

Redesain Logo sebagai Strategi Branding Desa Wisata Timbang Jaya: Membangun Identitas Visual yang Autentik

Aulia Rahman Habibi Harahap¹, Edisah Putra Nainggolan²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia

Email: aulia.hrp9a@gmail.com

Abstrak: Pembangunan identitas visual yang kuat menjadi langkah strategis dalam memperkuat branding destinasi pariwisata pedesaan. Artikel ini membahas proses redesign logo Desa Wisata Timbang Jaya, dengan tujuan meningkatkan daya tarik pariwisata serta memperkuat identitas desa. Redesain dilakukan melalui pendekatan partisipatif, melibatkan tokoh masyarakat, generasi muda, dan mahasiswa. Proses meliputi analisis elemen lokal, perumusan konsep desain, hingga pengujian terhadap publik untuk memastikan logo mencerminkan keunikan desa. Logo baru mengintegrasikan simbol budaya, elemen alam, dan kearifan lokal, menciptakan desain yang sederhana, modern, dan mudah diingat. Hasil menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap identitas desa serta tanggapan positif dari wisatawan terhadap logo baru. Survei informal mencatat 80% responden mengenali logo dan mengasosiasikannya dengan Desa Timbang Jaya. Kolaborasi antargenerasi dalam proses desain juga menjadi nilai tambah, menggabungkan tradisi lokal dengan tren modern. Artikel ini memberikan wawasan tentang pentingnya identitas visual dalam branding desa wisata serta menawarkan panduan bagi desa lain yang ingin mengembangkan branding pariwisata secara strategis. Redesain logo ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing Desa Timbang Jaya di sektor pariwisata dan menjadi inspirasi bagi pengelolaan destinasi lainnya.

Kata Kunci: Identitas Visual, Desa Wisata, *Branding*

Abstract: *Building a strong visual identity is a strategic step in strengthening the branding of rural tourism destinations. This article discusses the process of redesigning the Timbang Jaya Tourism Village logo, with the aim of increasing tourism appeal and strengthening the village's identity. The redesign was carried out through a participatory approach, involving community leaders, young people, and students. The process included analyzing local elements, formulating design concepts, and testing with the public to ensure the logo reflects the uniqueness of the village. The new logo integrates cultural symbols, natural elements, and local wisdom, creating a simple, modern, and memorable design. The results showed an increase in public awareness of the village's identity and a positive response from tourists to the new logo. An informal survey noted that 80% of respondents recognized the logo and associated it with Timbang Jaya Village. Intergenerational collaboration in the design process was also an added value, combining local traditions with modern trends. This article provides insight into the importance of visual identity in branding tourism villages and offers guidance for other villages that want to develop tourism branding strategically. This logo redesign is expected to increase the competitiveness of Timbang Jaya Village in the tourism sector and be an inspiration for other destination management.*

Keywords: *Visual Identity, Tourism Village, Branding*

Pendahuluan

Sektor pariwisata pedesaan di Indonesia telah menjadi salah satu fokus utama dalam upaya pengembangan ekonomi lokal dan pelestarian budaya. Desa wisata tidak hanya menawarkan pengalaman autentik kepada wisatawan, tetapi juga memberikan dampak ekonomi signifikan bagi masyarakat setempat [1]. Dalam konteks ini, kebutuhan akan identitas visual yang kuat menjadi semakin penting untuk menarik minat wisatawan serta membedakan desa wisata dari destinasi lain. Identitas visual, khususnya logo, berperan

sebagai wajah dari sebuah entitas, menjadi titik awal yang menggambarkan nilai, esensi, dan karakter unik sebuah desa wisata [2].

Logo adalah sebuah lambang baik dalam bentuk visual berupa gambar maupun tulisan [3]. Pada sebuah logo terdapat nilai estetika dan makna tertentu guna mengkomunikasikan sisi positif dan sosok dari sebuah entitas. Logo yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang mencerminkan keunikan serta potensi desa wisata. Logo yang menarik dapat meningkatkan kesadaran merek, mempermudah pengenalan, serta membantu wisatawan mengingat suatu destinasi dengan lebih mudah [4]. Oleh karena itu, perancangan logo yang baik memiliki dampak signifikan terhadap branding dan daya saing desa wisata. Dalam upaya meningkatkan daya tarik pariwisata di Desa Timbang Jaya, berfokus pada pengembangan identitas visual melalui redesain logo desa. Desain logo yang kuat akan membantu menciptakan kesan pertama yang mendalam bagi masyarakat dan wisatawan.

