



Buku Katalog *Augmented Reality* Sebagai Strategi Visual Branding Desa Wisata Lirikan Demping Kampung Tinthir

**Alfin Ade Putra*, Handriyotopo, Bagong Pujiono, Catur Nugroho,
Triana Dewi Kusumasari, Daru Almas Daffa, Sartika**
Institut Seni Indonesia Surakarta, Indonesia
*alfinputra76@gmail.com

Abstract

This study aims to design an Augmented Reality (AR)-based catalog as a visual branding strategy for Dukuh Demping Tourism Village, Karanganyar. Despite its strong potential in ritual-based cultural tourism, Dukuh Demping has not yet been optimally developed due to the lack of integrated promotional media. In the post-pandemic context, there is a growing need for interactive and accessible digital-based promotion. This research adopts a practice-based research approach within visual communication design. Data were collected through participatory observation and in-depth interviews with key stakeholders, including the local tourism awareness group (Pokdarwis) and community members. The design process follows the Alberta Teachers reflective cycle (planning, action, observing, reflecting) and is integrated with visual branding principles by Marty Neumeier. The result of this study is an AR catalog titled Lirikan Demping, which integrates printed media with interactive digital content accessible via Instagram without requiring additional applications. The catalog features 3D visualizations, bilingual layout, and QR-based access to cultural performances, creating an experiential branding approach that enhances user engagement. Additionally, Grono Ireng videos also produced and posted in official YouTube channel of Tinthir Pokdarwis as branding strategy that carries virtual tourism messages. In conclusion, the integration of physical and digital media offers an effective and accessible visual branding strategy for tourism villages. However, the sustainability of AR technology remains a limitation, particularly due to dependency on third-party platforms. Future development should consider more sustainable alternatives such as WebAR.

Keywords: AR Catalog Book; Lirikan Demping; Virtual Tour; Action Research; Visual Branding

Abstrak

Penelitian ini bertujuan merancang katalog berbasis *Augmented Reality* (AR) sebagai strategi visual branding Desa Wisata Dukuh Demping, Karanganyar. Meskipun memiliki potensi kuat dalam wisata budaya berbasis ritual, pengembangannya belum optimal akibat keterbatasan media promosi yang terintegrasi. Pada konteks pasca pandemi, kebutuhan akan media promosi yang interaktif dan mudah diakses menjadi semakin penting. Penelitian ini menggunakan pendekatan *practice-based research* dalam bidang desain komunikasi visual. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif dan wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan, termasuk Pokdarwis dan komunitas lokal. Proses perancangan mengacu pada siklus reflektif Alberta Teachers (*planning, action, observing, reflecting*) yang diintegrasikan dengan prinsip visual branding Marty Neumeier. Hasil penelitian berupa katalog AR Lirikan Demping yang menggabungkan media cetak dengan konten digital interaktif berbasis Instagram tanpa memerlukan instalasi aplikasi tambahan. Katalog ini memuat visualisasi 3D, layout bilingual, serta akses QR ke konten budaya, sehingga membangun pendekatan

experiential branding yang meningkatkan keterlibatan pengguna. Selain itu, dibuat juga konten video Grono Ireng yang dipublikasikan melalui akun YouTube resmi Tinthir Pokdarwis sebagai strategi yang menampilkan konsep *virtual tourism*. Kesimpulannya, integrasi media fisik dan digital merupakan strategi visual branding yang efektif dan adaptif bagi desa wisata. Namun, keberlanjutan teknologi AR masih menjadi keterbatasan, sehingga diperlukan pengembangan alternatif yang lebih berkelanjutan seperti WebAR.

Kata Kunci: Buku Katalog AR; Lirikan Demping; Wisata Virtual; Action Research; Branding Visual

Pendahuluan

Dukuh Demping merupakan salah satu wilayah Desa Anggrasmanis, Kabupaten Karanganyar, yang berada di Lereng Gunung Lawu dan memiliki kekayaan budaya Jawa Kuna yang kuat. Keberadaan situs religius bersejarah seperti Pura Buana Agung Mahendra Jati, Asrama Dharma Jari, telaga Sendang Ananta Bhoga, Sendang Batu Belah dan, Sendang Banyu Kuwung menunjukkan potensi kawasan ini sebagai destinasi wisata berbasis ritual budaya. Selain itu, Dukuh Demping juga dekat dengan situs purbakala Candi Sukuh dan Candi Cetho, yang mana memperkuat identitas kawasan ini sebagai ruang wisata ritual budaya Shiwa-Buddha. Sektor pariwisata di Indonesia tidak hanya menarik perhatian wisatawan nusantara saja tetapi juga wisatawan mancanegara pun tidak sedikit yang tertarik pada pariwisata Indonesia (Pratama & Kurnia, 2018).

Meskipun memiliki potensi yang signifikan, Dukuh Demping hingga saat ini masih berada pada tahap rintisan desa wisata mandiri yang dikelola secara swadaya oleh masyarakat. Kondisi ini menyebabkan belum optimalnya pengemasan potensi budaya menjadi produk wisata yang terintegrasi, khususnya dalam aspek komunikasi dan *branding*. Padahal, pada era pasca pandemi COVID-19, transformasi digital menjadi faktor penting dalam menarik minat wisatawan yang semakin terbiasa dengan pengalaman berbasis media interaktif. Strategi *branding* merupakan usaha untuk memperkenalkan produk, layanan, atau organisasi ke masyarakat luas melalui pemberian identitas yang unik dan tidak tergantikan (Marty Neumeier, 2005). Strategi *visual branding* dilaporkan efektif dalam mendukung sebuah objek untuk mampu memiliki kekhasan dan identitas (Marwanto et al. 2021). Marty Neumeier menekankan bahwa dalam strategi *visual branding* tahapan diferensiasi, kolaborasi, inovasi, validasi, dan kultivasi sangat penting dalam membangun identitas yang kuat di benak audiens (*top of mind*).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media digital seperti *motion graphic*, animasi, dan *augmented reality* (AR) efektif dalam membuat visual branding sehingga mendukung pelestarian budaya dan promosi pariwisata melalui berbagai media sosial (Handriyotopo, 2020). AR merupakan suatu teknik untuk menggabungkan objek dari dunia maya ke dunia nyata dengan kamera *smartphone* android diperlukan untuk menangkap gambar *marker* (Widayaningsih & Handriyotopo, 2021). AR memiliki potensi yang besar baik sebagai sarana edukasi maupun entertainment bahkan branding suatu produk atau layanan jasa seperti desa wisata (Widayaningsih & Handriyotopo, 2021). Dalam penelitiannya, Nur Hanifati dan Handriyotopo (2018) menggunakan AR dalam pembuatan video revitalisasi Taman Sriwedari Surakarta. Handriyotopo dan Geraldi W. (2019) melaporkan bahwa desain *motion graphic* Reog Ponorogo dapat menjadi media yang tepat untuk memberikan informasi dan mengenalkan budaya seni Reog kepada masyarakat khususnya remaja milenial. Bagong Pujiono et al. (2019) memanfaatkan teknologi animasi tiga dimensi

