AKSI KITA
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Journal Homepage: www.indojurnal.com/index.php/aksikita

eISSN 3090-1294 & pISSN 3089-8145

doi.org/10.63822/aksikita.v2i6.5598

Vol. 2, No. 6, Tahun 2026

Hal. 4259-4273

Narasi Visual Identitas Budaya Lokal sebagai Konten Digital Efektif Desa Wisata Kampus Kopi

Nur Rahmat Ardi Candra Dwi Atmaja[1] Sumarno[2]
Institut Seni Indonesia Surakarta[1,2]

Email Korespodensi: nracandra@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 15-11-2026
Disetujui 23-11-2026
Diterbitkan 25-11-2026

Katakunci:

Strategi Narasi Visual, Identitas Budaya, Konten Digital, Desa Wisata, Inovasi Seni.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model strategi narasi visual yang mampu mentransformasikan identitas budaya lokal menjadi konten digital pariwisata yang efektif. Di era media baru, desa wisata sering kali mengalami kendala dalam merepresentasikan otentisitas budayanya ke dalam medium digital tanpa kehilangan nilai filosofisnya; representasi yang ada cenderung terjebak pada estetika permukaan yang generik sehingga terjadi distorsi makna demi kepentingan viralitas.Penelitian dasar ini fokus pada penemuan kaidah estetika, teknik penceritaan (storytelling), dan model User Experience yang sesuai untuk konten pariwisata berbasis komunitas. Hal ini mencakup dekonstruksi elemen visual tradisional seperti warna, pola, dan ritme ruang untuk dikonstruksi ulang menjadi kaidah estetika digital baru agar konten berfungsi sebagai instrumen konservasi budaya sekaligus media promosi. Metodologi yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan perancangan seni (artistik). Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan model narasi partisipatif yang menempatkan komunitas lokal sebagai subjek pencerita utama guna menjaga keseimbangan antara komodifikasi pariwisata dan pelestarian identitas kolektif. Hasil penelitian berupa model teoritis strategi visual yang akan menjadi landasan dan protokol dasar bagi pengembangan platform promosi digital desa wisata yang berkelanjutan serta berakar kuat pada nilai-nilai kearifan lokal.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Atmaja, N. R. A. C. D. ., & Sumarno, S. (2026). Narasi Visual Identitas Budaya Lokal sebagai Konten Digital Efektif Desa Wisata Kampus Kopi. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(6), 4259-4273.

PENDAHULUAN

Di era disrupsi digital saat ini, sektor pariwisata telah bergeser dari sekadar kunjungan fisik menuju pengalaman berbasis konten. Desa wisata, sebagai ujung tombak pelestarian budaya sekaligus penggerak ekonomi kerakyatan, kini dituntut untuk mampu merepresentasikan identitasnya melalui berbagai platform digital. Namun, fenomena yang jamak ditemui adalah adanya kesenjangan antara otentisitas budaya lokal di dunia nyata dengan representasi visualnya di dunia maya. Konten yang dihasilkan sering kali terjebak pada pola dokumentasi yang kering dan generik. Hal ini sejalan dengan pemikiran Manovich (2001) yang menyatakan bahwa dalam bahasa media baru, logika basis data sering kali mendominasi sehingga narasi sering kali terabaikan dalam penyajian informasi digital.

Identitas budaya lokal bukan sekadar objek visual, melainkan sebuah entitas yang mengandung nilai, rasa, dan narasi turun-temurun. Dalam konteks media baru, proses transformasi identitas ini sering kali mengalami reduksi. Ketika sebuah tradisi atau lanskap budaya dipindahkan ke dalam medium digital tanpa strategi narasi yang matang, keunikan tersebut luruh menjadi komoditas visual yang dangkal. Jenkins (2006) menekankan pentingnya *transmedia storytelling* sebagai cara untuk menyebarkan narasi melalui berbagai kanal media guna menciptakan pengalaman pengguna yang lebih mendalam dan partisipatif. Oleh karena itu, diperlukan penelitian dasar untuk menggali kaidah estetika yang dapat menjaga integritas nilai lokal dalam transformasi digital tersebut.

Persoalan utama dalam pengembangan platform promosi digital desa wisata saat ini terletak pada lemahnya strategi narasi visual yang terintegrasi. Kebanyakan platform hanya berfungsi sebagai wadah penyimpanan data tanpa mempertimbangkan aspek *User Experience* yang imersif. Strategi narasi visual tidak hanya berhenti pada teknis pengambilan gambar, tetapi juga menyentuh aspek strategi penciptaan yang melibatkan psikologi persepsi. Menurut Norman (2013), desain yang baik bukan hanya tentang keindahan antarmuka, melainkan tentang bagaimana pengalaman pengguna dibentuk melalui pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan emosi manusia. Tanpa adanya model strategi yang jelas, konten digital pariwisata akan sulit membangun koneksi emosional dengan audiensnya.