Desa Timbang Jaya memiliki karakteristik unik, termasuk keberagaman suku (Melayu, Karo, Jawa, dan Batak), hamparan persawahan yang subur, serta sungai bahorok yang bersih dan jernih. Keberadaan orangutan sebagai ikon desa yang berbatasan dengan Taman Nasional Gunung Leuser (TNGL) menambah daya tarik wisata [5].

Strategi pengembangan identitas visual melalui redesain logo memerlukan langkah-langkah yang terencana dan berkelanjutan [6]. Dalam konteks desa wisata, strategi ini mencakup identifikasi elemen-elemen lokal, analisis kebutuhan branding, serta perumusan konsep desain yang mampu memperkuat citra desa. Program di Desa Timbang Jaya ini bertujuan untuk mendukung pengembangan branding desa wisata melalui redesain logo. Langkah ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik wisata serta memperkuat posisi Desa Timbang Jaya sebagai destinasi pilihan.

Dalam dunia desain grafis, terdapat beberapa prinsip fundamental yang harus diperhatikan untuk menciptakan visual yang efektif dan menarik. Pertama adalah keseimbangan, yang memastikan elemen-elemen dalam desain terdistribusi secara harmonis. Keseimbangan ini dapat berupa simetris, di mana elemen-elemen memiliki distribusi yang sama di kedua sisi, atau asimetris, di mana elemen-elemen berbeda namun tetap memberikan stabilitas visual [7]. Keseimbangan yang baik menciptakan kesan harmoni dan profesionalitas pada desain logo.

Kontras merupakan prinsip kedua yang membantu menonjolkan elemen-elemen penting dalam desain. Melalui perbedaan warna, ukuran, atau bentuk, kontras menciptakan fokus visual yang menarik perhatian audiens [7]. Dalam konteks logo desa wisata, kontras dapat digunakan untuk menonjolkan elemen-elemen lokal seperti flora, fauna, atau simbol budaya tertentu. Prinsip berikutnya adalah keterbacaan, yang sangat penting untuk memastikan pesan dalam desain mudah dipahami. Logo harus dirancang dengan cara yang memungkinkan audiens mengenali bentuk, tulisan, atau simbol dengan cepat. Penggunaan font yang sederhana, ukuran yang proporsional, dan warna yang kontras adalah beberapa cara untuk meningkatkan keterbacaan [7].

Terakhir, prinsip kesederhanaan menjadi kunci untuk menciptakan desain yang mudah diingat. Logo yang terlalu rumit cenderung sulit dikenali dan diaplikasikan pada berbagai media. Kesederhanaan memungkinkan logo tetap relevan dan fleksibel, sehingga dapat digunakan secara konsisten pada berbagai platform, baik cetak maupun digital [7].

Berikut adalah logo desa timbang sebelum redesain:



Gambar 1. Logo Desa Sebelum Redesain

Logo lama Desa Wisata Timbang Jaya menggambarkan berbagai elemen alam seperti gunung, air terjun, sungai, sawah, dan orangutan dalam bentuk yang cukup padat. Warna hijau, biru, kuning, dan merah

mendominasi desain, memberikan nuansa natural yang sederhana. Meskipun logo ini berhasil merepresentasikan potensi alam desa, beberapa kelemahan ditemukan pada logo ini. Salah satunya adalah desain yang terlalu detail dan sulit diingat oleh masyarakat luar, serta kombinasi warna yang kurang menarik dan tidak menciptakan kesan modern. Terlebih lagi, logo ini tidak menonjolkan identitas budaya lokal, lebih berfokus pada elemen alam yang sangat umum ditemui pada logo desa wisata lainnya.

Masyarakat desa menganggap logo lama cukup menggambarkan keindahan alam, namun beberapa generasi muda merasa desainnya kurang relevan dan tidak efektif untuk branding di era digital. Oleh karena itu, banyak warga yang menyambut baik langkah redesain ini, yang dianggap penting untuk memperbaharui identitas desa agar lebih modern, relevan, dan menarik perhatian.

Perancangan logo yang tepat akan membantu wisatawan mengenali desa dengan lebih mudah, meningkatkan daya ingat mereka terhadap destinasi tersebut, serta memperkuat identitas desa di tengah persaingan pariwisata yang semakin ketat [8]. Dengan demikian, pelaksanaan ini menyoroti pentingnya pengembangan branding desa wisata melalui redesain logo. Hasil dari pelaksanaan ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi desa-desa lain yang ingin memperkuat identitas visual dan daya saing mereka di sektor pariwisata.