(3D) untuk mendorong pendidikan karakter dan pelestarian budaya. Penelitian sebelumnya juga melaporkan bahwa pembuatan iklan layanan masyarakat dapat menjadi alternatif media pelestarian budaya yang sekaligus dapat meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap budaya lokal [Indriana K. dan Handriyotopo (2019)]. Meski begitu, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada media unggul, seperti video atau aplikasi berbasis platform tertentu, sehingga aksesibilitasnya terbatas. Selain itu, pendekatan yang digunakan cenderung menempatkan teknologi sebagai media informasi, bukan sebagai bagian dari strategi *branding* yang terintegrasi. Menariknya, Lumanauw menegaskan bahwa dengan beragam kemajuan teknologi yang ada, katalog wisata tetap efektif sebagai media informasi terstruktur yang mendukung promosi destinasi di tingkat lokal (Lumanauw, 2024).

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini menawarkan pendekatan berbeda melalui integrasi buku katalog fisik dengan teknologi AR berbasis media sosial, khususnya Instagram. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas tanpa memerlukan instalasi aplikasi tambahan, tetapi juga menghadirkan pengalaman interaktif yang memperkuat *experiential branding*. Dengan demikian, katalog AR berfungsi tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga sebagai artefak *visual branding* yang mampu membangun persepsi dan keterikatan emosional terhadap destinasi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang buku katalog *Augmented Reality* sebagai strategi visual branding desa wisata Dukuh Demping melalui *branding*: Lirik Demping, Kampung Tinthir Majapahit Nusantara. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi media fisik dan digital berbasis media sosial dalam satu ekosistem branding yang adaptif, partisipatif, dan mudah direplikasi pada pengembangan desa wisata lainnya.

Metode

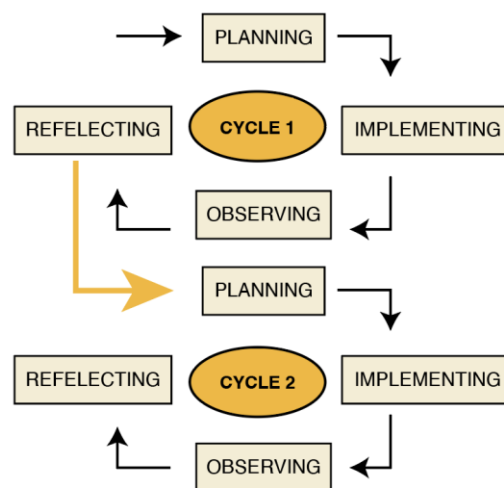
Penelitian ini mengadopsi pendekatan *practice-based research* dalam ranah desain komunikasi visual, yang menempatkan proses penciptaan karya sebagai bagian utama dari produksi pengetahuan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya bertujuan untuk memahami fenomena, tetapi juga menghasilkan luaran desain berupa katalog AR sebagai strategi *visual branding*. Pengumpulan data dilakukan secara kualitatif melalui observasi partisipatif di Dukuh Demping serta wawancara mendalam dengan informan kunci. Ketua dari *Tinthir Institute* dipilih sebagai informan secara purposif, yaitu pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan desa wisata. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi visual aktivitas wisata, arsip kegiatan program Pokdarwis, serta materi promosi yang telah ada sebelumnya. Analisis data dilakukan secara tematik dengan mengidentifikasi pola-pola utama terkait potensi budaya, kebutuhan promosi, dan karakter visual yang representatif bagi Kampung Tinthir. Pada proses pembuatan katalog, integrasi antara siklus reflektif Alberta Teachers dan tahapan visual branding Marty Neumeier dilakukan dengan memposisikan Alberta Teachers sebagai kerangka proses penciptaan, sementara konsep Neumeier menjadi landasan strategis dalam setiap tahap tersebut. Dengan demikian, setiap fase *planning*, *action*, *observing*, dan *reflecting* tidak hanya berorientasi pada produksi desain, tetapi juga diarahkan untuk membangun diferensiasi, inovasi, dan validasi identitas brand secara berkelanjutan. Integrasi ini menunjukkan bahwa proses desain tidak hanya bersifat prosedural, tetapi juga strategis dalam membangun makna dan persepsi destinasi.

Hasil dan Pembahasan

1. Siklus Alberta Teachers

Hasil desain siklus proses perancangan yang mengacu pada siklus reflektif Alberta Teachers Association ditunjukkan pada Gambar 1. Pada tahap perencanaan, dilakukan identifikasi konten utama dan perumusan konsep *visual branding* dengan

mengintegrasikan prinsip diferensiasi dan inovasi dari Marty Neumeier. Konten utama yang dipilih diantaranya: Tugu Tinthir, visi-misi Kampung Tinthir, profil Dukuh Demping sebagai wisata spiritual Jawa kuno, kirab Festival Tinthir, Ngenger spiritual, Wayang Beber Ruwatan Sudamala & Buto Grana Ireng [QR YouTube], dan Candi Suku. Tahap pelaksanaan diwujudkan melalui produksi aset visual, termasuk pembuatan model 3D *marker* (candi Tinthir dan Suku) menggunakan aplikasi Blender. Blender mendukung seluruh alur kerja 3D seperti pemodelan, rigging, animasi, simulasi, rendering, compositing, dan motion tracking, bahkan juga pengeditan video (Rahmat & Noviyanti, 2021). Selain itu dilakukan perancangan *layout* A5 katalog menggunakan aplikasi Adobe InDesign. InDesign adalah perangkat lunak populer yang telah mendorong kemajuan industri dengan berbagai dukungan dan fitur yang dibutuhkan dalam penerbitan desktop (Suroto et al. 2023). Adobe InDesign digunakan karena sangat mudah dalam menggabungkan elemen-elemen desain, seperti teks, gambar, dan grafik, serta mengatur tata letak dengan presisi yang tinggi sesuai dengan kebutuhan buku katalog Demping. Tahap observasi dikombinasikan dengan tahap validasi dan kultivasi dari Marty Neumeier. Tahap ini dilakukan melalui uji coba QR scan (link pementasan) dan pemberian *feedback* dari para ahli serta *stakeholder*. Tahap refleksi digunakan untuk memperbaiki hasil desain berdasarkan *feedback* yang didapatkan. Total waktu untuk satu siklus penelitian adalah dua bulan, siklus ini dilakukan dua kali untuk menjamin validitas hasil karya yang dihasilkan.