Penelitian ini memandang bahwa inovasi seni dalam hal medium dan teknik—seperti penggunaan sinematografi non-drama dan elemen grafis interaktif merupakan kunci utama dalam transformasi budaya. Inovasi ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga bersifat wacana, yaitu bagaimana narasi budaya lokal direvitalisasi melalui medium digital agar tetap relevan tanpa mencabut akar tradisinya. Murray (1997) dalam teorinya mengenai *cyberdrama* menyebutkan bahwa medium digital menawarkan potensi "immersi" dan "agensi" yang memungkinkan audiens terlibat lebih jauh ke dalam narasi yang disajikan. Hal ini menjadi landasan penting bagi pengembangan konten digital pariwisata yang tidak hanya bersifat informatif tetapi juga transformatif.

Sebagai penelitian dasar, luaran dari riset ini difokuskan pada penemuan kaidah dan postulat baru yang akan menjadi fondasi bagi penelitian terapan di masa depan. Model yang dihasilkan akan memberikan panduan strategis bagi para kreator konten dan pengembang platform dalam menyusun arsitektur informasi dan estetika antarmuka. Dengan mengacu pada kerangka kerja perancangan visual yang kokoh, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap kebaruan seni media. Hal ini mendukung upaya penguatan narasi pariwisata yang lebih efektif dan berkelanjutan, selaras dengan kebutuhan pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas di Indonesia.

Desa wisata merupakan bagian dari pengembangan pariwisata berkelanjutan dan dapat menjadi salah satu program Pemerintah Republik Indonesia yang diharapkan dapat mempercepat kebangkitan pariwisata dan memicu pertumbuhan ekonomi. (Kemenparekraf, 2021). Untuk membentuk desa wisata diperlukan 3 (tiga) komponen untuk membangunnya, yaitu:

a. Komponen pertama adalah dengan melihat potensi wisata yang tersedia.
b. Komponen kedua adalah dengan melihat minat dan kesiapan masyarakat terhadap pengembangan destinasi wisata setempat.
c. Komponen terakhir adalah konsep desa wisata yang harus unik.

Tidak semua desa dapat dijadikan sebagai desa wisata. Desa wisata jika dipetakan, maka akan terdapat 4 (empat) tingkatan (Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia, 2021), yaitu:

a. Rintisan: Masih berupa potensi dan belum adanya kunjungan wisatawan. Selain itu sarana dan prasarananya masih sangat terbatas, dengan tingkat kesadaran masyarakat belum tumbuh.
b. Berkembang: Meski berupa potensi, namun sudah mulai dilirik untuk dikembangkan lebih jauh.
c. Maju: Masyarakatnya sudah sadar wisata dengan indikator sudah dapat mengelola usaha pariwisata, termasuk menggunakan dana desa untuk mengembangkan potensi pariwisata. Wilayahnya juga sudah dikunjungi banyak wisatawan, termasuk dari mancanegara.
d. Mandiri: Sudah ada inovasi pariwisata dari masyarakat, destinasi wisatanya juga sudah diakui dunia dengan sarana dan prasarana yang terstandarisasi.

Selain itu pengelolaannya bersifat kolaboratif *pentahelix.* Hadirnya sebuah ikon yang merupakan simbol atau tanda yang mewakili, melambangkan, menggambarkan dan merepresentasikan identitas dari suatu hal. Ikon dapat diwujudkan dalam bentuk karya seni, karakter atau maskot dan peristiwa perayaan. Dalam pemilihan dan penentuan suatu ikon harus dengan pertimbangan dan pemantapan yang matang, karena ikon tidak hanya dipakai sekali saja tapi akan digunakan secara konsisten untuk jangka panjang. Oleh karena itu perumusan maslah dalam penelitian ini terfokus pada bagaimana merumuskan kaidah strategi narasi visual yang efektif umtuk dapat mempertahankan otentisitas identitas budaya lokal dalam konten digital desa wisata.

Pendekatan pemecahan masalah dalam penelitian ini dilakukan melalui kerangka interdisipliner yang mengintegrasikan aspek seni media baru, sinematografi non-drama, dan psikologi persepsi visual. Langkah awal dimulai dengan melakukan dekonstruksi terhadap elemen-elemen identitas budaya lokal untuk menemukan "inti narasi" yang bersifat otentik. Dekonstruksi ini penting agar peneliti dapat memisahkan antara entitas budaya yang bersifat fisik dengan nilai-nilai filosofis yang bersifat takbenda (*intangible*). Hal ini selaras dengan teori semiotika yang dikembangkan oleh Barthes (1977), yang menekankan bahwa tanda-tanda budaya memiliki lapisan makna denotatif dan konotatif yang harus dibedah untuk memahami mitos dan identitas di baliknya. Dengan memahami struktur dasar ini, peneliti dapat merumuskan bagaimana elemen tersebut diadaptasi ke dalam bahasa visual tanpa kehilangan esensinya.

Selanjutnya, masalah efektivitas konten digital dipecahkan melalui pendekatan eksperimentasi artistik yang berfokus pada inovasi medium. Peneliti menerapkan prinsip-prinsip *transmedia storytelling* untuk merancang alur informasi yang tidak linear. Dalam tahap ini, teknik sinematografi non-drama digunakan bukan sekadar sebagai alat rekam, melainkan sebagai strategi visual untuk membangun atmosfir. Pendekatan ini diperkuat oleh pendapat Zettl (2014) mengenai estetika terapan media yang menyatakan

bahwa manipulasi elemen cahaya, warna, dan ruang secara sengaja dapat mengarahkan respons emosional penonton secara efektif. Eksperimentasi ini bertujuan untuk menghasilkan kaidah visual yang mampu memicu keterlibatan emosional (*emotive engagement*) yang lebih kuat dibandingkan konten promosi konvensional.