Metode Penelitian

Metode pelaksanaan yang digunakan adalah wawancara, observasi dan FGD. Dengan mendeskripsikan data yang terkumpul ke dalam kalimat yang memiliki makna lebih dalam, karena menggambarkan secara tepat individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, guna mengetahui frekuensi hubungan antara satu gejala dengan gejala lainnya [9]. Wawancara mendalam dilakukan dengan 3 orang perangkat desa, 2 anggota badan permusyawaratan desa, dan 1 mantan kepala desa. Hal ini bertujuan untuk memperoleh wawasan yang mendalam mengenai motivasi, tantangan, serta strategi yang diterapkan dalam pengembangan branding desa wisata [10].

Selain itu, observasi langsung digunakan untuk memahami lebih jauh proses kreatif pembuatan logo yang dilakukan, sehingga memungkinkan mahasiswa menangkap dinamika serta interaksi yang terjadi selama proses tersebut. FGD memungkinkan keterlibatan aktif komunitas lokal, memperoleh berbagai perspektif yang beragam, serta memperkuat elemen-elemen lokal yang penting untuk menciptakan identitas visual yang autentik [11]. Proses perancangan logo mengedepankan prinsip desain partisipatif, yang melibatkan tokoh masyarakat dan generasi muda dalam FGD untuk merumuskan konsep yang mewakili identitas budaya desa. Studi oleh Salim (2022) menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif semacam ini meningkatkan keterhubungan komunitas dengan hasil desain yang dihasilkan."

Alat yang digunakan dalam proses desain melibatkan aplikasi desain grafis seperti Adobe Photoshop untuk membuat sketsa logo menggunakan pen tool dan Canva untuk mengambil elemen desain visual. Dengan alat-alat ini, mahasiswa dapat menciptakan logo yang lebih kreatif dan representatif meski dengan keterbatasan perangkat lunak.

Hasil dan Pembahasan

Strategi pengembangan identitas visual Desa Wisata dilakukan melalui serangkaian pendekatan yang bertujuan menciptakan representasi visual yang mampu merepresentasikan esensi, nilai, dan keunikan desa tersebut. Langkah pertama dalam strategi ini adalah melakukan analisis terhadap brand Desa Wisata dan targetnya. Analisis ini penting untuk mengidentifikasi karakteristik unik desa yang dapat dijadikan elemen utama dalam desain logo.

Setelah itu, ditentukan konsep desain yang relevan dengan visi dan misi Desa Wisata. Konsep desain harus mampu mencerminkan nilai-nilai inti, budaya lokal, serta potensi wisata yang ingin ditonjolkan. Pemilihan warna dan simbol menjadi tahap krusial, karena elemen visual ini memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan emosional kepada masyarakat [12]. Logo yang efektif sebaiknya dirancang dengan gaya yang sederhana dan mudah diingat, sehingga masyarakat dapat mengenali dan mengidentifikasi logo tersebut dengan cepat.

Selain itu, logo harus konsisten dengan elemen branding lainnya, seperti font dan gaya visual yang digunakan pada media promosi. Kesatuan ini akan menciptakan kesan yang profesional dan meningkatkan daya tarik visual Desa Wisata di mata wisatawan [13]. Strategi berikutnya adalah memastikan bahwa logo menggambarkan nilai dan keunikan lokal yang dimiliki desa, seperti tradisi, kearifan lokal, atau keindahan alam yang menjadi daya tarik utama.

Desain logo juga harus fleksibel sehingga dapat diterapkan pada berbagai media, baik cetak maupun digital [14]. Proses pembuatan logo diakhiri dengan pengujian terhadap publik untuk mendapatkan umpan balik awal, serta iterasi berulang berdasarkan masukan yang diterima. Tak kalah penting, perencanaan penggunaan logo di berbagai media dan pengurusan aspek legalitas juga harus diperhatikan agar logo memiliki perlindungan hukum yang memadai.

Logo memainkan peran sentral dalam membangun identitas visual Desa Wisata [15]. Selain sebagai tanda pengenal utama yang membedakan Desa Wisata dari pesaing, logo juga berfungsi sebagai media untuk memvisualisasikan citra dan identitas desa. Logo yang dirancang dengan baik dapat mencerminkan kepribadian desa, nilai-nilai luhur yang dipegang, serta gaya hidup masyarakat lokal. Melalui elemen visual yang dipilih dengan cermat, logo mampu mengkomunikasikan pesan emosional kepada wisatawan dan masyarakat [16].

