anyaman bambu, perajin panganan emping melinjo, dan perajin kayu mebel. Ketiga UMKM tersebut dapat menjadi penopang kegiatan pariwisata terutama dalam



mengakomodasi kebutuhan *something to buy* pada destinasi wisata melalui penyediaan souvenir atau oleh-oleh.

Teknologi tepat guna yang diberikan meliputi mesin CNC untuk UMKM kayu mebel, mesin pres emping untuk UMKM emping melinjo, dan mesin *table saw* untuk UMKM anyaman bambu. Ketiga mesin tersebut diharapkan dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja para pelaku UMKM sehingga dapat menjadi *support system* yang baik bagi industri pariwisata di Desa Giriasih.



Gambar 4 Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna

#### 4. SIMPULAN DAN SARAN

Sebuah bisnis harus memiliki *brand* agar mendapat hubungan yang lebih erat dengan *customer*, begitu pula dalam bisnis pariwisata yang dirintis oleh Desa Giriasih. Status desa wisata yang baru didapatkan kurang lebih dua tahun memerlukan pendampingan terkait *brand* yang akan dibangun desa tersebut agar lebih dikenal dan mampu bersaing sebagai alternatif pilihan wisata di Kabupaten Gunungkidul. Peran serta warga sebagai pemilik dan pengelola

wilayah desa memiliki peran penting dalam memajukan Desa Giriasih, Perancangan desain *branding* wisata di Desa Giriasih bertujuan membangun persepsi positif terhadap tujuan wisata dengan cara mengidentifikasi dan membedakan tujuan wisata di Desa Giriasih dengan tujuan wisata di wilayah lain.

Pariwisata, sebagai sektor yang paling berperan dalam memajukan perekonomian masyarakat di Kabupaten Gunungkidul, membuat pertumbuhan desa wisata baru di wilayah tersebut. Dengan demikian, menuntut karakter yang berbeda dari setiap desa wisata dalam upaya memikat wisatawan untuk datang. Pengembangan desa wisata menuntut adanya sinergitas antara pemangku kebijakan dan penduduk desa setempat. Program pengabdian kepada masyarakat ini berupaya mengakomodasi penguatan kapasitas *brand* Desa Wisata Giriasih khususnya dalam perspektif akademisi di bidang desain komunikasi visual.

Konsep pendampingan dari ISI Yogyakarta dilaksanakan dalam rangka memberdayakan masyarakat Desa Giriasih sehingga mampu melakukan pengelolaan sekaligus mengangkat *bargaining power* sebagai desa wisata berkonsep ekowisata dan budaya. Kegiatan ini diupayakan agar masyarakat

aktif berpartisipasi dalam memajukan pariwisata desa, dalam menentukan langkah bersama-sama meramu *brand* yang kuat untuk Desa Giriasih. Strategi pendampingan yang dilakukan mengadopsi model *people movement* yang mendorong kelompok masyarakat dan individu berpartisipasi aktif dalam merancang *brand* desa wisatanya dari perencanaan, persiapan, kerja sama, pengorganisasian, manajemen kegiatan, serta publikasi di media *online*, media sosial, dan media *offline*.

Dalam upaya mendukung pembangunan yang berkelanjutan, UMKM produk kreatif di Desa Giriasih juga perlu diberikan pemahaman terkait limbah sisa produksi yang selama ini hanya dibuang atau dibakar oleh warga. Kepedulian UMKM terhadap masalah lingkungan perlu untuk terus dilestarikan. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mencari alternatif solusi kreatif dari permasalahan sampah sisa produksi UMKM yang ada di Desa Giriasih.

Program pengabdian kepada masyarakat Strategi *Community Branding* Desa Wisata Giriasih ini dapat terus berkelanjutan dengan memetakan atribut-atribut dimensi desa wisata yang

terdiri dari (1) dimensi ekologi, perlu adanya pengelolaan desa wisata berbasis konservasi alam; (2) dimensi ekonomi, menciptakan peluang ekonomi pada komoditas wisata desa; (3) dimensi sosial, membuat atraksi budaya dengan melibatkan tokoh publik; (4) dimensi infrastruktur, memperbaiki tata ruang dan fasilitas penunjang desa wisata; dan (5) dimensi kelembagaan, frekuensi pembinaan dari dinas pariwisata.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terselenggara dengan baik atas bantuan beberapa pihak: (1) Direktorat Jenderal Perguruan Tinggi Riset dan Teknologi melalui program Pemberdayaan Berbasis Masyarakat, (2) LPPM ISI Yogyakarta, (3) Perangkat Desa dan Kelurahan Giriasih, (4) Pokdarwis Tirta Lestari Pelaku UMKM di Desa Giriasih, dan (5) seluruh warga masyarakat Giriasih.

## DAFTAR PUSTAKA

Abdukhamidov, S, dkk. (2022). Evaluate the Multiplier of the Development of Pilgrimage Tourism Using Buddhist Resources Based on Marketing Research. *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance. Volume: 03 Issue: 03*, 53-58.

- Ahman, Sya., Said, Farid. (2020). *Pengantar Ekowisata*. Bandung: Paramedia Komunikata.
- Febriyantoko, D. (2023). Pengembangan Desain Ergonomis pada UMKM Emping Melinjo di Desa Wisata Giriasih, Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Pengabdian Seni Vol. 4 No. 2*, 88-94.
- Giriasih. (2014, November 6). <https://desagiriasih.gunungkidulkab.go.id>. Retrieved November 11, 2024, from <https://desagiriasih.gunungkidulkab.go.id>: <https://desagiriasih.gunungkidulkab.go.id/first/artikel/82>
- Herdiana, D., Heriyana, R., & Suhaerawan, R. dalam Agus Taufiq. (2023). Pengembangan Wisata di Kelurahan Giriasih Melalui Pengabdian Masyarakat Secara Berkelanjutan. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UII*, (pp. e-ISSN: 2963-2277.). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia .
- Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi. (2021). *Pedoman Desa Wisata*. Jakarta: Kementerian Koordinasi Bidang Kemaritiman dan Investasi.
- Nugroho, SBM. (2020). Beberapa Masalah Pengembangan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Vol 7 No 2*, 124-131.
- Prayudi., Herastuti. (2018). Branding Desa Wisata Berbasis Ecotourism. *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 16 No 3*, 227-237.
- Suryanti, P. E., & Indrayasa, K. B. . (2021). Perkembangan Ekowisata Di Bali : "Upaya Pelestarian Alam Dan Budaya". *Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya Vol. 6 No. 1*, 48-56.