Gambar 1. The Alberta Teacher's Association (2000)

Proses Desain 3D Blender pada objek Tugu Tinthir dilakukan melalui beberapa tahapan, diantaranya: menyiapkan material berupa tekstur dan aset yang akan digunakan dalam objek 3D, merancang objek 3D Tugu Demping Kampung Tinthir sesuai dengan bentuk aslinya, mengaplikasikan tekstur pada objek 3D, dan rendering hasil akhir objek 3D. Proses Perancangan Filter AR Tugu Demping dilakukan dengan memasukkan objek 3D yang telah didesain ke panel adegan, panel aset, atau area pandang. Setelah menambahkan Objek 3D, obyek tersebut akan terdaftar di panel pemandangan dan panel aset. Selanjutnya, dilakukan penyesuaian posisi, skala dan rotasi menggunakan *manipulator* atau *Inspector*.

Agar objek 3D muncul saat kamera mendeteksi permukaan nyata seperti meja, objek tersebut harus berupa anak *Plane Tracker*. Selain itu, perlu melakukan aktifisasi di inspektur *Plane Tracker* untuk memastikan ukuran objek untuk dunia nyata. Selanjutnya, fitur animasi bisa ditambahkan dengan membuka *Patch Editor* (klik lingkaran di sebelah animasi) untuk membuat patch animasi. Rangkaian 3 patch yang dibuat diantaranya: (1) *Target Finder* akan menemukan gambar *Plane Tracker* saat kamera diarahkan pada

plane/permukaan, (2) *Target Select* akan menghasilkan sinyal *boolean* ketika target terdeteksi oleh *Target Finder*, dan (3) *Fixed Target Tracker* bisa menghasilkan posisi, skala, dan rotasi target di ruang 3D, dan apakah target sudah ditemukan. Setelah semua disain 3D selesai, dilakukan *publish* pada *Meta Spark AR*. Publikasi filter dilakukan dengan mengisi semua keterangan dalam filter, seperti nama, foto filter, dan video demo filter. Proses ACC paling lama memakan waktu 7x24 jam. Jika filter sudah diterima akan diarahkan pada akun Instagram kita, pada profil terdapat ikon filter, dan filter yang telah kita buat akan muncul. Link filter dicantumkan pada katalog dalam bentuk *barcode* untuk memudahkan pemunculan filter. Hasil dari perancangan 3D tugu tersebut kemudian dimasukkan ke sebuah *software* untuk bisa menjadi AR melalui Instagram Kampung Tinthir (Tinthir Institute).

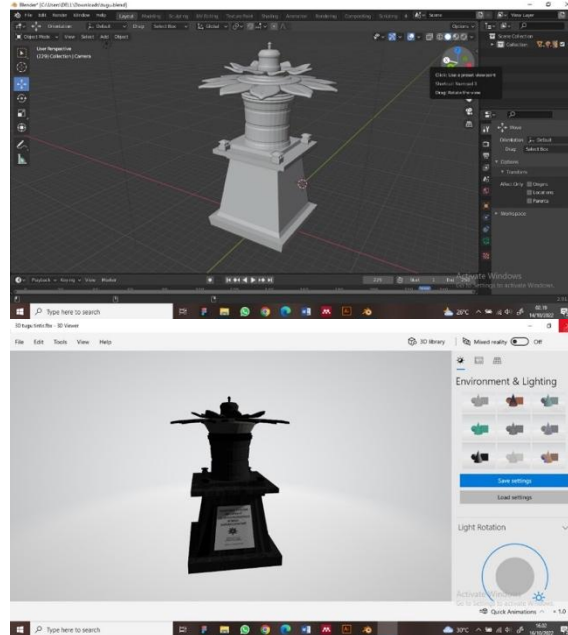
Perancangan katalog AR Lirikan Demping menghasilkan sebuah media hibrid yang mengintegrasikan buku fisik dengan teknologi digital berbasis AR. Katalog ini dirancang tidak hanya sebagai media informasi, tetapi sebagai instrumen visual branding yang mampu merepresentasikan identitas Kampung Tinthir sebagai secara utuh melalui pengalaman visual dan interaktif. Penelitian sebelumnya melaporkan bahwa dalam membangun citra kota atau wilayah, terdapat identitas yang dapat mewakili keseluruhan potensi secara garis besar guna membangun citra positif dibenak masyarakat (Hasanah & Prihosadoso, 2020). Dalam katalog ini, identitas Kampung Tinthir divisualisasikan sebagai desa wisata yang berbasis budaya dan agama yang bersifat religius.

Langkah-langkah strategis dalam penciptaan buku katalog dilakukan dengan berlandaskan pada pandangan Alberter Teacher, diantaranya; (a) Tahap perencanaan untuk membuat teatrikal dekontruksi kisah Sudamala dalam format videografi *streaming* atau *tapping* dengan bantuan kameramen berkompeten; (b) Diskusi dengan pihak pelaku seni atau pokdarwis terkait konten seni budaya religi yang bisa dipromosikan melalui katalog dengan aktivitas selama ini di kampung Tinthir desa Demping; (c) Penulisan isi/konten naskah katalog AR Lirikan Demping; (d) Merancang *cover* desain dan *layout* buku katalog AR, berbasis filter Instagram. Instagram dipilih sebagai platform karena kemudahan dan jangkauan penggunaanya yang luas, mencakup masyarakat di seluruh dunia (Farhatin & Pratiwi, 2021).



Gambar 2. Tugu Penanda Kampung Tinthir Desa Demping
(Sumber Handriyotopo)

Pengembangan elemen visual dimulai dari perancangan aset 3D yang merepresentasikan identitas lokal, yaitu Tugu Tinthir (Gambar 2) dan Candi Suku. Representasi visual 3D objek tersebut ditunjukkan pada Gambar 3 dan Gambar 4. Pemilihan objek ini didasarkan pada nilai simbolik sebagai penanda ruang dan identitas budaya. Dalam konteks *branding*, visualisasi 3D ini berfungsi sebagai visual *anchor* yang memperkuat diferensiasi destinasi.

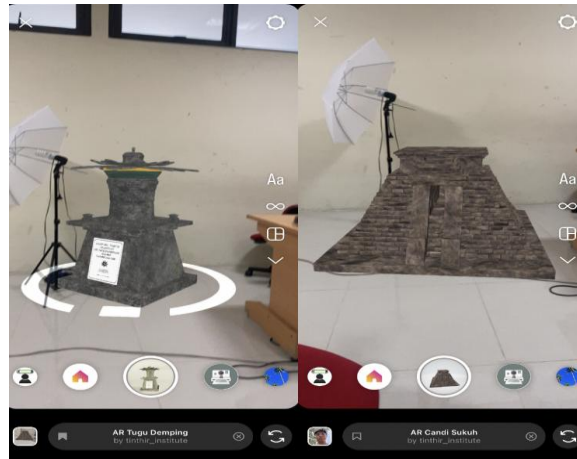


Gambar 3. Perancangan 3D Tugu Tinthir dengan Aplikasi Blender dan Pemberian Tekstur (Sumber Sartika)



Gambar 4. Preview asset 3D representasi dari Candi Suku (Sumber Daru Almas Daffa)

Implementasi teknologi AR memungkinkan objek visual tersebut ditampilkan secara interaktif melalui perangkat *smartphone*. Hasil integrasi ini ditunjukkan pada Gambar 5 dan Gambar 6, dimana pengguna dapat mengakses representasi digital tersebut melalui pemindaian QR *code*. Interaktivitas ini menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dibandingkan media cetak konvensional. Sehingga mendukung terbentuknya *experiential branding*.



