

Optimalisasi Brosur Eduwisata Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Revitalisasi Branding Destinasi Desa Samirono

Ghulam Halim Mahmud¹, Amelia Putri Agustina², Nur Azmi Khasanah³, Fenny Elisa Chadam⁴, Saifudin⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Salatiga

ghulamhalim6@gmail.com

Article Info:

Article history:

Received Date: 23/08/2025

Accepted Date: 10/09/2025

Published Date: 25/09/2025

Keywords:

Edu-tourism
Brochure,
Visual
Communication,
Destination
Branding,
Waste
Management

ABSTRACT

This research explores the optimization of brochures as a visual communication medium to revitalize the branding of Samirono Village as an environmentally-based edu-tourism destination. Samirono Village, located in Getasan District, Semarang Regency, holds significant potential in edu-tourism focused on waste management and the transformation of animal waste into creative products. However, the identity of this edu-tourism initiative has not been fully developed due to the lack of visual media-based promotional strategies, including the absence of brochures that effectively convey the village's educational values.

Through an educational-participatory approach involving the local community and village administrators, this initiative aims to design brochures that are both informative and aesthetically appealing. The implementation stages include field studies, digital design seminars, brochure design, and finalization. As a result, a new brochure was successfully created with a more professional design, comprehensive information structure, and visuals aligned with the village's character as an "Energy Independent Village." This updated edition of the brochure serves not only as a promotional tool but also integrates aspects of branding, education, and the local creative economy.

This is a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

Corresponding Author:

Ghulam Halim Mahmud
Universitas Islam Negeri Salatiga
ghulamhalim6@gmail.com

PENDAHULUAN

Pariwisata tidak hanya menjadi sektor strategis dalam pembangunan ekonomi, tetapi juga berperan sebagai media transformasi sosial dan edukasi. Dalam konteks ini, konsep eduwisata yaitu pariwisata berbasis pendidikan dan pembelajaran menjadi bentuk pariwisata yang kian diminati oleh masyarakat. Eduwisata memberikan nilai tambah berupa transfer pengetahuan kepada pengunjung sekaligus menjadi peluang pemberdayaan ekonomi bagi masyarakat lokal. Salah satu bentuk eduwisata yang potensial adalah wisata berbasis pengelolaan lingkungan, seperti pengolahan sampah dan limbah menjadi produk yang bermanfaat. Konsep ini sangat relevan dengan kebutuhan pembangunan berkelanjutan dan kesadaran akan lingkungan yang meningkat di era modern.

Desa Samirono, Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, adalah salah satu wilayah yang tengah mengembangkan eduwisata berbasis lingkungan, terutama melalui kerajinan dari sampah dan limbah kotoran hewan. Produk-produk kreatif seperti pupuk kompos, biogas, kerajinan plastik daur ulang, dan barang-barang edukatif hasil inovasi masyarakat menjadi potensi besar untuk dikembangkan sebagai daya tarik wisata edukatif. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dikenal luas karena minimnya strategi promosi yang berbasis media komunikasi visual. Masih belum tersedia brosur yang mendeskripsikan dengan baik nilai-nilai edukatif dan keunikan desa tersebut, sehingga identitas eduwisata Samirono belum terbentuk secara optimal di benak calon pengunjung. Upaya promosi dengan brosur sebagai media cetak edukatif dan informatif telah terbukti efektif di berbagai daerah lain untuk memperkenalkan destinasi berbasis nilai lokal. Hal ini terbukti dalam pengembangan brosur multibahasa untuk Air Terjun Tibumana yang mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara signifikan (Wardani et al., 2023).