Misalnya, warna-warna alami seperti hijau atau biru dapat menciptakan kesan harmoni dan kedamaian, sementara simbol-simbol lokal seperti flora atau fauna khas desa dapat menonjolkan keunikan yang dimiliki [7]. Konsistensi penggunaan logo pada berbagai media promosi akan memperkuat citra merek desa dan menciptakan rasa percaya serta kesatuan di kalangan wisatawan dan masyarakat.

Proses redesain logo ini berlangsung selama 6 minggu dengan 4 kali revisi untuk mencapai desain akhir yang diinginkan. Salah satu aspek yang membuat redesain logo ini berhasil adalah keterlibatan aktif masyarakat dalam proses desain. Melalui diskusi kelompok terarah (*focus group discussion*) dan wawancara yang melibatkan tokoh masyarakat, pemuda, pelaku wisata, dan pengrajin lokal, berbagai ide dan masukan disampaikan, sehingga desain akhir mencerminkan identitas yang lebih mendalam tentang Desa Timbang Jaya.

Berikut adalah logo desa timbang jaya setelah redesain:



Gambar 2. Logo Desa Setelah Redesain

Setelah diluncurkannya logo baru, terjadi peningkatan kesadaran masyarakat terhadap identitas Desa Wisata Timbang Jaya. Elemen-elemen budaya dan alam dalam logo memberikan rasa bangga terhadap keberagaman yang ada di desa. Hal ini tercermin dari meningkatnya partisipasi warga dalam kegiatan menjaga lingkungan desa, seperti kegiatan gotong royong dan pelatihan ecoprint.

Meskipun belum ada data kuantitatif yang secara langsung mengukur peningkatan jumlah wisatawan, survei informal yang dilakukan kepada wisatawan dan masyarakat lokal menunjukkan bahwa sekitar 80% responden dapat mengenali logo baru dan mengasosiasikannya dengan Desa Wisata Timbang Jaya. Sebagian besar responden menganggap logo ini lebih menarik, mudah diingat, dan relevan dengan potensi desa, baik dalam aspek budaya, alam, maupun kreativitas. Menanggapi hal ini, Kepala Desa Timbang Jaya, Bapak Eriadi, S.E., menyatakan, "Logo ini adalah simbol harapan kami, masyarakat desa, untuk tumbuh dan berkembang bersama. Desain yang menggunakan unsur alam dan budaya lokal mencerminkan identitas kami yang kaya, dan kami bangga melihatnya menjadi wajah baru desa kami." Survei juga menunjukkan bahwa banyak wisatawan memberikan tanggapan positif terhadap logo baru. Mereka merasa bahwa logo ini memberikan kesan pertama yang kuat dan meningkatkan minat mereka untuk mengetahui lebih lanjut tentang desa.

Logo baru Desa Wisata Timbang Jaya telah diaplikasikan secara luas pada berbagai media promosi untuk mendukung branding desa. Logo ini terlihat pada spanduk, baliho, dan materi promosi lainnya yang digunakan untuk menarik perhatian pengunjung. Di media sosial, logo ini digunakan sebagai profil dan watermark pada foto dan video promosi yang menggambarkan aktivitas wisata dan budaya di desa. Hal ini meningkatkan visibilitas Desa Wisata Timbang Jaya di platform digital, memperluas jangkauan pasar, dan memberikan kesan yang lebih profesional.

Selain meredesain logo, Desa Wisata Timbang Jaya juga mengimplementasikan berbagai strategi promosi yang efektif untuk memperkuat branding desa. Pemanfaatan media sosial dan digital marketing menjadi kunci utama, dengan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok digunakan untuk menampilkan keindahan alam, budaya, dan hasil kerajinan warga kepada audiens yang lebih luas. Kolaborasi dengan influencer lokal juga turut berperan penting dalam mempopulerkan desa ini, dengan mengundang mereka untuk mengunjungi dan berbagi pengalaman mereka secara online. Desa ini juga mengadakan workshop dan edukasi kreatif, seperti pembuatan ecoprint, batik tulis, dan tarian tradisional, untuk menarik wisatawan sekaligus melestarikan budaya lokal. Peningkatan infrastruktur wisata pun tak luput dari perhatian, dengan fasilitas seperti penunjuk jalan yang menarik dan area parkir yang nyaman, membuat kunjungan ke desa semakin menyenangkan. Selain itu, produk lokal khas desa, seperti kerajinan tangan dan hasil alam, dipasarkan sebagai souvenir yang dapat dibawa pulang sebagai kenang-kenangan.

