
Optimalisasi Identitas Desa melalui *Place Branding*: Pembuatan Logo, Video Profile, dan Site Plan Alun-Alun Desa

Optimizing Village Identity through Place Branding: Creating Logos, Video Profiles, and Site Plans for Village Square

Alfina Damayanti¹, Inaya Alya Fatiha², Mufidatul Imanda A³, Rizki Dwi Ananta⁴, Muhammad Noufal A⁵, Rahel Amanda Manullang⁶, Mery Atika⁷

¹⁻⁷ Psikologi, Universitas Trunodjoyo Madura, Indonesia¹²³⁴⁵⁶⁷

E-mail: 230541100010@studenttrunodjoyo.ac.id¹, 230541100001@studenttrunodjoyo.ac.id²,
230541100005@studenttrunodjoyo.ac.id³, 230541100007@studenttrunodjoyo.ac.id⁴,
230541100006@studenttrunodjoyo.ac.id⁵, 230541100034@studenttrunodjoyo.ac.id⁶,
mery.atika@trunodjoyo.ac.id⁷

Korespondensi Penulis:

Article History:

Naskah Masuk: Oktober 11, 2025;

Revisi: Oktober 21, 2025;

Diterima: November 19, 2025;

Tersedia: Desember 27, 2025;

Terbit: Desember 30, 2025;

Keywords: *Place Branding, village identity, Logo, Video Profile, Site Plan.*

Abstract: *This Community Intervention activity aims to optimize the identity of Ujung Piring Village through place branding, which includes creating a village logo, profile video, and designing a site plan for the village square. The main problems faced by the village are the lack of a strong visual identity to optimise its potential and structured planning of village space/facilities. The methods used in the village site plan development activity were observation, interviews, and focus group discussions (FGDs). The results of the activity showed that the village logo successfully represented local values and history symbolically; the profile video was an effective medium for public communication; and the village square site plan provided direction for the development of a functional, aesthetic public space that supports social interaction. This activity proves that place branding can strengthen village identity, increase community engagement, and open up opportunities for village economic development. Further evaluation and monitoring are needed to assess the long-term impact of the implementation of this work program.*

Abstrak

Kegiatan Intervensi Komunitas ini bertujuan untuk mengoptimalkan identitas Desa Ujung Piring melalui *place branding* yang meliputi pembuatan Logo desa, Video profile, dan perancangan *site plan* alun-alun desa. Permasalahan utama yang dihadapi desa adalah belum adanya identitas visual yang kuat guna mengoptimalkan potensi yang ada serta perencanaan ruang/fasilitas desa yang terstruktur. Metode yang digunakan pada kegiatan pembuatan *site plan* desa adalah observasi, wawancara, dan *forum discussion group* (FGD). Hasil kegiatan menunjukkan bahwa logo desa yang dikembangkan berhasil merepresentasikan nilai dan sejarah lokal secara simbolis; video profile mampu menjadi wadah komunikasi publik yang efektif; dan *site plan* alun-alun desa memberikan arah pembangunan ruang publik yang fungsional, estetis, dan mendukung interaksi sosial. Kegiatan ini membuktikan bahwa *place branding* dapat memperkuat identitas desa, meningkatkan keterlibatan masyarakat, serta membuka peluang pengembangan ekonomi desa. Evaluasi dan *monitoring* lanjutan diperlukan untuk menilai dampak jangka panjang dari implementasi program kerja tersebut.

Kata Kunci: Place Branding, identitas desa, Logo, Video Profile, Site Plan.

1. PENDAHULUAN

Optimalisasi merupakan upaya sistematis untuk memaksimalkan fungsi, efektivitas, dan potensi suatu sistem agar mencapai hasil terbaik. Dalam kajian perencanaan wilayah dan pengembangan identitas desa, optimalisasi berperan penting dalam meningkatkan kualitas

komunikasi visual, tata ruang, serta citra suatu wilayah sehingga mampu memberikan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi secara maksimal. Optimalisasi tidak hanya sekadar memperbaiki kekurangan yang ada, tetapi juga memanfaatkan potensi unik yang dimiliki desa untuk mencapai hasil yang lebih efisien, terukur, dan berkelanjutan (Stimson, 2011).