Gambar 5. Preview Filter Instagram dari Asset 3D Tugu Tinthir dan Candi Suku (Sumber Alfin)



Gambar 6. Hasil Proses Scan QR Code Menuju AR Tugu Tinthir Sebagai Penanda Kampung Tinthir pada Halaman Cover Buku Katalog (Sumber Alfin Ade Putra & Daru Almas Daffa)

2. Proses Perancangan Buku Katalog

Dalam proses perancangan *cover* katalog, terdapat ilustrasi sebagai objek utama yang ditampilkan. Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual (Wang, 2022). Ilustrasi secara harfiah berarti gambar yang dipergunakan untuk menerangkan atau mengisi sesuatu (Felix, 2022). Dalam desain komunikasi visual, ilustrasi merupakan subjek tersendiri yang memiliki alur sejarah yang spesifik atas jenis kegiatan seni itu (Kusrianto, 2007). Perancangan cover dibuat semenarik mungkin dengan menentukan judul yang langsung *on point* terhadap isi dari katalog.



Gambar 7. Draft Awal Konsep Penyusunan Cover Buku Katalog Desa Tinthir (Sumber Triana Dewi Kusumasari)

Hal lain yang tidak kalah penting dalam penyusunan *cover* buku ialah tipografi untuk mendukung ilustrasi sebagai sampul utama. Tipografi sendiri berasal dari kata Yunani *tupos* (yang diguratkan) dan *graphoo* (tulisan). (Supriyono & Rakhmat, 2010) Tipografi sendiri mempunyai peranan penting bagi *cover* buku karena selain ketertarikan seseorang dalam melihat ilustrasi sebuah *cover*, huruf pun memiliki ketertarikan tersendiri dalam memberikan informasi dalam *cover* tersebut. Dengan memberikan bentuk dan warna yang mudah ditangkap oleh mata dan mudah diingat pembaca pada judul buku dan *tagline* informasi yang diberikan pada *cover* buku. *Cover* katalog ini berisi judul, penulis, ilustrasi Tugu Tinthir, dan ulasan pendek. Proses penyusunan *cover* juga dilakukan secara bertahap, dimulai dari draft konsep pertama seperti pada Gambar 7, dimulai dengan konsep kasar yaitu menampilkan judul dan objek utama yaitu ilustrasi Tugu Tinthir. Berdasarkan *feedback* dari ahli dan stakeholder, draft awal *cover* katalog memerlukan perbaikan terutama terkait warna. Gambar 8 menampilkan konsep desain yang lebih *iconic* dan *cover* yang memuat *headline* mengusung dari slogan buku katalog Lirikan Demping Kampung Tinthir Majapahit Nusantara.



Gambar 8. Update Draft Cover Buku Katalog Desa Demping
(Sumber Alfin Ade Putra & Daru Almas Daffa)

Berdasarkan draft yang ditampilkan pada Gambar 8, warna terpilih sebagai warna utama karena kuning memberikan arti kehangatan dan mengandung makna optimis, semangat, dan ceria (Mehta, 2024). Warna kuning ini sangat baik dalam penalaran secara logis dan analitis. Pemilihan warna kuning diharapkan akan membawa energi dan harapan bagi kampung Tinthir yang selaras akan filosofi warna kuning dalam prinsip desain. Desain final *cover* katalog ditunjukkan pada Gambar 9.



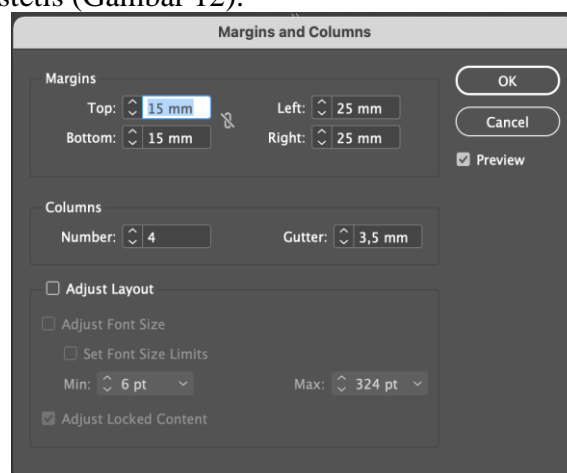
Gambar 9. Final Cover Buku Katalog Desa Tinthir
(Sumber Alfin Ade Putra)

Selanjutnya, aspek tata letak (*layout*) dan struktur informasi dirancang untuk mendukung keterbacaan dan kenyamanan visual. Menurut (Rustan, 2009). *layout* dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang dibawanya. *Layout* disini yaitu memasukkan teks dan data yang telah dikumpulkan dari tahap sebelumnya menjadi komposisi tampilan visual yang atraktif dan informatif. *Layout* yang baik dengan spasi yang cukup, margin seimbang, dan font yang jelas membuat pembaca betah dan menyerap isi buku dengan mudah, buku katalog yang efektif membutuhkan perancangan matang mulai dari penataan *layout*, elemen visual, warna estesis.

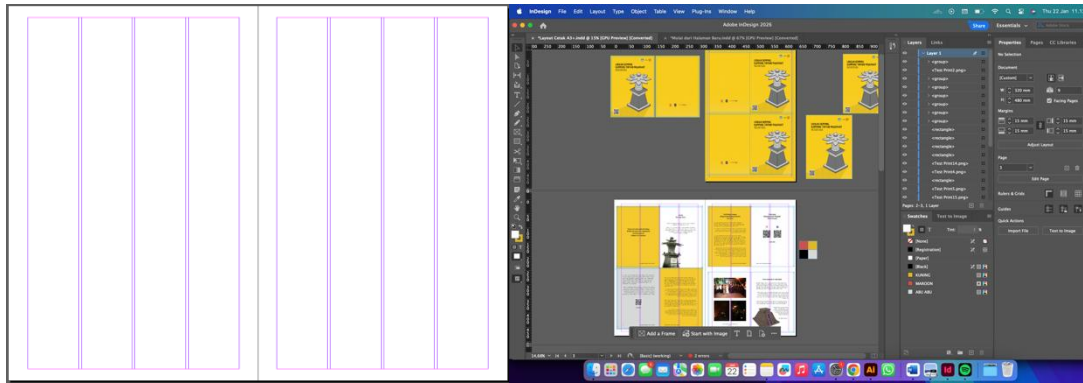


Gambar 10. Mockup Cover dari Buku Katalog Desa Demping (Sumber Alfin Ade Putra)

Keterbacaan adalah prinsip penting dalam penyusunan buku, begitu juga untuk buku katalog ini, di mana keterbacaan menjadi salah satu kunci yang menentukan berhasilnya suatu bacaan melalui pengaturan spasi dan ukuran huruf (Rustan, 2009). Buku katalog Demping disusun menggunakan ukuran *portrait* A5 (21 cm X 14,8 cm) seperti yang ditunjukkan pada Gambar 10. Margin 15 mm (atas/bawah) dan 25 mm (kiri/kanan) (Gambar 11) digunakan untuk menghasilkan ruang baca optimal, keseimbangan estesis, serta menghindari kesalahan *typo* melalui proses iteratif panjang yang menyesuaikan ukuran cetak. Hasil *layout* ini mendukung *branding* wisata Tinthir dengan konten terstruktur yang mudah diakses baik digital maupun cetak dengan tampilan yang seimbang dan estesis (Gambar 12).