Penelitian ini dari sisi teknis juga akan menggunakan pendekatan *User Experience Design* yang berpusat pada manusia. Pendekatan ini bertujuan untuk memecahkan hambatan komunikasi melalui perancangan arsitektur informasi yang intuitif. Garret (2011) menjelaskan bahwa dalam membangun pengalaman pengguna, elemen strategi dan lingkup kebutuhan pengguna harus didefinisikan secara jelas sebelum masuk ke tahap desain antarmuka. Fokus utama dalam pendekatan ini adalah menemukan titik keseimbangan antara fungsionalitas teknologi dengan keindahan seni visual. Keberadaan *platform* digital yang dikembangkan nantinya tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai ruang pamer digital yang mampu merepresentasikan wibawa budaya lokal melalui interaksi yang cerdas.

Terakhir, pendekatan pemecahan masalah ini ditutup dengan tahap evaluasi kritis melalui metode uji persepsi dan validasi ahli. Pendekatan ini digunakan untuk memastikan bahwa model strategi narasi visual yang dihasilkan memiliki objektivitas akademik dan kegunaan praktis yang tinggi. Menurut Creswell (2014), validasi data dalam penelitian kualitatif melalui triangulasi baik triangulasi sumber maupun metode sangat krusial untuk menjamin kredibilitas temuan penelitian. Validasi dilakukan dengan melibatkan para pakar di bidang seni rupa, desain, dan praktisi pariwisata guna mendapatkan masukan multidimensi.

Sinergi multidisiplin tidak sekadar mengejar aspek fungsionalitas teknologi semata namun lebih jauh bertujuan untuk meletakkan fondasi filosofis dan metodologis yang kuat dalam digitalisasi kebudayaan. Luaran berupa model teoritis yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi standar baru bagi pengembangan konten pariwisata berbasis komunitas yang mampu menjaga marwah identitas lokal di tengah arus globalisasi media baru, sekaligus memberikan kontribusi signifikan terhadap penguatan ekosistem industri kreatif nasional. teoritis yang solid bagi pengembangan industri kreatif nasional.

Urgensi penelitian dasar ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk menghentikan tren simplifikasi budaya dalam ruang digital yang kian masif. Tanpa adanya model narasi visual yang terukur secara akademis, desa wisata akan terus terjebak dalam pola promosi yang seragam dan kehilangan daya pikat autentiknya. Oleh karena itu, perumusan model strategi ini menjadi langkah krusial untuk memastikan bahwa transformasi digital tidak menjadi alat marginalisasi budaya lokal, melainkan menjadi sarana amplifikasi nilai-nilai luhur yang mampu bersaing secara global. Penelitian ini bukan sekadar upaya teknis, melainkan sebuah tanggung jawab intelektual untuk menyelamatkan narasi kearifan lokal agar tetap memiliki wibawa dan relevansi di tengah disrupsi informasi masa kini.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. (Lexy L., 2013). Metode penelitian kualitatif digunakan untuk menjabarkan tentang bagaimana eksistensi dan perkembangan komunitas insan perfilman muda yang ada di desa Karang

melalui pendekatan fenomenologi. Dalam pendekatan fenomenologi peneliti berusaha memahami arti dari berbagai peristiwa dalam *setting* tertentu dengan kacamata peneliti sendiri. (Salim, 2012), dalam pandangan fenomenologis peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu.

Metode ini dirancang menggunakan pendekatan riset artistik (*Artistic Research*) yang mengintegrasikan metode kualitatif dengan praktik penciptaan seni media baru. Secara fundamental, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mendokumentasikan fenomena, tetapi juga untuk melakukan tindakan penciptaan sebagai cara untuk menghasilkan pengetahuan baru mengenai strategi narasi visual. Melalui paradigma ini, proses eksperimentasi di laboratorium seni dan desain menjadi instrumen utama untuk menguji efektivitas transformasi identitas budaya lokal ke dalam bentuk-bentuk digital yang baru.

Kerangka metodologis ini dibagi ke dalam beberapa tahapan yang saling berkesinambungan, mulai dari penggalian data filosofis budaya hingga pengujian model antarmuka. Penekanan utama diletakkan pada sinkronisasi antara aspek estetika visual dengan pengalaman pengguna sehingga luaran yang dihasilkan memiliki validitas artistik sekaligus fungsionalitas teknologi yang tinggi. Seluruh proses ini dipandu oleh prinsip *Human-Centered Design* guna memastikan bahwa model strategi narasi yang ditemukan benar-benar mampu menjembatani kebutuhan pelestarian budaya dengan tren konsumsi media digital kontemporer.