Berdasarkan pertimbangan pada Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 menjelaskan “bahwa dalam perjalanan ketatanegaraan Republik Indonesia, Desa telah berkembang dalam berbagai bentuk sehingga perlu dilindungi dan diberdayakan agar menjadi kuat, maju, mandiri, dan demokratis sehingga dapat menciptakan landasan yang kuat dalam melaksanakan pemerintahan dan pembangunan menuju masyarakat yang adil, makmur, dan sejahtera” hal ini tentu menjadi pertimbangan untuk memajukan desa menjadi lebih sejahtera dan maju. Setiap desa memiliki fasilitas-fasilitas yang telah tersedia salah satunya adalah suatu lahan, namun banyak desa yang belum memanfaatkan lahan-lahan kosong secara optimal. Fasilitas desa pada Desa Ujung Piring perlu dimanfaatkan agar dapat memaksimalkan potensi yang ada serta berdampak secara yang tepat kepada warga sekitar.

Potensi-potensi desa merujuk pada beberapa hal seperti sumber daya alam, sumber daya manusia, dan budaya yang dimiliki oleh desa. Selain itu, potensi desa dapat merujuk pada beberapa bidang, salah satunya adalah bidang pariwisata. UU Pariwisata Nomor 10 tahun 2009 menimbang salah satunya yaitu “bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global”. Potensi-potensi pada bidang pariwisata dapat menjadi sumber perubahan kehidupan pada suatu desa, hal ini bertolak belakang dengan fakta lapangan mengenai kurangnya pengembangan potensi-potensi di bidang pariwisata.

Terdapat banyak kawasan yang dinilai berpotensi menjadi tempat wisata jika dikembangkan. Namun saat ini hanya terdapat beberapa kawasan yang terekspos oleh masyarakat luas seperti dalam sektor pariwisata di antaranya Bumi Perkemahan, Bato Lajer, Kola, Goa Bintang, Bunker, dan Pulau Karang Jamuang. Setiap tahunnya sector pertanian menghasilkan hasil panen yang beragam dan melimpah mulai dari padi, jagung, cabai, buah-buahan, dan sayuran. Adapun sektor kelautan yang menjadi mayoritas mata pencaharian masyarakat Dusun Gilipari karena hasil tangkapan yang beragam dan melimpah menjadikan pelaku UMKM menyulap menjadi hasil laut menjadi produk seperti siwil, kerupuk, dan petis. Adapun disektor industri ekonomi yang bergerak dibidang perkapalan seperti Galangan Kapal Adi Luhung dan PT. ASSI. Serta wisata religi yang terkenal terletak di Dusun Langghundi yakni Kolla Al-Asror adalah sumber mata air bersejarah yang diyakini memiliki segudang

manfaat.

Sangat disayangkan jika potensi desa tidak dikembangkan dengan tepat oleh desa. Sehingga hal ini menjadi urgensi bagi tim pengabdian masyarakat untuk merencanakan intervensi komunitas guna membantu mengoptimalkan potensi desa melalui tema “Optimalisasi Identitas Desa melalui pembuatan Logo Desa, Profil Desa, dan *Site Plan* Alun-Alun Desa”. Dibandingkan dengan cara yang tradisional pemilihan branding desa melalui pembuatan video profil desa akan dapat memperluas penyebaran informasi melalui berbagai *platform* media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan Website lainnya. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang semakin berkembang seharusnya suatu desa juga harus mampu mengakses dan memanfaatkan teknologi yang ada dalam hal pembangunan tata ruang.

Dalam upaya membangun *brand identity* dalam *place branding* untuk meningkatkan dan mengotimalisasi branding desa. Karena dengan pembuatan *brand identity* ini karakter dari Desa Ujung Piring dapat dikenali dan dibedakan dengan desa lainnya di Kabupaten Bangkalan. Strategi pemerintah untuk mengatasi ketimpangan pembangunan di perkotaan dan pedesaan adalah dengan menaruh perhatian besar terhadap pembangunan desa. Hal ini bersinambungan dengan upaya Perencanaan *Site Plan* Alun-Alun Desa. Bantuan Perencanaan *Site Plan* Alun-alun dibuat sebagai pedoman dalam membangun Alun-alun Desa Ujung Piring sebagai bentuk fasilitas dari desa dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan tujuan jangka panjang yakni Alun-alun Desa menjadi pusat kegiatan masyarakat dalam kegiatan sosial, kegiatan budaya, kegiatan ekonomi dan kegiatan rekreasi.