Gambar 11. Setting Margins dan Coumns yang Digunakan untuk Artboard Katalog AR Desa Tinthir (Sumber Alfin Ade Putra)



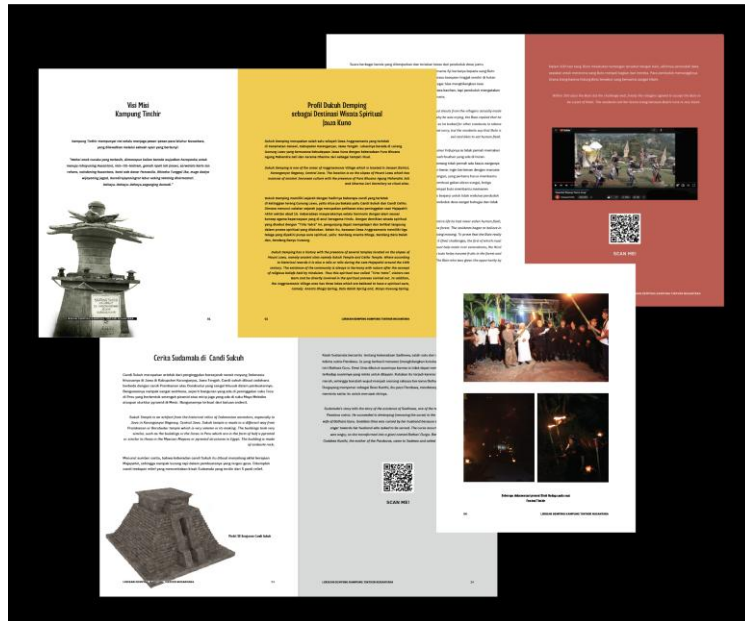
Gambar 12. *Margins* dan *Columns* pada Adobe Indesign
(Sumber Alfin Ade Putra)

Table 1. Struktur Konten Katalog AR Kampung Tinthir

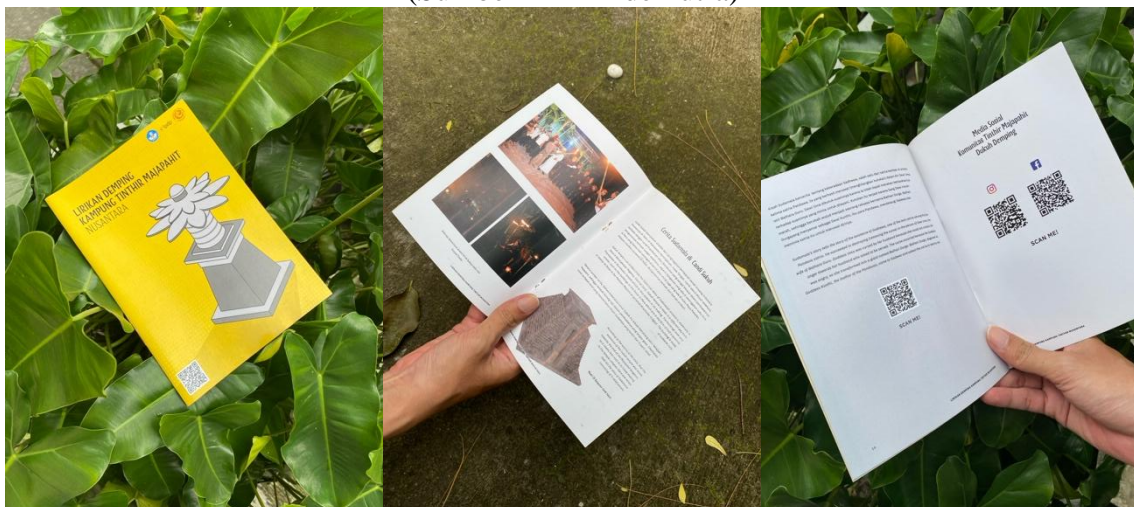
Halaman	Konten	Output
Cover	Tugu Tinthir	Ilustrasi Ikon Tinthir
Cover	Marker 3D Tugu Tinthir	AR
Halaman 1	Visi Misi Kampung Tinthir	Deskriptif
Halaman 2-4	Profil Dukuh Demping sebagai Destinasi Wisata Spiritual Jawa Kuno	Deskriptif
Halaman 5-7	Ngenger Kampung Tinthir dalam Konsep Spiritual jawa	Deskriptif
Halaman 8-9	Pementasan Wayang Beber “Ruwatan Sudamala”	Deskriptif & QR Youtube
Halaman 10-12	Kisah Buto Grana Ireng	Deskriptif & QR Youtube
Halaman 13-14	Cerita Sudamala di Candi Suku	Deskriptif & AR
Halaman 15	Media Sosial Komunitas Tinthir	QR
Halaman 16	Penutup	-
Cover Balakang	Logo Mitra	-

(Sumber Alfin & Handriyotopo)

Struktur konten katalog yang disusun secara sistematis (Tabel 1) memperlihatkan integrasi antara informasi tekstual, visual, dan elemen interaktif seperti QR dan AR. Sementara itu, katalog menerapkan desain *parallel bilingual* dengan teks Indonesia rata kiri dan Inggris rata kanan per *spread* (Gambar 13), menunjukkan keseimbangan antara aspek estetika dan fungsionalitas. Mengikuti prinsip Nida (1964) dibuat dwibahasa (Bahasa Inggris-Bahasa Indonesia) untuk akses wisatawan domestik/internasional. Katalog bilingual Lirikan Demping dirancang untuk menjangkau wisatawan lokal dan global melalui penggunaan dua bahasa dalam satu media, sebagaimana terbukti efektif pada *booklet* Jamalsari Tourism Village (Devinsky & Saputri, 2023). *Layout* ini cukup hemat ruang (18 halaman total) sambil menjaga keterbacaan margin A5 guna mendukung *branding* Lirikan Demping yang bisa diakses wisatawan global. *Layout* konten ini mewujudkan Lirikan Demping sebagai desa wisata spiritual dengan *layout readability* optimal dan *branding* konsisten. Hasil akhir berupa produk cetak katalog (Gambar 14) merepresentasikan integrasi antara media fisik dan digital dalam satu kesatuan desain. Dalam konteks *branding*, pendekatan ini tidak hanya menghasilkan media promosi, tetapi juga artefak visual yang dapat memperkuat identitas dan citra destinasi di benak pengguna.