A. Tahap Pra-Produksi (Analisis dan Penggalian Identitas)

Tahap awal ini difokuskan pada kegiatan observasi mendalam dan dekonstruksi terhadap unsur-unsur identitas budaya lokal yang akan ditransformasikan. Peneliti melakukan pengumpulan data melalui studi lapangan, wawancara dengan tokoh budaya, dan dokumentasi visual terhadap objek fisik maupun tradisi lisan di wilayah studi kasus. Proses ini bertujuan untuk memperoleh makna budaya guna menemukan penyajian yang paling dominan untuk diangkat menjadi konten digital. Analisis dilakukan secara semiotik untuk memastikan bahwa simbol-simbol budaya yang akan digunakan dalam narasi visual nantinya tetap membawa pesan filosofis yang sesuai dengan aslinya.

Setelah data identitas terkumpul, peneliti melakukan studi komparatif terhadap tren media baru dan perilaku audiens target di *platform* digital pariwisata. Hal ini mencakup pemetaan terhadap arsitektur informasi yang sudah ada dan identifikasi kekurangan pada model promosi konvensional. Hasil dari analisis ini kemudian dirumuskan menjadi sebuah *creative brief* yang mencakup panduan estetika, pilihan gaya visual, dan struktur naratif dasar. Dokumen ini menjadi pedoman utama dalam melangkah ke tahap eksperimentasi sekaligus berfungsi sebagai parameter awal untuk mengukur sejauh mana kebaruan seni dapat dicapai melalui medium digital yang dipilih.

B. Tahap Produksi (Eksperimentasi dan Perancangan Model)

Pada tahap produksi, peneliti melakukan serangkaian eksperimentasi artistik untuk mewujudkan model strategi narasi visual ke dalam bentuk prototipe konten. Eksperimentasi ini meliputi penerapan teknik sinematografi non-drama, seperti penggunaan sudut pandang kamera yang unik dan manipulasi warna untuk membangun atmosfir budaya, serta integrasi elemen multimedia interaktif. Peneliti mencoba berbagai variasi komposisi visual untuk melihat bagaimana identitas lokal dapat direpresentasikan secara

dinamis. Setiap proses eksperimen didokumentasikan secara rinci sebagai bagian dari data penelitian untuk melihat pola mana yang paling efektif dalam mengomunikasikan nilai-nilai budaya melalui layar digital.

Hasil eksperimentasi visual tersebut diintegrasikan ke dalam perancangan antarmuka pengguna dan logika pengalaman pengguna. Peneliti merancang alur navigasi yang mengikuti kaidah *storytelling*, di mana pengguna *platform* merasa sedang melakukan perjalanan digital daripada sekadar membaca informasi statis. Dalam proses ini, elemen-elemen seperti tipografi, ikonografi berbasis lokal, dan ritme transisi diantara halaman-halaman dirancang sedemikian rupa agar selaras dengan narasi visual utama. Tahap ini menghasilkan sebuah prototipe model strategi visual yang bersifat komprehensif mencakup aspek estetika konten sekaligus sistem interaksinya dalam sebuah ekosistem digital pariwisata.

C. Tahap Pasca-Produksi (Evaluasi, Validasi, dan Finalisasi)

Tahap akhir ini melibatkan proses evaluasi kritis terhadap prototipe model yang telah dihasilkan melalui serangkaian uji coba dan validasi ahli. Peneliti berupaya menyelenggarakan *Focus Group Discussion (FGD)* yang menghadirkan pakar di bidang seni media, desain komunikasi visual, serta ahli kebudayaan untuk membedah ketepatan transformasi identitas dalam model tersebut.

Masukan dari para ahli digunakan untuk melakukan revisi terhadap bagian-bagian yang dianggap kurang merepresentasikan nilai lokal atau kurang efektif secara teknis. Proses validasi ini sangat krusial dalam penelitian dasar untuk memastikan bahwa model yang dihasilkan memiliki dasar teoretis yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Tahapan selanjutnya dengan melalui sebuah validasi dari ahli kemudian dilakukan uji persepsi terbatas kepada calon pengguna untuk mengukur tingkat keterlibatan emosional dan kemudahan penggunaan model tersebut. Data dari uji pengguna ini dianalisis untuk melihat sejauh mana strategi narasi visual yang diterapkan mampu mengubah atau meningkatkan persepsi mereka terhadap desa wisata.

Hasil evaluasi gabungan antara ahli dan pengguna kemudian difinalisasi menjadi sebuah produk akhir berupa naskah akademik model strategi narasi visual. Luaran ini berisi kumpulan kaidah, formulasi estetika, dan panduan teknis yang siap menjadi landasan bagi pengembangan platform digital pada tahap penelitian terapan selanjutnya.



Gambar 1: Tahapan diagram alur pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Kampus Kopi

Visualisasi diagram alur ini secara sistematis menggambarkan struktur metodologi penelitian yang kokoh, dimulai dari fondasi analisis hingga tahap finalisasi model. Dengan membagi proses ke dalam tiga tahapan utama yang diantaranya; Pra-Produksi, Produksi, dan Pasca-Produksi. Pada setiap tahapan riset mendapatkan ruang eksplorasi yang jelas dan terukur. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap langkah inovasi yang diambil memiliki landasan data yang kuat sehingga transformasi budaya lokal ke dalam medium digital tetap terjaga integritas dan nilai estetikanya.

