

**MENGAYUH CERITA, MEMBINGKAI WARISAN: PENDEKATAN DESAIN
KOMUNIKASI VISUAL TERHADAP FOTOGRAFI PARTISIPATIF
DAN PARIWISATA HIJAU BERBASIS QR PADA
TOWILFIETS PHOTOROUTE**

Arief Yulianto¹, Bernadetta Kwintiana^{2*}, Adi Fitrianto³, Rudy Tobing⁴, Ananda Fiky
Dibanu Khaer¹, Dhimas Ari Susanto³, Karin Dwi Atasya⁴, Muntowil⁵, Malio Yudhistira⁵

¹Program Studi Desain Komunikasi Visual, ²Program Studi Informatika,
³Program Studi Sistem Informasi, ⁴Program Studi Manajemen,
Universitas Media Nusantara Citra, Jalan Panjang, Green Garden A8/1, Jakarta 11520
⁵Towilfiets, Dusun Bantar, Banguncipto, Kulon Progo, D.I. Yogyakarta 55664

Email Korespondensi: r.ariefyulianto@gmail.com

Disubmit: 25 Juni 2026

Diterima: 18 Agustus 2026

Diterbitkan: 29 Agustus 2026

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v9i9.28032>

ABSTRAK

Studi ini bertujuan merumuskan model penguatan pariwisata berbasis komunitas melalui integrasi fotografi partisipatif, *QR code storytelling*, dan *green branding* pada rute wisata sepeda onthel Towilfiets di Dusun Bantar, Banguncipto, Kulon Progo. Permasalahan utama yang diangkat meliputi belum terstrukturannya narasi visual warga, rendahnya akses informasi pada titik rute/heritage, belum tersedianya arsip foto terkurasi, serta lemahnya identitas komunikasi keberlanjutan destinasi. Studi menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi *design-based research* dan *participatory action research*. Data awal diperoleh melalui telaah dokumen program, pemetaan kebutuhan mitra, observasi konteks rute, serta perumusan indikator capaian berbasis kebutuhan komunitas. Hasil studi menghasilkan rancangan model Towilfiets PhotoRoute yang terdiri atas empat komponen: pelatihan foto bercerita berbasis *photovoice*, kurasi dan ekshibisi fotografi partisipatif, aplikasi web arsip foto interaktif yang terhubung dengan QR code di titik rute, serta panduan *green branding* dan aktivasi pasar. Model ini dirancang untuk menghasilkan 100-150 foto terkurasi, minimal 10 titik informasi ber QR, repositori digital, katalog pameran, pedoman identitas visual, dan indikator evaluasi pemindaian serta umpan balik pengunjung. Temuan konseptual menunjukkan bahwa penguatan destinasi tidak cukup dilakukan melalui promosi visual, tetapi perlu menempatkan warga sebagai produsen pengetahuan, kurator memori lokal, dan pengelola narasi destinasi secara etis serta berkelanjutan

Kata kunci: Fotografi partisipatif; Photovoice; QR code; Green branding; Pariwisata berbasis komunitas; Towilfiets.

ABSTRACT

This study aims to formulate a model for strengthening community-based tourism through the integration of participatory photography, QR code storytelling, and green branding along the Towilfiets vintage bicycle tourism route in Bantar Hamlet, Banguncipto, Kulon Progo. The main issues addressed

include the lack of structured community-generated visual narratives, limited access to information at tourism route and heritage sites, the absence of a curated photographic archive, and a weak sustainability-oriented destination communication identity. The study employs a descriptive qualitative approach using design-based research and participatory action research strategies. Preliminary data were collected through a review of program documents, an assessment of partner needs, observations of the tourism route context, and the formulation of achievement indicators based on community needs. The study resulted in the development of the Towilfiets PhotoRoute model, which consists of four main components: photovoice-based visual storytelling training, curation and exhibition of participatory photography, an interactive web-based photographic archive linked to QR codes at selected points along the route, and guidelines for green branding and market activation. The model is designed to produce 100-150 curated photographs, at least 10 QR-enabled information points, a digital repository, an exhibition catalogue, visual identity guidelines, and evaluation indicators based on QR-code scanning activity and visitor feedback. The conceptual findings indicate that strengthening a tourism destination cannot rely solely on visual promotion; rather, local communities need to be positioned as producers of knowledge, curators of local memory, and managers of destination narratives in an ethical and sustainable manner.