Sejumlah kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya telah menunjukkan bahwa komunikasi visual dalam bentuk brosur dapat memperkuat strategi branding destinasi wisata, terutama untuk kawasan pedesaan dan wisata tematik seperti agro-eduwisata dan ekowisata. Misalnya, pada studi pengembangan agro-eduwisata di Desa Dataran Kempas, perancangan identitas visual seperti logo, merchandise, hingga konten digital menjadi kunci dalam memperkenalkan potensi lokal secara sistematis dan menarik (Khaira et al., 2022). Sementara itu, brosur yang dirancang dengan pendekatan SWOT pada ekowisata Mangrove Medokan Ayu terbukti mampu meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap fungsi wisata tersebut dan memperluas jangkauan promosi (Setiyoko & Suminto, 2024). Sayangnya, hingga kini masih terbatasnya riset dan praktik pengabdian masyarakat yang secara spesifik menyoroti peran brosur eduwisata dalam konteks kerajinan limbah sebagai daya tarik. Di sinilah letak research gap yang berusaha dijawab melalui kegiatan ini: bagaimana merancang dan mengimplementasikan brosur sebagai media komunikasi visual yang efektif, partisipatif, dan sesuai dengan karakter lokal desa eduwisata.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk menjawab dua tantangan utama: pertama, bagaimana menyusun media komunikasi visual berupa brosur yang mampu menyampaikan pesan edukatif sekaligus memikat secara estetika; dan kedua, bagaimana memberdayakan masyarakat desa dalam proses perancangan tersebut agar produk promosi yang dihasilkan sesuai dengan identitas lokal. Brosur dianggap sebagai salah satu alat komunikasi paling sederhana namun efektif, karena mampu menyampaikan informasi dengan padat, menarik, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan (Sultani & Chrisdina, 2022).

Tidak hanya itu, penelitian lain menunjukkan bahwa brosur yang memiliki desain komunikatif dapat memperkuat citra destinasi dan membentuk memorable image yang membedakan satu desa wisata dari yang lain (Ramadeni & Soewardikoen, 2017). Kegiatan ini juga membawa kebaruan (novelty) karena tidak hanya memproduksi media promosi, tetapi juga menciptakan proses edukasi visual berbasis komunitas yang belum banyak dilakukan pada konteks eduwisata pengelolaan limbah. Selain itu, kegiatan ini sejalan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDG 4 (Pendidikan Berkualitas) dan SDG 12 (Konsumsi dan Produksi Berkelanjutan), di mana edukasi lingkungan dan pengelolaan limbah menjadi isu strategis global saat ini.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif dan kolaboratif, yang secara aktif melibatkan perangkat Desa Samirono dan pengelola Desa Wisata Samirono sebagai mitra utama dalam seluruh proses kegiatan. Pendekatan ini dipilih berdasarkan kebutuhan untuk menjawab research gap yang telah diuraikan dalam pendahuluan, yakni masih minimnya praktik pengabdian yang mengedepankan partisipasi masyarakat dalam perancangan media komunikasi visual, khususnya pada konteks eduwisata limbah dan energi alternatif di kawasan pedesaan.

Desa Samirono sendiri merupakan salah satu dari 300 besar Desa Wisata Terbaik Nasional tahun 2024, serta peraih penghargaan Desa Mandiri Energi (Kategori Berkembang) dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah tahun 2023 (Indonesia, 2024). Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan tidak hanya untuk menghasilkan media promosi berupa brosur, tetapi juga mendorong proses pemberdayaan masyarakat dalam memahami, merancang, dan mengelola identitas visual desa secara mandiri dan berkelanjutan.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan dilakukan secara sistematis dalam empat fase utama:

1. Studi Lapangan dan Koordinasi Awal

Tahapan awal dimulai dengan kunjungan langsung ke lokasi eduwisata Desa Samirono dan diskusi langsung bersama perangkat desa serta pengelola desa wisata, guna menggali informasi mengenai potensi, ciri khas, jenis wisata edukatif yang ditawarkan serta arah pengembangan desa.

2. Seminar dan Edukasi Desain Digital

Setelah memperoleh informasi mendalam tentang Desa Wisata Samirono, tahapan yang selanjutnya yaitu penyelenggaraan seminar desain digital yang diikuti oleh masyarakat dan pengelola Desa Samirono. Tujuan seminar ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dasar tentang prinsip-prinsip desain komunikasi visual dalam konteks promosi potensi wisata lokal.