Pada bagian inti, diagram ini menyoroti pentingnya fase eksperimentasi sebagai ruang kreatif untuk menguji berbagai teknik sinematografi dan desain antarmuka. Proses ini bukan sekadar aktivitas teknis, melainkan sebuah upaya laboratorium untuk menemukan formulasi konten digital yang paling efektif dalam membangun pengalaman pengguna yang imersif. Melalui integrasi antara teori narasi dan praktik produksi, alur kerja ini mampu menjembatani gagasan teoretis mengenai identitas budaya menjadi wujud nyata konten digital yang memiliki daya tarik visual serta relevansi budaya yang tinggi.

Diagram alur penelitian menekankan pentingnya validasi ahli dan evaluasi pengguna melalui mekanisme *Focus Group Discussion* (FGD). Tahap akhir ini menjadi kunci bagi penelitian dasar untuk menghasilkan luaran yang tervalidasi secara akademik dan praktis. Alur demi alur yang telah koheren diharapkan penelitian tidak hanya berhenti pada terciptanya produk digital tetapi berhasil merumuskan sebuah model strategi narasi visual yang dapat dijadikan standar atau referensi bagi pengembangan pariwisata berbasis komunitas di masa depan.

Pelaksanan Kegiatan

A. Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini secara resmi dimulai pada bulan Mei 2026 dengan fokus utama pada tahap pra-produksi dan penggalian data fundamental. Pada bulan pertama ini, peneliti melakukan studi literatur yang intensif mengenai kaidah narasi visual kontemporer sekaligus melakukan observasi lapangan untuk melakukan dekonstruksi terhadap nilai-nilai identitas budaya lokal. Hasil akhir dari bulan Mei adalah sebuah konsep kreatif beserta naskah akademik yang menetapkan parameter estetika budaya yang akan ditransformasikan ke dalam medium digital, guna memastikan keaslian nilai tetap terjaga sebelum masuk ke tahap teknis.

Bulan Juni 2026 dialokasikan sepenuhnya untuk tahap produksi dan eksperimentasi artistik di laboratorium seni media. Peneliti mulai menerapkan teknik sinematografi non-drama untuk memproduksi prototipe visual, mulai dari pengambilan gambar dengan sudut pandang unik hingga manipulasi palet warna yang mewakili filosofi lokal. Fokus pada bulan kedua ini adalah menemukan formulasi visual yang paling efektif dalam membangun atmosfir dan emosi. Seluruh hasil eksperimen didokumentasikan secara sistematis sebagai data mentah yang akan menjadi inti dari konten digital pariwisata yang dikembangkan.

Pada bulan Juli 2026, kegiatan berlanjut pada tahap pengembangan arsitektur informasi dan desain pengalaman pengguna. Hasil eksperimentasi visual dari bulan sebelumnya diintegrasikan ke dalam rancangan antarmuka yang mencerminkan identitas lokal namun tetap memiliki fungsionalitas digital yang tinggi. Peneliti fokus pada pembuatan alur navigasi yang naratif, yang menitikberatkan pengguna *platform* digital nantinya tidak hanya sekadar melihat informasi, tetapi merasakan sebuah perjalanan budaya yang

koheren. Tahap ini menghasilkan sebuah model prototipe utuh yang siap untuk diuji validitasnya secara lintas disiplin.

Pada bulan Agustus 2026, penelitian memasuki tahap evaluasi kritis melalui penyelenggaraan *Focus Group Discussion* (FGD) dan validasi oleh para pakar. Peneliti melibatkan tenaga ahli di bidang seni rupa, desain komunikasi visual, serta pakar budaya untuk membedah ketepatan model strategi narasi yang telah dirancang. Selain validasi ahli, dilakukan pula uji persepsi terbatas kepada pengguna untuk mengukur tingkat keterlibatan emosional mereka terhadap konten tersebut. Masukan yang diperoleh pada bulan ini sangat krusial untuk melakukan revisi final guna menyempurnakan formulasi model strategi narasi visual yang efektif.

Kegiatan pada bulan September 2026 difokuskan pada tahap diseminasi hasil. Berdasarkan data eksperimen, hasil evaluasi, dan temuan model strategi yang telah divalidasi, peneliti menyusun draf artikel untuk segera dikirimkan ke jurnal internasional bertaraf Scopus. Proses ini merupakan bentuk tanggung jawab akademik untuk menyebarluaskan temuan penelitian dasar ini ke komunitas ilmiah global. Pengalokasian waktu satu bulan penuh di bulan September memastikan kualitas artikel memiliki kedalaman analisis yang cukup dan memenuhi standar publikasi internasional.