Guna meningkatkan branding desa, pembuatan Logo desa, Video profile serta *Site Plan* Alun-Alun Desa, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak besar bagi berbagai pihak. Bagi masyarakat setempat , akan memberikan dampak yang besar dalam perekonomian mereka dimulai dari Sektor Pertanian, Sektor UMKM hingga Sektor Pariwisata. Bagi perangkat desa, mengoptimalkan investor yang akan datang ke desa. Dan pendataan uang akan berjalan sesuai dengan tempatnya dengan alokasi untuk fasilitas desa. Bagi masyarakat sektar, semakin memperkenalkan desa dengan segala potensi yang ada.

2. METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan pembuatan *site plan* desa adalah observasi, wawancara, dan *forum discussion group* (FGD). Observasi dalam hal ini adalah melihat dan mengamati secara langsung lahan Alun-alun desa. Peneliti juga menggunakan metode wawancara untuk menggali lebih dalam informasi mengenai lahan Alun-alun dari kepala desa, dan *stakeholder*, serta peneliti menggunakan *forum discussion group* (FGD) yang melibatkan

seluruh perangkat desa dalam pembuatan *site plan* untuk menerima masukan mengenai konsep dari *site plan* yang diharapkan

Selanjutnya, metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pembuatan video profil desa yaitu di antaranya observasi, dan wawancara. Observasi berguna untuk melihat secara langsung lapangan atau *spot-spot* yang akan dikemas dalam video profil desa. Para pelaksana kegiatan juga melakukan wawancara kepada beberapa perangkat desa mengenai potensi – potensi mana yang wajib diekspos dalam video profil desa.

Terakhir, metode yang digunakan dalam pembuatan logo desa adalah wawancara. Metode wawancara dalam pembuatan logo melibatkan kepala desa, dan sekretaris desa. Adanya wawancara dapat membantu menggali informasi mengenai filosofi desa, dan elemen-elemen yang diharapkan ada oleh pemerintahan desa.

3. HASIL

Strategi Place Branding

Menurut Reitsamer & Brunner-Sperdin (2021), mengenai place branding, identitas dan diferensiasi merupakan hal yang penting untuk menarik minat konsumen pada suatu tempat. Dalam upaya membangun dan meningkatkan Branding desa. Tim Intervensi Komunitas dari Jurusan Psikologi Universitas Trunojoyo Madura bergerak turun ke lapangan dalam memberikan intervensi atau penanganan terhadap kekurangan yang akan kami jadikan sebuah kelebihan melalui Optimalisasi Pembuatan Logo Desa, Video profil dan Site Plan Alun-Alun Desa. Kegiatan ini dimulai per bulan Maret 2025 hingga November 2025. Keterlibatan perguruan tinggi seperti salah satu mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Fakultas Sains dan Teknologi dan salah satu mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur turut menyukseskan pembuatan *site plan* alun – alun desa dan video profil desa.

Sebelum adanya strategi Place branding ini kami melakukan beberapa assessment dengan tujuan menggali informasi desa mengenai apa saja yang menjadi kekurangan, kelebihan, ancaman dan peluang di desa. Urgensi desa saat ini yaitu membiarkan potensi-potensi yang ada di desa sebagai konsumsi masyarakat setempat saja. Bahkan jika potensi ini bisa dikembangkan dan diperkenalkan ke masyarakat lebih luas besar kemungkinan desa ini akan lebih dikenal dan mengoptimalkan potensi sebagai sumber penghasilan mereka. Oleh karena itu Strategi Place Branding ini diberikan kepada Desa Ujung Piring melalui pembuatan Pembuatan Logo Desa, Video profil dan Site Plan Alun-Alun Desa. Hal ini besar harapan ketiga program kerja ini dapat menjadi jembatan dalam membangun Place branding saat ini

Pembuatan Logo Desa

Proses perancangan logo Desa Ujung Piring dilaksanakan secara terstruktur oleh tim pengabdian masyarakat dengan tahapan yang meliputi eksplorasi nilai-nilai lokal, sejarah, serta budaya desa, deliberasi konsep bersama aparatur desa, pengembangan sketsa variatif, pemilihan desain unggulan melalui musyawarah, dan penyelesaian akhir termasuk penetapan filosofi visual. Dalam proses ini, tim memanfaatkan Pinterest sebagai sumber inspirasi, kertas sketsa tradisional untuk pengembangan awal, PicsArt untuk konversi digital, serta Canva untuk tahap *finishing* profesional. Desain logo mengadopsi prinsip-prinsip desain visual esensial seperti deskriptif identitas yang kuat, fleksibilitas dalam monokrom, kesederhanaan yang mudah diingat, dan visibilitas optimal pada skala kecil.