3. Perancangan, Pengumpulan Materi, dan Desain Brosur

Pada tahap ini mencakup proses pengumpulan data lebih lanjut dan pengembangan materi desain brosur berdasarkan hasil seminar dan observasi lapangan. Informasi yang dikumpulkan berupa program eduwisata, fasilitas yang ada sampai logo dari Desa Wisata Samirono. Perancangan desain brosur berpatokan dengan informasi yang sudah didapatkan, sehingga perancangan brosur difokuskan pada aspek komunikasi visual yang informatif dan merepresentasikan Desa Wisata Samirono.

4. Finalisasi, Evaluasi, dan Penyerahan Brosur

Tahap akhir adalah finalisasi desain dan penyusunan versi cetak dan digital brosur. Selain menyampaikan informasi terkait program-program yang ada, brosur edisi pembaruan juga mengintegrasikan aspek branding, edukasi

dan ekonomi kreatif lokal secara menyeluruh serta adanya visualisasi yang selaras, sehingga brosur ini diharapkan lebih menarik sebagai media promosi Desa Wisata Samirono.

Metode kolaboratif-edukatif ini tidak hanya bertujuan menghasilkan media promosi yang menarik, tetapi juga menjadi strategi pemberdayaan masyarakat berbasis komunikasi visual. Dengan melibatkan warga sebagai subjek aktif dalam proses perancangan, kegiatan ini mampu memperkuat identitas desa, meningkatkan daya tarik wisata, dan mendorong keberlanjutan branding Desa Samirono sebagai Desa Wisata Edukasi Berbasis Energi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan optimalisasi brosur eduwisata bertujuan untuk memberikan edukasi dan pendampingan kepada masyarakat Desa Samirono secara umum mengenai brosur eduwisata agar brosur yang dihasilkan dapat mencerminkan karakteristik Desa Wisata Samirono yang lebih representatif dan komunikatif sehingga dapat dimaksimalkan sebagai media promosi.

Hasil dari penelitian mencakup beberapa tahapan. Pada tahap pertama dilakukan kunjungan langsung ke lokasi eduwisata Desa Samirono dan diskusi bersama perangkat desa dan pengelola desa wisata guna menggali informasi mendalam mengenai potensi, ciri khas, fasilitas yang disediakan, jenis wisata edukatif yang ditawarkan (seperti pembuatan pupuk kompos, pengolahan biogas, dan kerajinan berbahan limbah plastik) hingga arah pengembangan desa. Koordinasi ini dilakukan pada tanggal 21 Mei 2025 di Balai Desa Samirono, yang dihadiri oleh perwakilan KKN KSEI UIN Salatiga dan perangkat Desa. Dalam proses ini juga dilakukan kajian terhadap brosur versi lama, yang dinilai masih terbatas dalam menampilkan nilai-nilai keunggulan desa, terutama tematik “Desa Mandiri Energi”, serta struktur informasi yang belum terstandar. Hasil dari diskusi dan observasi yang telah dilakukan, digunakan sebagai landasan awal dalam melakukan restrukturisasi narasi dan konten visual brosur agar lebih representatif terhadap karakter utama desa. Data pendukung dikumpulkan dalam bentuk foto, video, serta catatan lapangan untuk memperkuat desain visual yang sesuai dengan konteks dan potensi lokal.

Langkah selanjutnya adalah penyelenggaraan seminar dan edukasi desain digital yang diadakan pada tanggal 19 April 2025 dan diikuti oleh masyarakat umum serta pengelola Desa Samirono. Seminar ini bertujuan sebagai media edukatif bagi masyarakat dalam meningkatkan pemahaman dasar tentang prinsip-prinsip desain komunikasi visual dalam konteks promosi potensi wisata lokal. Materi yang disampaikan mencakup prinsip dasar desain grafis, pemilihan warna dan tipografi, struktur layout brosur, serta praktik langsung menggunakan perangkat lunak desain seperti canva. Kegiatan seminar ini didesain agar dapat diakses oleh peserta dari latar belakang non-desain, dan menjadi bagian dari strategi capacity building, yaitu membangun kemampuan teknis masyarakat agar lebih percaya diri dan mandiri dalam mengelola identitas visual desa.