Selama proses redesain, terdapat beberapa tantangan teknis, terutama terkait dengan keterbatasan perangkat lunak dan alat desain grafis yang digunakan. Tim desain hanya memiliki akses terbatas pada aplikasi desain dasar, seperti Photoshop dan Canva, yang membatasi kemampuan untuk menghasilkan desain yang lebih kompleks. Selain itu, beberapa anggota masyarakat awalnya menunjukkan resistensi terhadap logo baru karena desainnya yang berbeda dengan simbol lama yang sudah dikenal. Untuk mengatasi hal ini, dilakukan sesi sosialisasi untuk menjelaskan filosofi dan makna di balik logo baru, serta melibatkan masyarakat dalam beberapa tahap perancangan agar desain yang dihasilkan tetap sesuai dengan nilai dan identitas visual desa.

Berikut adalah filosofi logo desa timbang jaya, yaitu: Logo "Kilauan Desa Wisata Timbang Jaya" mencerminkan keindahan dan potensi desa yang kaya akan nilai budaya, alam, dan kreativitas. Huruf "T" melambangkan kekuatan dan kesolidan masyarakat desa, dengan empat corak budaya—Melayu, Karo, Jawa, dan Batak—yang mencerminkan keberagaman suku dan budaya yang hidup harmonis. Warna merah dalam logo menegaskan semangat dan keberanian masyarakat dalam menjaga nilai-nilai luhur budaya mereka. Bagian atas huruf "J" berbentuk persegi dengan corak padi menggambarkan geografis desa yang dipenuhi area persawahan, sedangkan bagian bawah berbentuk lengkungan dengan corak ikan melambangkan Sungai Bahorok yang menjadi simbol kesuburan alam dan keberlangsungan hidup. Bentuk daun dengan corak ecoprint menyoroti kearifan lokal serta kreativitas masyarakat dalam memanfaatkan potensi desa. Kehadiran orangutan sebagai ikon wisata menegaskan komitmen untuk menjaga kelestarian lingkungan dan keanekaragaman hayati yang menjadi kebanggaan Desa Timbang Jaya.

Kolaborasi dengan mahasiswa memberikan manfaat yang signifikan dalam pengembangan identitas visual Desa Wisata, khususnya dalam proses pembuatan logo. Mahasiswa kerap membawa ide-ide segar dan kreatif yang belum terpengaruh oleh pola pikir bisnis yang mapan. Perspektif masyarakat setempat yang berbeda memberikan perspektif baru yang dapat meningkatkan proses kreatif.

Melalui kolaborasi ini, mahasiswa dapat diperkenalkan dengan teknologi dan platform desain terkini yang membantu menciptakan logo yang lebih efektif dan profesional. Dari perspektif pendidikan, mahasiswa juga memainkan peran edukatif, di mana mereka dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat desa tentang pentingnya identitas visual dalam mempromosikan pariwisata lokal.

Proyek kolaborasi ini tidak hanya memberikan mahasiswa pengalaman praktis di dunia kerja, tetapi juga memperkuat hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat setempat. Dari segi penghematan biaya, keterlibatan mahasiswa juga menjadi solusi ekonomi bagi Desa Wisata karena mereka bekerja secara sukarela sebagai bagian dari program akademik.

Dengan demikian, hasil desain logo ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat identitas Desa Timbang Jaya di mata wisatawan, sekaligus menjadi acuan bagi desa lain yang ingin memperkuat branding-nya.

KESIMPULAN

Redesain logo Desa Wisata Timbang Jaya telah menjadi langkah strategis dalam membangun identitas visual yang kuat untuk mendukung branding pariwisata lokal. Proses ini dilakukan secara partisipatif, melibatkan berbagai elemen masyarakat dan mahasiswa, sehingga menghasilkan desain yang mencerminkan karakteristik unik desa, seperti keberagaman budaya, keindahan alam, dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan. Logo baru yang sederhana, relevan, dan mudah diingat berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat serta memberikan kesan positif di mata wisatawan.

Untuk implementasi berkelanjutan, desa diharapkan terus memantau efektivitas logo baru melalui survei berkala kepada wisatawan dan masyarakat. Upaya promosi digital dapat diperluas dengan menggandeng agensi pemasaran atau perguruan tinggi untuk memperkuat strategi branding. Selain itu, pengembangan elemen identitas visual lainnya, seperti slogan, maskot, atau warna korporat, dapat menambah daya tarik dan memperkuat citra desa.