B. Lingkungan Mitra

Desa Banyuanyar, Kecamatan Ampel, Kabupaten Boyolali merupakan wilayah yang memiliki potensi strategis dalam pengembangan desa wisata berbasis komoditas lokal. Desa ini dikenal dengan branding Desa Wisata Kampus Kopi yang mengusung konsep kampung susu dan kopi. Potensi unggulan Desa Banyuanyar ditunjukkan melalui komoditas kopi seluas 44,4 hektare dan jahe seluas 34,32 hektare, serta sektor peternakan yang meliputi 1.065 ekor sapi, 1.306 ekor kambing, 2.979 ayam kampung, dan 68.000 ayam pedaging. Potensi tersebut mendukung pengembangan konsep kampung susu dan kopi sebagai desa wisata edukatif berbasis agro dan ekonomi kreatif masyarakat. Selain itu, komoditas kopi Desa Banyuanyar juga mendukung program *One Village One Product* yang mendorong penguatan produk unggulan desa berbasis potensi lokal untuk meningkatkan nilai tambah ekonomi masyarakat.

Secara geografis, Desa Banyuanyar terletak di lereng Gunung Merbabu pada ketinggian ±720 mdpl dengan luas wilayah 333,90 hektare yang mendukung pengembangan sektor perkebunan, hortikultura, serta peternakan berbasis *agroecotourism*. Secara administratif, Desa Banyuanyar terdiri dari 4 dusun, 9 dukuh, 5 RW, dan 19 RT dengan jumlah 924 kepala keluarga serta total penduduk sebanyak 2.734 jiwa dengan mayoritas berada pada usia produktif. Hal ini menunjukkan bahwa desa memiliki sumber daya manusia yang potensial untuk dikembangkan dalam sektor ekonomi kreatif berbasis digital. Desa Wisata Kampus Kopi terintegrasi dengan ekonomi kreatif masyarakat. Kelompok sasaran utama adalah Karang Taruna Desa Banyuanyar yang terdiri dari sekitar 60–80 anggota aktif usia produktif dengan latar belakang pendidikan SMP, SMA, hingga mahasiswa yang berperan sebagai penggerak kegiatan kepemudaan dan pengembangan desa wisata.

Berdasarkan hasil survei kuisioner *online* terhadap anggota Karang Taruna Desa Banyuanyar, sekitar 95% anggota telah memiliki smartphone, namun hanya 25% yang pernah memproduksi konten audiovisual, dan kurang dari 20% yang memahami strategi digital storytelling secara terstruktur. Selain itu, akun media sosial desa belum aktif secara konsisten dan belum memiliki tim khusus pengelola konten. Data ini menunjukkan adanya

Berikut ini adalah hasil observasi dan kunjungan awal Tim Pelaksana PPK Ormawa Himpunan Mahasiswa Program Studi Film dan Televisi (HIMAFISI) ISI Surakarta bersama Dosen Pendamping bersama Kepala Desa Kampus Kopi Banyuanyar Bapak Komarudin ;



Gambar 2-3. *Focus Grup Discussion* tim pelaksana bersama Kepala Desa Kampus Kopi Banyuanyar dilanjutkan penandatangan kesepakatan kesediaan kemitraan



Gambar 4-5 : Tim pelaksana melakukan wawancara dan observasi bersama warga masyarakat di gedung *showcase* desa Kampus Kopi Desa Banyuanyar

Berikut ini adalah beberapa hasil penvcapaian dari program pengabdia kepada Masyarakat yang ada di Desa Banyuanyar "Kampuskopi", Kabupaten Boyolali :

No	Apek	Kondisi Sebelum	Kondisi Sesudah	Indikator	Metode
1.	SDM Karang Taruna	Karang Taruna belum memiliki kemampuan digital storytelling	Karang Taruna memiliki kemampuan digital storytelling	Minimal 15 anggota karang taruna aktif mengikuti pelatihan	Pre-test dan post-test
2.	Literasi Media Digital	Pemuda desa belum sepenuhnya memahami strategi media sosial untuk promosi dan edukasi	Pemuda desa mampu mengelola media sosial dengan menggunakan strategi yang tepat dan membuat konten edukatif	75% peserta memahami fungsi dan menerapkan digital storytelling melalui konten digital edukatif	Observasi dan evaluasi pelatihan
3.	Organisasi/ Komunitas	Belum ada tim kreatif dari karang taruna desa yang mengelola konten desa	Terbentuk tim kreatif desa dari anggota karang taruna	1 tim kreatif desa terbentuk	Dokumentasi pembentukan struktur organisasi
4.	Laboratorium Kreatif	Belum ada ruang kerja untuk mendukung produksi konten	Terbentuk Laboratorium Kreatif Audiovisual	1 laboratorium kreatif terbentuk	Dokumentasi pembentukan
5.	Kolaborasi	Belum ada kolaborasi pemerintah desa dan Karang Taruna dalam pembuatan serta strategi promosi konten digital	Terjalin kolaborasi pemerintah desa dan Karang Taruna untuk membuat konten dan strategi promosinya	Koordinasi rutin minimal 3 kali	Notulen rapat dan dokumentasi
6.	Produksi Konten Storytelling, Edukasi dan Promosi	Belum ada konten Storytelling, Edukasi serta potensi desa	Produksi konten Storytelling dan Edukasi serta potensi desa	Minimal 10 video konten Storytelling dan Edukasi serta potensi desa	Dokumentasi dan showreels konten