Prinsip ini didukung oleh penggunaan elemen bentuk, warna, dan simbol yang mewakili esensi desa guna memperkuat branding serta membedakan logo dari logo Kabupaten Bangkalan yang sebelumnya digunakan. Sasaran utama adalah pengembangan logo resmi sebagai representasi karakter lokal, penguatan rasa kebanggaan warga, serta fasilitator promosi desa yang dirancang untuk meningkatkan persepsi positif, efektivitas komunikasi visual, kohesi sosial, dan potensi ekonomi melalui penerapan konsisten pada dokumen resmi dan platform media sehingga logo menjadi aset inti dalam materi *branding* desa seperti video profil untuk menciptakan identitas visual yang holistik. Pendekatan ini juga memenuhi tuntutan otonomi visual desa sekaligus memperkuat strategi pemberdayaan berkelanjutan melalui pemanfaatan aplikasi grafis yang terpadu dan responsif.



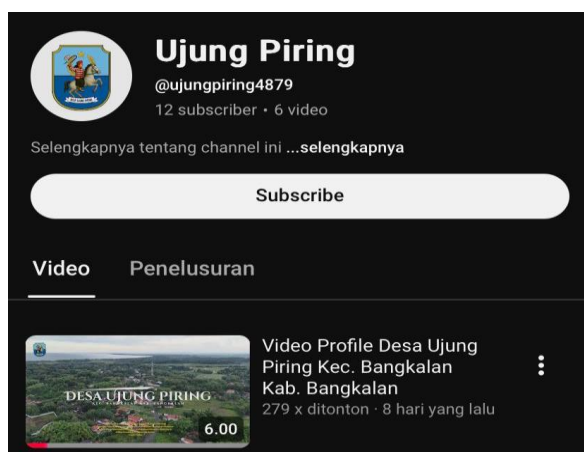
Tabel 1. Logo Desa

Video Profile Desa

Dalam pembuatan Video profile desa Ujung Piring, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan, tim pengabdian masyarakat melaksanakan tiga tahap utama yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi secara runtut dan terencana; pada tahap pra-produksi tim

menggali ide dan menyusun konsep berdasarkan asesmen kebutuhan komunitas yang menemukan bahwa desa belum memiliki branding yang kuat sehingga perlu dibuat video sebagai media informasi komprehensif, dengan diskusi bersama kepala desa Ujung Piring untuk menentukan sektor potensial seperti pendidikan, UMKM, pariwisata, industri, kesehatan, pertanian, dan layanan publik yang akan ditampilkan; tahap produksi dilakukan dengan identifikasi rute pengambilan video selama dua hari menggunakan jasa videografi dan drone, merekam kegiatan UMKM, sekolah-sekolah, objek wisata alam dan budaya, fasilitas kesehatan, serta layanan pemerintahan desa secara bersamaan dengan program kerja lain untuk efisiensi waktu.

Setelah proses pengambilan gambar selesai, tim memasuki tahap pascaproduksi atau editing dengan mengorganisir *footage*, musik latar, dan voice over secara rapi menggunakan *software Capcut Pro* dan *Alight Motion*, mengikuti *roadmap script* dan *storyboard* agar narasi visual tersusun menarik dan informatif; video disusun dengan struktur pembukaan menampilkan panorama alam dan aktivitas keseharian, isi memperlihatkan potensi dan layanan desa, serta penutup yang menguatkan pesan branding desa; proses pewarnaan disesuaikan agar tampilan alami dan seimbang, musik latar dipilih sesuai tema dengan sentuhan tradisional dan instrumental lembut, sedangkan logo desa serta teks narasi ditambahkan untuk memperjelas identitas dan memudahkan penonton memahami potensi unik desa Ujung Piring secara efektif.