Setelah diselenggarakan seminar dan edukasi desain digital, maka dilakukan proses perancangan, pengumpulan materi dan desain brosur. Tahapan ini mencakup proses pengumpulan data lebih lanjut dan pengembangan materi desain brosur berdasarkan dari hasil seminar dan observasi lapangan yang telah dilakukan. Informasi yang dikumpulkan berupa narasi program eduwisata, fasilitas yang tersedia, makanan dan minuman khas desa, serta elemen visual pendukung seperti logo Desa Wisata Samirono dan logo SDGs. Pengumpulan materi ini dilakukan secara partisipatif guna memastikan brosur yang akan disusun mencerminkan keterlibatan aktif masyarakat dan nilai-nilai lokal. Perancangan brosur difokuskan pada aspek komunikasi visual yang komunikatif dan edukatif, yang menonjolkan kekuatan identitas desa dan nilai-nilai lingkungan, kreativitas, serta pembelajaran berbasis pengalaman. Brosur versi pembaruan dirancang dengan tata letak yang rapi, kombinasi warna yang harmonis, serta hierarki informasi yang jelas sesuai klasifikasi usia pengunjung (TK, SD, SMP, SMA, dan Umum), dilengkapi dengan pricelist dan ikon edukasi. Desain ini memiliki perbedaan signifikan dibandingkan dengan versi sebelumnya, terutama dalam hal struktur informasi yang lebih komprehensif, gaya visual yang lebih profesional, dan kemampuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Tahapan terakhir adalah finalisasi, evaluasi dan penyerahan brosur kepada perangkat Desa Samirono dan pengelola desa wisata. Pada tahap ini dilakukan finalisasi desain dan penyusunan versi cetak dan digital brosur. Brosur edisi pembaruan tidak hanya menyampaikan informasi program, tetapi juga mengintegrasikan aspek branding, edukasi dan ekonomi kreatif lokal secara menyeluruh. Adanya visualisasi yang selaras, narasi tematik yang kuat, serta penyusunan paket wisata berdasarkan kategori menjadikan brosur ini layak digunakan sebagai media promosi resmi desa. Setelah proses pencetakan selesai, brosur diserahkan secara simbolis kepada perangkat Desa Samirono dan pengelola desa wisata pada 12 Juli 2025. Selain versi cetak, file desain resolusi tinggi juga diserahkan untuk digunakan dalam promosi digital. Evaluasi kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi partisipatif dan diskusi reflektif antara tim pelaksana dan mitra desa. Hasil evaluasi menunjukkan respons positif, terutama dari peserta seminar yang aktif mengikuti sesi praktik dan menunjukkan minat untuk mengembangkan media promosi lainnya di masa mendatang.

Selain hasil nyata berupa brosur eduwisata edisi pembaruan, kegiatan ini juga memberikan implikasi penting

bagi masyarakat Desa Samirono. Pertama, kegiatan ini meningkatkan kapasitas warga dalam memahami prinsip desain komunikasi visual sehingga mereka lebih mandiri dalam mengelola media promosi di masa mendatang. Kedua, brosur baru memperkuat citra Desa Samirono sebagai “Desa Mandiri Energi” dan memperluas akses promosi baik melalui media cetak maupun digital. Ketiga, tercipta ekosistem promosi yang partisipatif, di mana masyarakat, perangkat desa, dan pengelola wisata dapat terus berkolaborasi dalam pengembangan branding desa. Keempat, dari sisi akademis, kegiatan ini menghadirkan model pengabdian berbasis desain visual yang dapat direplikasi pada desa wisata lain dengan potensi serupa. Dengan demikian, implikasi kegiatan ini tidak hanya dirasakan secara lokal, tetapi juga berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya pendidikan berkualitas (SDG 4), pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (SDG 8), serta konsumsi dan produksi berkelanjutan (SDG 12).