Gambar 13. Layout Bilingual Katalog Tinthir (Sumber Alfin Ade Putra)



Gambar 14. Hasil Cetak Buku Katalog AR Kampung Tinthir (Sumber Alfin Ade Putra)

3. Validasi Ahli

a. Validasi Ahli

Uji coba ahli dilakukan untuk mengetahui kelayakan buku katalog AR “Lirikan Demping Kampung Tinthir Majapahit Nusantara” yang telah dirancang sebagai strategi visual branding Kampung Tinthir. Buku katalog AR akan dinilai oleh ketua Tinthir institute yaitu Bapak Yona Arthea, sementara Yoga Wahyudi yang berprofesi sebagai Perancang Grafis dan Ilustrasi akan menguji pada aspek validasi ahli. Validasi ahli menggunakan formulir yang berisi komponen penilaian yang sesuai dengan latar belakang masing masing ahli. Hasil dari uji coba tersebut akan digunakan sebagai bahan perbaikan sebelum disebar dan dipublikasikan di Kampung Tinthir.

b. Instrumen Penilaian

Penilaian ahli bertujuan untuk mengetahui capaian kriteria kelayakan karya yang telah dirancang. Penilaian dari ahli akan dilakukan dengan cara menilai berdasarkan pertanyaan dari peneliti via lembar kuisisioner yang kemudian dijawab dalam bentuk skala likert 1-5 (Riduwan, 2023). Penilaian pada perancangan ini terdiri dari 2 instrumen yakni

instrumen penilaian dari aspek mitra dan penilaian aspek desain (ahli). Instrumen penilaian mitra memiliki 3 komponen yaitu 1) Kesesuaian isi dan representasi mitra, 2) Daya Tarik, 3) Kelayakan publikasi dan penggunaan. Sedangkan instrumen ahli meliputi 2 instrumen yaitu 1) Aspek desain dan estetika, 2) Kelayakan publikasi. Kedua komponen memiliki skor 1-5 dengan skor terendah 1 dan skor tertinggi 5 sesuai dengan keterangan penilaian masing-masing komponen. Berikut table uraian instrument penilainan dalam aspek mitra.

c. Hasil dan Analisis Penilaian

Data penilaian pada formular instrument penilaian kemudian dianalisis dengan menghitung persentase untuk mendapatkan skor keseluruhan sesuai dengan kriteria kelayakan. Pengolahan data menggunakan metode yang diadaptasi dari Sugiyono, (2013) dengan rumus berikut.

$$Presentase = \frac{\sum skor \text{ yang didapat}}{\sum skor \text{ maksimal}} \times 100\%$$

Kategori kriteria kelayakan ditentukan dengan menghitung interval rentang nilai dalam 5 skala sesuai dengan pertanyaan dari peneliti via lembar kuisisioner yang kemudian dijawab dalam skala likert 1-5. Penentuan rentang tersebut dilakukan dengan rumus berikut.

$$\frac{\text{Nilai Maksimal}}{5} = \frac{100\%}{5} = 20\%$$

Dengan demikian kriteria kategori kelayakan buku katalog AR “Lirikan Damping Kampung Tinthir Majapahit” tersebut ditetapkan sebagai berikut.

Tabel 2. Kriteria Lembar Validasi Ahli Dalam Skala Likert.

Skala	Presentase	Kriteria
5	80-100	Sangat Layak
4	60-80	Layak
3	40-60	Cukup Layak
2	20-40	Kurang Layak
1	0-20	Tidak Layak

(Sumber Dasar-Dasar Statistika, Riduwan, 2023)

Berdasarkan analisis data penelitian dari mitra pada komponen kesesuaian isi dan representasi mitra memperoleh persentase 95%, daya Tarik 85%, dan kelayakan publikasi serta penggunaan 90%. Rata-rata yang diperoleh secara keseluruhan adalah 90%, sehingga dapat disimpulkan bahwa buku katalog AR “Lirikan Damping Kampung Tinthir Majapahit” sebagai media informasi untuk wisatawan Kampung Tinthir tersebut sesuai dengan standar kriteria yang telah ditetapkan. Rata-rata skor untuk penilaian mitra dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 3. Hasil Analisis Data Penilaian Mitra

No	Komponen	Presentase	Kriteria
1.	Kesesuain isi & representasi mitra	95%	Sangat Layak
2.	Daya Tarik	85%	Sangat Layak
3.	Kelayakan publikasi & penggunaan	90%	Sangat Layak
	Rata-rata	90%	Sangat Layak

(Sumber Alfin)

Hasil diskusi dengan pihak mitra, Bapak Yona Arthea selaku ketua Tinthir Institute memberikan apresiasi positif terhadap buku katalog AR “Lirikan Damping Kampung Tinthir Majapahit”. Data evaluatif menunjukkan bahwa katalog yang dirancang

telah mampu merepresentasikan identitas Kampung Tinthir sebagai desa wisata berbasis budaya dan spiritual berjudul Kampung Majapahit. Elemen visual utama berupa ilustrasi Tugu Tinthir dinilai berhasil berfungsi sebagai penanda ikonik (*visual anchor*) yang memperkuat asosiasi destinasi di benak audiens. Katalog dapat menjadi pelengkap sempurna saat acara Tinthir Festival sebagai pegangan dan panduan kepada pengunjung.

Dari sisi konten, narasi terkait kirab Festival Tinthir, tradisi Ngenger, serta pementasan Wayang Beber Ruwatan Sudamala dipersepsikan relevan dengan visi-misi Tinthir Institute sebagai pelestari budaya lokal. Hal ini menunjukkan bahwa katalog tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai medium representasi nilai budaya yang membentuk karakter destinasi. Penerapan format bilingual dalam penyusunan katalog dinilai memberikan kontribusi terhadap perluasan jangkauan audiens, khususnya wisatawan mancanegara. Dalam perspektif *visual branding*, strategi ini dapat dipahami sebagai upaya meningkatkan aksesibilitas sekaligus memperkuat *positioning* destinasi dalam konteks global (Pujiati & Alfisuma, 2025). Beliau menyarankan agar untuk bisa dilanjutkan pendokumentasian kegiatan yang ada di Kampung Tinthir dengan lebih detail, seperti penanggalan setiap rangkaian acara dalam setiap tahunnya.