Tabel 2. Video Profile Desa

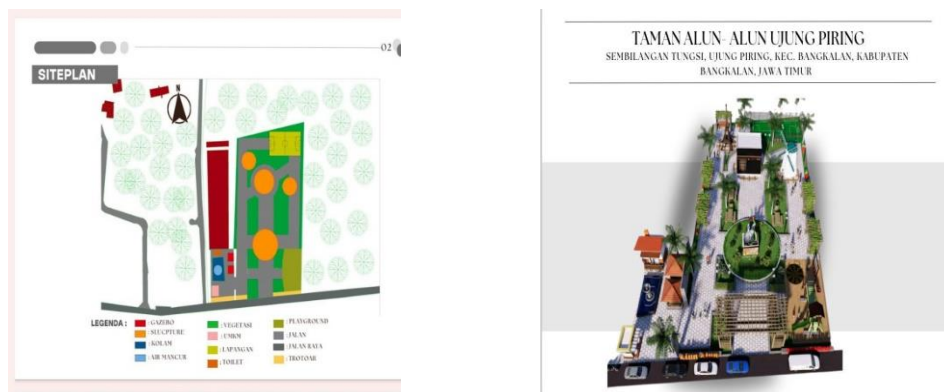
Site Plan Alun-Alun Desa

Dalam proses tim intervensi komunitas melakukan assessment terlebih dahulu, ditemukan fakta bahwa Desa Ujung Piring sedang melakukan pembangunan Alun-alun Desa. Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003, pada pasal 20 ayat 3 yang mengatur tentang Sistem Pendidikan Nasional menyebutkan bahwa Institusi Perguruan

Tinggi berkewajiban untuk melakukan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Menyikapi hal ini, tim pengabdian desa yang berasal dari Program Studi Psikologi Universitas Trunojoyo Madura merasa perlu untuk melakukan pendampingan berupa bantuan teknis perencanaan site plan Alun-alun Desa yang berkolaborasi dengan Mahasiswi Arsitektur Universitas UIN Sunan Ampel Surabaya.

Lokasi perencanaan Alun-alun yang dimiliki oleh Desa Ujung Piring adalah 2 ha atau 20.000 m². Namun untuk tahap awal dengan berbagai pertimbangan Kepala Desa, perencanaan site plan yang akan dibuat adalah 12.000 m². Pelaksanaan kegiatan pendampingan bantuan teknis perencanaan site plan dimulai dengan tahap persiapan, survey lapangan, dan melakukan analisa konsep. Survey lapangan yang dimaksud adalah pengukuran dan survey lokasi dan termasuk wawancara kepada Kepala Desa, Perangkat Desa, dan *stakeholder* Alun-alun Desa. Adapun analisa konsep dilakukan untuk memenuhi kebutuhan Desa akan edukasi dan rekreasi masyarakat Desa Ujung Piring tanpa meninggalkan budaya dan sejarah Desa Ujung Piring.

Selanjutnya setelah data-data lapangan dan hasil assessment lengkap, maka proses rancangan desain site plan diserahkan kepada ahli arsitektur. Tahap awal adalah melakukan penentuan dan konfirmasi pendaerahan (zoning) beserta dengan rencana blok pembangunan (block plan) kepada Perangkat Desa dan Kepala Proyek. Tahap akhir yang dihasilkan adalah perspektif rencana situasi (site plan) tiga dimensi yang menyajikan gambaran suasana yang diharapkan jika Alun-alun Desa Ujung Piring dibangun sesuai dengan site plan



Tabel 3. Design 2D dan 3D site plan Alun-Alun Desa

4. KESIMPULAN

Kegiatan intervensi komunitas di Desa Ujung Piring menunjukkan bahwa pendekatan *place branding* merupakan strategi efektif untuk mengoptimalkan identitas desa. Melalui pembuatan logo desa, video profil, dan *site plan* alun-alun desa, kegiatan ini berhasil menghadirkan instrumen identitas visual dan perencanaan ruang yang terarah, representatif,

serta sesuai dengan potensi lokal. Identitas visual desa kini lebih kuat, media promosi menjadi lebih modern dan komunikatif, serta perencanaan ruang publik lebih terstruktur dan mendukung interaksi sosial. Sehingga output kegiatan ini membawa harapan untuk membuktikan bahwa optimalisasi identitas desa melalui place branding mampu meningkatkan citra desa, memanfaatkan fasilitas desa, memaksimalkan potensi lokal, dan membuka peluang ekonomi bagi masyarakat sekitar

Dari program kerja ini, harapan-nya perangkat desa sekaligus warga dapat mengimplementasikan identitas desa ini dalam berbagai aktivitas yang dilaksanakan di desa sebagai upaya memperkenalkan lebih dalam potensi-potensi yang ada di desa serta dapat berkelanjutan dalam mengembangkan Alun-Alun desa sesuai berdasarkan *site plan* yang telah dibuat.