	Potensi Desa				
7.	Media Sosial Desa	Media sosial desa masih belum terstruktur dengan baik dan konten bersifat dokumentasi	Media Sosial terstruktur dan terencana dengan rapi, konten edukatif, serta menerapkan strategi untuk promosi lebih luas	Minimal 10 video konten dipublikasikan dengan terstruktur dan berkualitas	Monitoring media sosial
8.	Galeri Digital (Information based QR code)	Belum tersedia informasi digital di kebun kopi	Tersedia QR Code di titik kebun kopi berisikan konten edukatif dan informatif, serta wisatakan dapat mengakses konten digital	Minimal 5 titik QR Code terpasang	Dokumentasi pemasangan
9.	Dampak Promosi	Promosi desa masih terbatas	Promosi desa meningkat	Peningkatan aktivitas media sosial desa dan kunjungan wisatawan	Analisis media sosial
10.	Keberlanjutan Program	Belum ada program lanjutan Tim Kreatif	Program berjalan berkelanjutan	Tim kreatif aktif minimal 3 bulan setelah program	Monitoring berkala

Sebagai informasi lebih lanjut tentang partisipasi sekaligus peran para tim pelaksana dalam pengabdian kepada masyarakat ini juga diuraikan sebagai berikut :

a. Inisiator

Tim pelaksana berperan dalam merancang dan membentuk Laboratorium Kreatif Audiovisual sebagai pusat kegiatan produksi dan pengembangan konten desa. Peran ini mencakup penyusunan konsep, pengadaan kebutuhan dasar, serta pengembangan sistem kerja laboratorium agar dapat berfungsi secara optimal dan berkelanjutan.

b. Mediator

Tim pelaksana bertugas menghubungkan serta membangun komunikasi yang efektif antara pemerintah desa dan Karang Taruna. Peran ini penting untuk menciptakan sinergi antar pihak, memastikan adanya dukungan kelembagaan, serta menjaga keberlangsungan program melalui kolaborasi yang harmonis.

c. Fasilitator

Tim Pelaksana berperan dalam memberikan pelatihan digital storytelling kepada Karang Taruna dan masyarakat desa. Pelatihan ini mencakup pengenalan dasar-dasar produksi audiovisual, teknik penyusunan

narasi, pengambilan gambar, hingga pengemasan konten yang menarik dan komunikatif. Peran fasilitator bertujuan untuk meningkatkan kapasitas peserta dalam memahami dan mempraktikkan pembuatan konten secara mandiri.

d. Pendamping

Tim Pelaksana mendampingi proses produksi konten desa secara langsung. Dalam hal ini, pendamping memberikan arahan teknis maupun konseptual selama proses produksi berlangsung, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Pendamping juga memastikan bahwa peserta mampu mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama pelatihan.

e. Evaluator

Tim pelaksana melakukan monitoring dan evaluasi terhadap seluruh rangkaian program. Kegiatan ini meliputi pengukuran capaian program, identifikasi kendala, serta penyusunan rekomendasi perbaikan untuk pelaksanaan kegiatan ke depan. Dengan adanya evaluasi yang sistematis, program diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan dampak yang lebih optimal.



Gambar 7-8 : Tim pelaksana melakukan pertemuan dengan beberapa anggota Karang Taruna dan Tokoh Masyarakat untuk membicarakan dan mengevaluasi beberapa agenda kegiatatan pengabdian kepada Masyarakat

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa di Desa Banyuanyar, yang lebih dikenal sebagai **Desa Kampus Kopi**, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, khususnya anggota Karang Taruna, dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan potensi dan promosi desa. Melalui pelatihan digital storytelling, para peserta memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam merancang, memproduksi, serta mengemas konten audiovisual yang edukatif, informatif, dan menarik. Peningkatan kapasitas tersebut menjadi langkah strategis dalam mendorong keterlibatan generasi muda sebagai penggerak kreativitas dan inovasi desa, terutama dalam memperkenalkan potensi lokal, kearifan budaya, serta keunggulan Desa Banyuanyar sebagai destinasi edukasi dan wisata berbasis kopi.



Gambar 9-10 : Salah satu tempat yang sangat ikonik di Desa Banyuanyar (Kampus Kopi) yaitu Sendang yang bisa dijadikan potensi konten kreatif branding desa.

Selain peningkatan kapasitas individu, kegiatan ini juga menghasilkan penguatan kelembagaan melalui pembentukan tim kreatif desa yang melibatkan anggota Karang Taruna sebagai pengelola dan pengembang konten digital. Pembentukan Laboratorium Kreatif Audiovisual menjadi salah satu capaian penting program karena menyediakan ruang kolaborasi, pembelajaran, dan produksi konten secara lebih terarah. Keberadaan laboratorium ini diharapkan tidak hanya menjadi fasilitas pendukung kegiatan pengabdian, tetapi juga berkembang menjadi pusat kreativitas masyarakat desa dalam menghasilkan berbagai produk audiovisual yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan edukasi, dokumentasi, publikasi, dan promosi potensi desa. Harapannya kegiatan pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga membangun fondasi kelembagaan yang mendukung keberlanjutan pengembangan ekosistem kreatif di tingkat desa.