Keywords: Participatory photography; Photovoice; QR code; Green branding; Community-based tourism; Towilfiets.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis komunitas menempatkan warga sebagai aktor utama dalam proses produksi, pengelolaan, dan distribusi manfaat destinasi. Dalam konteks desa wisata, pendekatan ini penting karena keberlanjutan tidak hanya ditentukan oleh jumlah kunjungan, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat dalam menjaga memori lokal, membangun narasi yang autentik, serta mengembangkan manfaat ekonomi secara adil. Towilfiets di Dusun Bantar, Banguncipto, Kulon Progo, merupakan praktik wisata sepeda onthel yang berkembang dari potensi lokal berupa lanskap perdesaan, cerita kampung, aktivitas keseharian masyarakat, dan budaya bersepeda klasik (Yulianto, 2018). Keberadaan Towilfiets sebagai salah satu daya tarik wisata di Kulon Progo juga telah diperkenalkan melalui kanal resmi Dinas Pariwisata Kulon Progo (Dinas Pariwisata Kulon Progo, n.d.). Kajian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan Towilfiets telah diarahkan pada pemanfaatan teknologi digital melalui desain antarmuka dan pengembangan prototipe aplikasi untuk mendukung pengalaman wisatawan serta pengembangan pariwisata berkelanjutan (Yulianto, 2024; Yulianto et al., 2024).

Meskipun memiliki modal sosial dan daya tarik lokal yang kuat, pengembangan narasi visual Towilfiets masih menghadapi persoalan dalam pengelolaan dokumentasi dan penyampaian informasi kepada wisatawan. Dokumentasi foto warga cenderung tersebar di perangkat pribadi, belum memiliki standar kurasi, dan belum terintegrasi dengan titik-titik cerita di sepanjang rute wisata. Kondisi tersebut menyebabkan pengunjung dapat menikmati rute secara visual, tetapi belum tentu memperoleh pemahaman yang utuh mengenai sejarah, nilai budaya, dan makna sosial dari lokasi yang dikunjungi. Padahal, pengembangan media digital pada destinasi wisata

dapat memperkuat aksesibilitas informasi dan pengalaman pengguna apabila dirancang dengan berorientasi pada kebutuhan wisatawan (Yasmine & Atmojo, 2022). Dengan demikian, terdapat kesenjangan antara potensi cerita lokal yang dimiliki masyarakat dan akses informasi yang tersedia bagi wisatawan.

Urgensi studi ini terletak pada kebutuhan untuk merancang model penguatan destinasi yang tidak hanya menambah kanal promosi, tetapi juga membangun ekosistem pengetahuan lokal yang melibatkan masyarakat secara aktif. Fotografi partisipatif melalui pendekatan photovoice dapat digunakan untuk mendorong masyarakat menjadi subjek yang memproduksi dan menyampaikan pengalaman serta perspektif mereka melalui media visual. Pendekatan ini telah digunakan sebagai media partisipatif untuk meningkatkan kesadaran dan menjembatani komunikasi mengenai pengalaman kelompok masyarakat (Adinia & Kirana, 2019). Dalam konteks Towilfiets, pendekatan tersebut berpotensi mengubah warga dari sekadar objek dokumentasi menjadi produsen cerita dan pengetahuan lokal.

Integrasi QR code storytelling selanjutnya dapat digunakan untuk menautkan foto, narasi, dan informasi yang diproduksi warga dengan ruang fisik di sepanjang rute wisata. Pemanfaatan QR code telah menunjukkan potensi dalam memperluas akses terhadap informasi destinasi dan warisan budaya melalui media digital, sebagaimana diterapkan pada pengembangan website berbantuan QR code di Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang (Rohani et al., 2024) serta digitalisasi informasi museum berbasis web dan QR code (Putra, 2024). Dengan pendekatan tersebut, wisatawan tidak hanya melihat objek atau lanskap, tetapi juga dapat mengakses cerita yang melekat pada setiap titik rute secara langsung melalui perangkat digital.