Berdasarkan analisis data penilaian ahli dalam aspek desain dan estetika memperoleh persentase 85%, dan komponen profesional serta kelayakan publikasi mendapatkan persentase 90%. Rata-rata yang diperoleh secara keseluruhan adalah 87,5% sehingga dapat disimpulkan bahwa buku katalog AR Lirikan Demping Kampung Tinthir Majapahit sebagai media informasi untuk wisatawan Kampung Tinthir tersebut sesuai dengan standar kriteria yang telah ditetapkan. Rata-rata skor untuk penilaian mitra dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis Data Penilaian Ahli Desain dan Estetika

No	Komponen	Presentase	Kriteria
1.	Daya Tarik dan Penyajian Visual	85%	Sangat Layak
2.	Relevansi dan Kelayakan Publikasi	90%	Sangat Layak
Rata-rata		87,5%	Sangat Layak

(Sumber Alfin)

Terdapat pula beberapa masukan dan saran dari para ahli setelah melakukan tahapan test, antara lain sebagai berikut:

- 1) Pengembangan dengan menyempurnakan isi konten dengan penanggalan acara dalam setiap tahunnya kedepannya
- 2) Dipertahankan dengan menambahkan atau memperbanyak foto kegiatan atau suasana dari Kampung Tinthir.
- 3) Untuk dapat dilanjutkan dalam pendokumentasian acara dalam Kampung Tinthir

Berdasarkan hasil test yang didapatkan, peneliti menyimpulkan bahwa perancangan buku arsip dapat dikatakan berhasil dengan beberapa saran yang penyesuaian untuk perancangan selanjutnya di masa mendatang. Kesimpulan ini didapatkan dari rata-rata skor yang diberikan ahli (88,75%) yang masuk ke dalam kriteria sangat layak, ditambah dengan feedback yang cenderung positif yang didapatkan dari usul para ahli mengenai posibilitas untuk dikembangkan guna memperoleh karya dengan manfaat yang berkelanjutan.

4. Distribusi dan Implikasi Praktis

Katalog AR Lirikan Demping dicetak sebanyak 100 eksemplar dan diserahkan kepada Tinthir Institute sebagai aset promosi utama. Jumlah ini diharapkan dapat dimanfaatkan sementara dengan alokasi strategis: 50 eksemplar untuk Tinthir Institute

(cadangan *event & arsip*), 30 eksemplar untuk dibagikan ke wisatawan saat kunjungan, dan 20 eksemplar untuk acara Festival Tinthir (kirab, pementasan Wayang Beber). Selain itu, versi digital katalog dalam format PDF disebarluaskan melalui Instagram dan Facebook Tinthir Institute untuk menjangkau audiens secara lebih fleksibel.

Distribusi ini menunjukkan implementasi yang aplikatif. Meski begitu, keberlanjutan media menjadi aspek penting yang perlu dipertimbangkan secara kritis. Penggunaan platform pihak ketiga seperti Meta Spark AR memiliki keterbatasan, terutama terkait potensi penghentian layanan atau perubahan kebijakan platform di masa mendatang. Kondisi ini menuntut adanya strategi mitigasi agar fungsi interaktif dari katalog tetap dapat diakses. Salah satu alternatif yang dapat dikembangkan adalah migrasi sitsem AR ke platform yang lebih terbuka, seperti WebAR berbasis peramban (*browser-based*) (Aggag & Kortam, 2025), sehingga tidak tergantung pada aplikasi tertentu. Selain itu, integrasi dengan konten berbasis QR yang terhubung ke platform yang lebih stabil, seperti YouTube atau situs web mandiri, dapat menjadi solusi untuk menjaga keberlanjutan akses informasi digital.

Dari sisi pengembangan lebih lanjut, model katalog AR ini memiliki potensi untuk direplikasi pada desa wisata lain dengan karakteristik serupa. Pendekatan yang menggabungkan media fisik dan digital berbasis teknologi sederhana dan mudah diakses memungkinkan adaptasi pada berbagai konteks lokal tanpa memerlukan infrastruktur teknologi yang kompleks. Dengan demikian, katalog AR tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai model strategis dalam pengembangan *branding* desa wisata berbasis budaya.

Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan media *branding* tidak hanya ditentukan oleh inovasi teknologi, tetapi juga oleh keberlanjutan sistem, fleksibilitas platform, dan kemampuan adaptasi terhadap kebutuhan pengguna. Oleh karena itu, pendekatan yang berorientasi pada keberlanjutan dan replikasi menjadi kunci dalam memastikan bahwa media yang dikembangkan tetap relevan dalam jangka panjang.

5. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Tabel 5. Struktur Konten Katalog AR Kampung Tinthir

Penelitian	Media Promosi	Platform Akses	Fokus Utama
Reog Ponorogo	Motion Graphic	YouTube	Pelestarian Budaya
Candi Cetho	Iklan Sosial	YouTube	Pelestarian Cagar Budaya
AR Sriwedari	Aplikasi AR	Play Store	Edukasi Cagar Budaya
Katalog AR	Buku Katalog +	Buku Fisik +	Branding Desa Wisata
Lirikan Demping	AR	Instagram	

(Sumber Alfin & Handriyotopo)

Perbandingan katalog AR "Lirikan Demping" dengan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan media digital dalam promosi budaya dan pariwisata telah berkembang, seperti yang dirangkum pada Tabel 2. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada satu jenis media dengan akses yang terbatas pada platform tertentu. Sebagai contoh, media *motion graphic* pada promosi Reog Ponorogo menekankan aspek visualisasi naratif berbasis video, namun bersifat satu arah dan tidak menyediakan interaktivitas langsung bagi pengguna. Sementara itu, penggunaan AR pada studi Taman Sriwedari menunjukkan potensi interaktif yang lebih tinggi, tetapi masih bergantung pada aplikasi berbasis *Play Store*, sehingga memerlukan proses instalasi yang dapat menjadi hambatan bagi pengguna. Berbeda dengan kedua

pendekatan tersebut, katalog AR Lirikan Demping menawarkan integrasi antara media fisik dan digital dalam satu ekosistem yang lebih fleksibel. Akses terhadap fitur AR dilakukan melalui Instagram QR tanpa memerlukan instalasi aplikasi tambahan, sehingga meningkatkan kemudahan pengguna dan jangkauan audiens. Dalam konteks ini, aksesibilitas menjadi faktor kunci yang membedakan penelitian ini dari studi sebelumnya.

Selain itu, keberadaan buku katalog sebagai media fisik memberikan dimensi tambahan yang tidak ditemukan pada penelitian berbasis digital murni. Katalog tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai artefak visual yang dapat dimiliki, disimpan, dan digunakan kembali oleh pengguna. Dalam perspektif branding, hal ini berkontribusi pada pembentukan memori visual dan penguatan *top of mind* destinasi (Kangara & Eranda, 2025). Lebih lanjut, integrasi teknologi AR dalam media cetak memungkinkan terciptanya pengalaman hibrida yang menggabungkan interaksi digital dengan pengalaman membaca konvensional. Pendekatan ini memperluas konsep *experiential branding*, di mana pengguna tidak hanya berinteraksi dengan konten digital, tetapi juga dengan objek fisik yang memiliki nilai simbolik dan emosional. Dengan demikian, keunggulan utama penelitian ini terletak pada tiga aspek, yaitu (1) aksesibilitas tanpa aplikasi tambahan, (2) integrasi media fisik sebagai artefak *branding*, dan (3) penciptaan pengalaman interaktif yang lebih kontekstual. Ketiga aspek ini menunjukkan bahwa pendekatan yang diusulkan tidak hanya bersifat teknologis, tetapi juga strategis dalam membangun identitas dan pengalaman destinasi wisata berbasis budaya.

Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan buku katalog *Augmented Reality* Lirikan Demping Kampung Tinthir Majapahit Nusantara sebagai strategi *visual branding* Desa wisata Dukuh Demping. Katalog yang dikembangkan mengintegrasikan media fisik dan digital melalui representasi visual berbasis 3D, struktur informasi bilingual, serta fitur interaktif yang dapat diakses melalui perangkat *smartphone*. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya pengalaman pengguna yang tidak hanya informatif, tetapi juga imersif dalam merepresentasikan identitas budaya Kampung Tinthir. Secara konseptual, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian visual *branding* desa wisata dengan menunjukkan bahwa integrasi media hibrid antara buku fisik dan teknologi AR dapat memperkuat pembentukan identitas destinasi. Temuan ini menegaskan bahwa *branding* tidak hanya bergantung pada visual statis, tetapi juga pada pengalaman pengguna (*experiential branding*) yang mampu membangun keterlibatan dan asosiasi yang lebih mendalam. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pemanfaatan platform yang mudah diakses, seperti media sosial, dapat meningkatkan jangkauan dan efektivitas media *branding* tanpa menambah beban teknis bagi pengguna. Dengan demikian, pendekatan yang diusulkan tidak hanya relevan dalam konteks lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk diterapkan pada pengembangan desa wisata lain dengan karakteristik serupa. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, terutama pada ketergantungan terhadap platform pihak ketiga dalam implementasi teknologi AR. Perubahan kebijakan atau penghentian layanan, seperti pada Meta Spark AR, dapat memengaruhi keberlanjutan fungsi interaktif yang dikembangkan. Selain itu, evaluasi terhadap pengalaman pengguna masih bersifat terbatas dan belum melibatkan pengukuran kuantitatif yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan alternatif teknologi yang lebih berkelanjutan, seperti WebAR berbasis peramban, serta melakukan pengujian terhadap tingkat keterlibatan dan efektivitas *branding* secara lebih komprehensif. Dengan pengembangan tersebut, media katalog AR diharapkan dapat menjadi model strategis yang adaptif dan berkelanjutan dalam penguatan *branding* desa wisata berbasis budaya.

Daftar Pustaka

- Aggag, A., & Kortam, W. (2025). Using Augmented Reality To Improve Tourism Marketing Effectiveness. *Sustainability (Switzerland)*, 17(13).
- Devinsky, E., & Saputri, L. A. D. E. (2023). *Bilingual Booklet Of Jamalsari Tourism Village*. Semarang, Indonesia.
- Farhatin, N., Pratiwi, F. R., & Farid, F. (2021). Media Instagram Sebagai Media Publikasi Karya Mahasiswa DKV ISI Surakarta Di Masa Pandemi Covid-19. *CITRAWIRA: Journal Of Advertising And Visual Communication*, 2(1), 96–105.
- Onaiwu, O. F. (2022). Types, Characteristics And Importance Of Illustration. *Awka Journal Of Fine And Applied Arts*, 8.
- Handriyotopo. (2020). Antara Citra Dan Positioning Brand Pada Iklan. In *Prosiding* (pp. 1–9).
- Hasanah, F. I., & Prilosadoso, B. H. (2020). Eduwisata Desa Wisata Tamanan, Bondowoso Sebagai Objek Perancangan Media Promosi Melalui Desain Komunikasi Visual. *CITRAWIRA: Journal Of Advertising And Visual Communication*, 34(5), 155–163.
- Kangara, K. M. M. N. K., & Eranda, B. A. N. (2025). Experiential Marketing For Creating Top-Of-The-Mind Awareness. *Peradeniya Management Review*, 4(2), 48–83.
- Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta, Indonesia: Andi Publisher.
- Lumanauw, N. (2024). Penyusunan Katalog Wisata Untuk Mendukung Kegiatan Pariwisata Di Desa Riang Gede, Kabupaten Tabanan, Bali. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Nusantara (JPPNu)*, 6(2), 174–188.
- Neumeier, M. (2005). *The Brand Gap: How To Bridge The Distance Between Business Strategy And Design* (2nd ed.). Indianapolis, IN: New Riders.
- Marwanto, A. B., Afrianto, D. T., & Dwi Atmaja, N. R. A. C. (2021). “Monumen Kreweng” 3D Animation Video As A Visual Branding Strategy For Juron Tourist Village. *Capture: Jurnal Seni Media Rekam*, 12(2), 196–206.
- Mehta, K. (2024). Color Psychology In Branding: Analyzing The Influence Of Color Choices On Logo Effectiveness. Department Of Journalism And Mass Communication. Retrieved from www.mahratta.org
- Pratama, F. G., & Kurnia, G. (2018). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (Studi Kasus Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung). *Agroinfo Galuh*, 5(1).
- Pujiati, T., & Alfisuma, M. Z. (2025). The Effectiveness Of Multilingualism At Tourism Brochure: A Sociopragmatics Study. *Scope: Journal Of English Language Teaching*, 9(2), 616.
- Rahmat, R., & Noviyanti, N. (2021). Augmented Reality Untuk Materi Bangun Ruang Menggunakan Unity 3D, Vuforia SDK Dan Aplikasi Blender. *Jurnal TIKA*, 5(3), 86–92.
- Riduwan. (2023). *Dasar-Dasar Statistika* (17th ed.). Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Rustan, S. (2009). *Layout: Dasar Dan Penerapannya*. Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Supriyono, & Rakhmat. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta, Indonesia: Andi.
- Suroto, Yanti, E., & Wulandari, J. (2023). Pelatihan Adobe InDesign Untuk Meningkatkan Keterampilan Teknis Desktop Publishing Pada Pengadilan Agama Jambi. *Kreativitas Pada Pengabdian Masyarakat (Krepa)*, 1(4).
- The Alberta Teacher’s Association. (2000). *Action Research Guide For Alberta Teachers*.

- Wang, Y. (2022). Illustration Art Based On Visual Communication In Digital Context. *Mobile Information Systems*, 2022, 1–9.
- Widayaningsih, N. H., & Handriyotopo, H. (2021). Perancangan Augmented Reality Berbasis Android Sebagai Promosi Taman Sriwedari Surakarta. *CITRAWIRA: Journal Of Advertising And Visual Communication*, 1(2), 1–22.