Gambar 11-12-1: Tim Pelaksana pengabdian kepada masyarakat (mahasiswa) melakukan pengambilan gambar untuk materi konten *branding* bersama Ibu-Ibu pengrajin batik desa.

Pengembangan media dan promosi digital, kegiatan ini mendorong perubahan pendekatan komunikasi publik Desa Banyuanyar, dari pola publikasi yang sebelumnya cenderung bersifat dokumentatif menjadi lebih terstruktur, kreatif, dan berbasis storytelling. Produksi konten digital yang mengangkat cerita, aktivitas masyarakat, proses pengolahan kopi, potensi wisata, serta keunikan lingkungan desa diharapkan mampu

membangun identitas dan citra Desa Kampus Kopi secara lebih kuat. Selain itu, pengembangan galeri digital berbasis QR Code yang ditempatkan pada sejumlah titik di kawasan kebun kopi merupakan bentuk inovasi dalam mengintegrasikan teknologi informasi dengan pengalaman wisata edukatif. Melalui fasilitas tersebut, wisatawan dapat mengakses informasi dan konten audiovisual secara langsung, sehingga pengalaman berkunjung menjadi lebih interaktif, informatif, dan memberikan nilai tambah bagi pengembangan wisata berbasis pengetahuan.

KESIMPULAN

Keberhasilan pelaksanaan program ini juga tidak terlepas dari partisipasi aktif dan peran strategis tim pelaksana yang mencakup lima fungsi utama, yaitu sebagai inisiator, mediator, fasilitator, pendamping, dan evaluator. Sebagai inisiator, tim pelaksana mendorong terbentuknya Laboratorium Kreatif Audiovisual sebagai ruang pengembangan kreativitas masyarakat. Sebagai mediator, tim membangun jembatan komunikasi dan kolaborasi antara pemerintah desa dengan Karang Taruna. Sementara itu, fungsi fasilitator dan pendamping diwujudkan melalui kegiatan pelatihan serta pendampingan teknis dalam seluruh tahapan produksi konten, mulai dari perencanaan, pengambilan gambar, penyusunan narasi, hingga proses penyuntingan dan publikasi. Adapun fungsi evaluator dilaksanakan melalui monitoring dan evaluasi terhadap capaian program, identifikasi kendala, serta perumusan rekomendasi pengembangan kegiatan. Kelima peran tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif, dengan menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses pengembangan kapasitas dan pemberdayaan desa.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan menjadi titik awal terbentuknya ekosistem kreatif digital yang mandiri dan berkelanjutan di Desa Banyuanyar. Keberadaan tim kreatif desa, Laboratorium Kreatif Audiovisual, pengelolaan media sosial, produksi konten digital, serta galeri informasi berbasis QR Code merupakan modal awal yang dapat terus dikembangkan untuk memperkuat branding Desa Kampus Kopi. Keberlanjutan program selanjutnya perlu didukung melalui komitmen pemerintah desa, konsistensi aktivitas Karang Taruna, penguatan jejaring kolaborasi dengan perguruan tinggi, serta monitoring berkala terhadap kinerja tim kreatif. Dengan adanya sinergi tersebut, hasil kegiatan pengabdian diharapkan tidak berhenti pada pencapaian luaran program semata, tetapi mampu memberikan dampak jangka panjang berupa peningkatan literasi digital masyarakat, penguatan promosi potensi lokal, perluasan jangkauan informasi wisata, serta tumbuhnya peluang ekonomi kreatif berbasis potensi unggulan desa. Pada akhirnya, Desa Banyuanyar diharapkan semakin dikenal sebagai Desa Kampus Kopi yang tidak hanya unggul dalam potensi kopi dan wisata edukasi, tetapi juga adaptif, inovatif, dan mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperkuat identitas serta daya saing desa di tingkat regional maupun nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Barthes R. *Image, Music, Text*. London: Fontana Press; 1977.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Karanganyar. 2020. *Kecamatan Karangpandan dalam Angka.* Karanganyar: BPS Kabupaten Karanganyar; 2020

Creswell JW. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications; 2014.

De Valck, Marijke., Kredell, Brendan., Loist, Skadi. *Film Festivals:*

History, Theory, Method, Practice. New York: Routledge; 2016

Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Kementerian Pemdidikan dan Kebudayaan.*Buku Panduan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka*. Jakarta: Kemdikbud RI; 2020

Drs. Salim, M.Pd., Drs. Syahrum, M.Pd. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media

Garrett JJ. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. 2nd ed. Berkeley: New Riders; 2011

Hall S. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices. London: Sage Publications; 1997.

Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: NYU Press; 2006.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ; 2014.

Manovich L. *The Language of New Media.* Cambridge: MIT Press; 2001.

M F. Hutabarat. *Rencana Pengembangan Perfilman Indonesia 20152019*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia; 2015.

Mustamil Khoiron, Ahmad., Kusumastuti, Adhi. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Semarang: Lembaga Pendidikan Soekarno Pressindo

Murray JH. Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace. New York: Free Press; 1997.

Norman DA. The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition. New York: Basic Books; 2013.