Selain aspek partisipasi dan digitalisasi, penguatan identitas Towilfiets memerlukan strategi green branding yang mampu mengomunikasikan nilai keberlanjutan secara konsisten. Green branding tidak hanya berkaitan dengan penggunaan simbol atau pesan lingkungan, tetapi juga dengan bagaimana identitas hijau dibangun dan diterima melalui keterlibatan berbagai pemangku kepentingan (Reynolds et al., 2023). Hal ini relevan dengan karakter wisata sepeda yang memiliki keterkaitan dengan motivasi lingkungan, rekreasi, dan nilai personal wisatawan (Ho et al., 2015). Literatur mengenai cycling tourism juga menunjukkan bahwa wisata sepeda memiliki berbagai implikasi terhadap aspek lingkungan, sosial, ekonomi, dan pengembangan destinasi berkelanjutan (Ciascai et al., 2022). Oleh karena itu, green branding Towilfiets dapat diarahkan pada penguatan pesan mengenai mobilitas rendah emisi, etika kunjungan, pelestarian budaya lokal, dan keberlanjutan destinasi.

Pengalaman pengembangan ekowisata berbasis komunitas di Kalibiru, Kulon Progo, menunjukkan bahwa pemberdayaan dan partisipasi masyarakat merupakan faktor penting dalam pengembangan serta pengelolaan destinasi berbasis sumber daya lokal (Kaharuddin et al., 2020; Wiyono et al., 2020). Pembelajaran tersebut relevan bagi Towilfiets karena program rute sepeda onthel berpotensi dikembangkan tidak hanya sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran budaya, media arsip warga, sarana interpretasi destinasi, dan model promosi hijau. Berdasarkan kondisi tersebut, studi ini diarahkan untuk merumuskan model Towilfiets PhotoRoute sebagai integrasi fotografi partisipatif, QR code storytelling, dan green branding melalui pendekatan lintas bidang yang mencakup seni media

rekam, desain komunikasi visual, sistem informasi, dan manajemen destinasi berkelanjutan.

2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

Bagaimana model integrasi fotografi partisipatif, *QR code storytelling*, dan *green branding* dapat memperkuat pariwisata berbasis komunitas di rute Towilfiets? Secara khusus, studi ini bertujuan:

- (1) Mengidentifikasi kebutuhan mitra dalam pengelolaan narasi visual dan informasi rute.
- (2) Merumuskan model kurasi fotografi partisipatif dan arsip digital berbasis QR.
- (3) Menyusun strategi *green branding* yang dapat memperkuat identitas Towilfiets sebagai wisata onthel rendah emisi dan berbasis warga.



Gambar 1. Menampilkan peta lokasi wisata sepeda onthel Towilfiets di Dusun Bantar, Banguncipto, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. KAJIAN PUSTAKA

3.1 Pariwisata Berbasis Komunitas

Pariwisata berbasis komunitas atau **community-based tourism** (CBT) menekankan keterlibatan masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan, pengelolaan kegiatan wisata, serta distribusi manfaat sosial dan ekonomi. Pendekatan ini relevan bagi wilayah yang memiliki aset budaya dan alam karena keberlanjutan destinasi tidak hanya bergantung pada daya tarik wisata, tetapi juga pada kapasitas masyarakat dan kelembagaan lokal dalam mengelola sumber daya secara partisipatif. Pengalaman pengembangan ekowisata di Kalibiru, Kulon Progo, menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan masyarakat melalui ekowisata berbasis komunitas dapat

memperkuat pengelolaan sumber daya sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat lokal (Wiyono et al., 2020). Partisipasi masyarakat juga menjadi unsur penting dalam pengembangan ekowisata karena menempatkan masyarakat sebagai bagian aktif dalam proses perencanaan dan pengelolaan destinasi (Kaharuddin et al., 2020).

Dalam konteks *Towilfiets*, pendekatan CBT menjadi relevan karena daya tarik wisata dibangun dari potensi lokal berupa sepeda onthel, lanskap perdesaan, aktivitas keseharian masyarakat, dan budaya lokal di Dusun Bantar, Banguncipto, Kulon Progo (Yulianto, 2018). *Towilfiets* juga telah menjadi bagian dari daya tarik wisata yang diperkenalkan oleh Dinas Pariwisata Kulon Progo (Dinas Pariwisata Kulon Progo, n.d.). Oleh karena itu, keterlibatan warga tidak hanya diperlukan dalam pelayanan wisata, tetapi juga dalam produksi pengetahuan, penyusunan narasi, dan pengembangan identitas destinasi.