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil mengoptimalkan brosur sebagai media komunikasi visual yang efektif untuk merevitalisasi branding Desa Samirono sebagai destinasi eduwisata. Dengan melibatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam proses perancangan, kegiatan ini berhasil menghasilkan brosur yang lebih representatif, komunikatif, dan selaras dengan identitas desa. Pendekatan edukatif-partisipatif yang diterapkan tidak hanya menghasilkan media promosi yang menarik, tetapi juga memberdayakan masyarakat untuk memahami dan mengelola identitas visual desa secara mandiri dan berkelanjutan.

Hasilnya menunjukkan bahwa brosur versi pembaruan ini memiliki kualitas yang signifikan lebih baik dari versi lama, terutama dalam hal struktur informasi yang komprehensif, gaya visual yang profesional, dan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Brosur baru ini mengintegrasikan aspek branding, edukasi, dan ekonomi kreatif lokal secara menyeluruh, serta menyajikan visualisasi yang selaras dengan narasi tematik desa. Dengan demikian, brosur yang dirancang dengan pendekatan kolaboratif ini tidak hanya menjadi alat promosi yang layak, tetapi juga menjadi strategi pemberdayaan masyarakat yang efektif dan berkelanjutan dalam konteks pengembangan eduwisata berbasis lingkungan.

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi kegiatan optimalisasi brosur eduwisata di Desa Samirono, saran bagi peneliti atau pelaksana program yang melakukan penelitian dengan program yang sama, sebaiknya mengembangkan media promosi yang terintegrasi dengan teknologi digital agar informasi dapat diakses lebih luas, interaktif, dan diperbarui secara cepat; menerapkan pola keterlibatan masyarakat yang berkesinambungan supaya warga mampu mengelola dan memperbarui konten maupun desain secara mandiri; memperluas jaringan kolaborasi dengan pemerintah daerah, pelaku industri kreatif, akademisi, dan komunitas wisata agar bervariasi isinya sekaligus memperluas distribusi; menghadirkan konten edukatif multibahasa agar lebih inklusif bagi wisatawan dari berbagai latar belakang; serta melakukan evaluasi berkala untuk menilai efektivitas promosi baik dari peningkatan jumlah kunjungan maupun pemahaman wisatawan terhadap nilai-nilai lokal, sehingga strategi yang diterapkan selalu relevan, adaptif, dan mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan.

REFERENSI

- Indonesia, K. P. R. (2024). Desa Wisata Samirono 300 Besar ADWI 2024. <https://jadesta.kemenpar.go.id/desa/samirono>
- Khaira, U., Weni, I., Saputra, E., Abidin, Z., & Noverina, Y. (2022). PENERAPAN VISUAL BRANDING AGRO-EDU WISATA DESA DATARAN KEMPAS SEBAGAI STRATEGI PENGUATAN PROMOSI PARIWISATA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 46–54. <https://www.agrowisata->
- Ramadeni, S., & Soewardikoen, W. D. (2017). IDENTITAS VISUAL DAN MEDIA PROMOSI WISATA EDUKASI JENDELA ALAM. *Demandia*, 7(1), 113–128.
- Setiyoko, N., & Suminto, M. A. (2024). PERANCANGAN BROSUR SEBAGAI MEDIA PROMOSI EKOWISATA MANGROVE MEDOKAN AYU SURABAYA. *Jurnal TANRA*, 11(2), 119–128. <https://ojs.unm.ac.id/tanra/>
- Sultani, A., & Chrisdina. (2022). Komunikasi Desain Visual Melalui Materi Cetak Yang Efektif Bagi Wisatawan Dalam dan Luar Negeri Pada Museum Sains. *COMMUNICATIONS*, 4(2), 222–243. <https://doi.org/Communications4.2.7>
- Wardani, K. D. K. A., Resi, Y. E. N., Gorda, A. A. N. E. S., & Gorda, A. A. N. O. S. (2023). Inovasi Brosur Multibahasa Sebagai Sarana Edukasi Wisata Air Terjun Tibumana. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 1288–1296. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v5i3.7944>