Penelitian lanjutan disarankan untuk mengevaluasi dampak kuantitatif dari penggunaan logo baru terhadap peningkatan jumlah wisatawan dan pendapatan desa. Studi perbandingan dengan desa wisata lain juga dapat memberikan wawasan tentang faktor kunci keberhasilan branding. Di sisi lain, penelitian yang mengeksplorasi dampak sosial-budaya dari redesain logo akan membantu memahami pengaruhnya terhadap kebanggaan dan partisipasi masyarakat dalam pelestarian budaya serta pembangunan pariwisata.

Dengan pendekatan yang berkelanjutan dan inovatif, redesain logo ini dapat dijadikan model bagi desa-desa lain dalam memperkuat branding mereka di tengah persaingan pariwisata yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Sa'adah, D. F. H. Permadi and B. P. Zen, "Penerapan Digitalisasi Dan Teknologi Branding Untuk Meningkatkan Potensi Wisata Dan Daya Saing UMKM," *Dedikasi Sains dan Teknologi (DST)*, vol. 4, no. 2, pp. 65-71, 2024.
- B. D. Prasetyo and N. S. Febriani, *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*, Malang: UB Press, 2020.
- B. S. Lepar and W. N. Sari, "Strategi Pengembangan SDM untuk Keberlanjutan Desa Wisata Cikolelet, di Banten," *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, vol. 2, no. 1, pp. 1-15, 2024.
- D. Hidayat, I. Ilhamsyah and S. Alam, "Perancangan Destination Branding dalam Mendukung Strategi Pemasaran Desa Wisata Karang Sidemen Kabupaten Lombok Tengah," *Interaksi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 78-84, 2024.
- F. Aulia, H. Afriwan and D. Faisal, "Konsistensi Logo Dalam Membangun Sistem Identitas," *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, vol. 10, no. 1, pp. 439-444, 2021.
- H. Hendratman, *Computer Graphic Design*, Bandung: Informatika, 2017.
- I. B. Aristawidia, "Kajian Literatur Penerapan Strategi Branding bagi Kemajuan UMKM di Era Digital," *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)* 1(2), pp. 41-52, 2020.
- Juliana, S. O. Sihombing and F. Antonio, *Pemasaran Desa Wisata dengan Fokus pada Memorable Tourism Experience*, Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2024.
- Kemenparekraf, "Jadesta," 2024. [Online]. Available: https://jadesta.kemenparekraf.go.id/desa/timbang_jaya.
- M. Fatoni, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Pengembangan Desa Wisata: Studi deskriptif Sari Ater Desa Palasari Kecamatan Ciater Kabupaten Subang," *Doctoral Dissertation UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 2023.
- Najmah, N. Adelliani, C. A. Sucirahayu and A. R. Zanjabila, *Analisis Tematik pada Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Salemba Medika, 2023.
- P. Sari and D. P. Bomo, "Desain Wayfinding dalam Keterbacaan dan Pelaksanaan Studi Kasus Jakarta International Stadium," *Jurnal Ilmiah Arsitektur*, vol. 12, no. 2, pp. 116-130, 2022.
- R. Fahlevie, A. Rapiudinsyah, M. R. A. Alsha, P. D. Putra, M. Veronika and J. Alie, "Strategi Pemberdayaan Branding dan Digital Marketing Bagi UMKM Menuju Ekonomi Digital di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan," *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5(4), pp. 7846-7853, 2024.
- R. S. Daru, S. Hidayah, I. Tricahyadinata and S. Hariyadi, *Citra Destinasi dan Pengalaman Pariwisata Berkesan*, Sleman: Deepublish Digital, 2024.

Rimbawan, I. K. A. P. Wijaya, I. N. Y. Sumadewa and N. N. D. Suryani, "Re-branding Identitas Visual dalam Desain Kemasan Amenities Hospitality untuk Memperkuat Citra Merek," *Jurnal SASAK : Desain Visual Dan Komunikasi*, vol. 6, no. 1, pp. 244-257, 2024.

T. Aurumajeda, K. Waeo and A. M. Ibrahim, "Brand Identity Produk Karya Siswa SLB BC Roudhotul Jannah Di Soreang, Kab Bandung," *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, vol. 5, no. 2, pp. 95-106, 2023.