REFERENCES

- Andhi, W., Moh, K., Syam, W., & Salsabila, N. M. (2024). Optimalisasi Pembuatan Desain Logo Kemasan di Desa Branjang Sebagai Upaya Penguatan Brand Awareness bagi Produk UMKM Memasuki Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat I-Com: Indonesian Community Journal*, 2615-2624.
- Anita, S., Aurelia, C., Clarence, F. T., Faiza, R. R., Marvel, A. D., Ngakan, A., & Nicole, A. D. (2025). PEMBERDAYAAN DESA WISATA SVARGA MINAPADI MELALUI PENDAMPINGAN PENDANAAN, OPTIMALISASI MANAJEMEN, PEMASARAN DIGITAL, DAN REVITALISASI IDENTITAS. *Indonesian Marketing Journal*, 15-27.
- Creativany, M. A., Udayana, A. G. B., & Remawa, A. A. G. R. (2020). Kajian Estetika, Fungsi Dan Makna Logo Sukla Satyagraha Di Denpasar. *Prabangkara: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 24(2), 64-72.
- Hanindharputri, M. A., & Pradnyanita, A. S. I. (2018, November). Elemen Visual sebagai pembentuk kekuatan logo. In *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain Dan Aplikasi Bisnis Teknologi)* (Vol. 1, pp. 161-166).
- Hadinoto, H., & Eni, S. (2023). Perencanaan tapak (site plan) desa ekowisata pengembangan kelurahan limbungan kota pekanbaru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(5), 156-165. Doi: <https://doi.org/10.59837/jpmmba.v1i5.78>.
- Laksito, B. (2014). *Metode perencanaan dan perancangan arsitektur*. Jakarta: Griya Kreasi.
- Maringka, B., Gaguk, S., & Debby, B. S. (2021). Bantuan teknis perencanaan site plan-rest area desa kalisongo, kecamatan dau, kabupaten malang. *PAWON: Jurnal Arsitektur*, 5(2), 213-222. Doi: 10.36040/pawon.v5i2.3690.
- Putri, D, E, P., Siswanto, A., & Romdhoni, M, F. (2018). Konsep site plan perancangan

- perpustakaan bioklimatik di Palembang. *Cantiliver: Jurnal Penelitian dan Kajian Bidang Teknil Sipil*, 7(2), 25-31. Doi: [10.35139/cantilever.v7i2.68](https://doi.org/10.35139/cantilever.v7i2.68).
- Rifaa, R. (2024). Pembuatan Video Profil Sebagai Media Informasi dan Promosi dalam Menunjang Eksistensi Desa Penanggulan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2528-2534.
- Salimah, M. (2020). Optimalisasi Pengembangan Wisata Edukasi di Kecamatan Kademangan Kabupaten Blitar Menggunakan Strategi Place Branding. *Other thesis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember*.
- Sarwidi, & Dyah, H. (2018). PENGEMBANGAN POTENSI MASYARAKAT UNTUK OPTIMALISASI WISATA PANTAI JATIMALANG BERBASIS TATA RUANG (SITE PLAN) DESA JATIMALANG, KECAMATAN PURWODADI, KABUPATEN PURWOREJO. *Prosiding Seminar Nasional seri 8 "Mewujudkan Masyarakat Madani dan Lestari"*, 244-264.
- Supriyono, Rakhmat. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. (2025, 12 2). Diambil kembali dari PERATURAN.GO.ID: <https://peraturan.go.id/files/uu10-2009.pdf>
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa*. (2025, 12 2). Diambil kembali dari JDIH Kementerian Desa PDT: https://jdih.kemendesa.go.id/public/documents/1624514048__nomor__tahun_2014.pdf
- Wibisono, D. S. (2017). Perancangan Logo Wisata Pantai Banyu Tibo Kabupaten Pacitan. *Jurnal Seni Rupa*, 5(02).