3.2 Fotografi Partisipatif dan *Photovoice*

Fotografi partisipatif, terutama melalui pendekatan **photovoice**, memberikan ruang bagi anggota komunitas untuk merekam, mengidentifikasi, dan mengomunikasikan pengalaman, persoalan, serta potensi lingkungan mereka melalui media visual. Dalam pendekatan ini, foto tidak diperlakukan sebagai dokumentasi pasif, tetapi sebagai medium artikulasi sosial yang memungkinkan perspektif komunitas muncul dalam proses produksi pengetahuan. Penggunaan **photovoice** telah menunjukkan bahwa fotografi dapat digunakan untuk menjembatani hambatan komunikasi dan meningkatkan kesadaran terhadap pengalaman serta isu yang dihadapi kelompok masyarakat (Adinia & Kirana, 2019).

Dalam konteks *Towilfiets*, pendekatan *photovoice* dapat digunakan untuk membangun narasi rute wisata berdasarkan perspektif masyarakat lokal. Warga dapat mendokumentasikan objek, aktivitas, tokoh, lanskap, maupun peristiwa yang dianggap memiliki nilai historis, sosial, dan budaya. Dengan demikian, cerita destinasi tidak hanya dibangun berdasarkan sudut pandang promotor atau wisatawan, tetapi juga merepresentasikan pengalaman dan memori masyarakat sebagai pemilik ruang budaya. Pendekatan tersebut dapat memperkuat karakter *Towilfiets* sebagai wisata berbasis pengalaman lokal yang sebelumnya telah dikembangkan melalui pemanfaatan potensi budaya dan kearifan lokal masyarakat (Yulianto, 2018).

3.3 QR Code Storytelling dan Digitalisasi Interpretasi *Heritage*

Digitalisasi interpretasi *heritage* melalui QR code memungkinkan wisatawan memperoleh informasi kontekstual secara langsung pada lokasi yang dikunjungi. QR code dapat berfungsi sebagai penghubung antara ruang fisik destinasi dengan konten digital berupa foto, teks, audio, video, peta, maupun informasi sejarah. Penerapan website bilingual berbantuan QR code pada Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang menunjukkan bahwa teknologi tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan akses terhadap informasi sekaligus mendukung daya tarik destinasi wisata berbasis warisan budaya (Rohani et al., 2024). Pemanfaatan QR code yang terintegrasi dengan teknologi digital juga telah diterapkan dalam digitalisasi museum untuk meningkatkan akses dan interaktivitas informasi bagi pengunjung (Putra, 2024).

Dalam pengembangan Towilfiets, integrasi QR code juga sejalan dengan upaya digitalisasi pengalaman wisata yang sebelumnya dikembangkan melalui desain antarmuka dan prototipe aplikasi wisata sepeda onthel (Yulianto, 2024; Yulianto et al., 2024). Melalui konsep *QR code storytelling*, setiap titik tertentu pada rute Towilfiets dapat dihubungkan dengan foto dan narasi yang diproduksi atau dikurasi bersama masyarakat. Dengan demikian, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai penghubung antara ruang fisik, memori warga, dan pengalaman wisatawan.

3.4 *Green Branding* dalam Destinasi Berkelanjutan

Green branding berkaitan dengan pembentukan identitas, pesan, dan pengalaman merek yang merepresentasikan nilai keberlanjutan. Dalam konteks destinasi wisata, *green branding* tidak hanya diwujudkan melalui penggunaan simbol atau visual bernuansa lingkungan, tetapi juga melalui konsistensi antara pesan keberlanjutan dan praktik nyata destinasi. Kajian Reynolds et al. (2023) menunjukkan bahwa pembentukan *green branding* suatu tempat berkaitan erat dengan keterlibatan masyarakat serta kemampuan identitas hijau tersebut untuk terhubung dengan pengalaman dan persepsi publik.

Konsep tersebut relevan dengan Towilfiets karena sepeda merupakan moda perjalanan yang dapat ditempatkan dalam narasi pariwisata berkelanjutan. Motivasi wisata dan rekreasi bersepeda tidak hanya berkaitan dengan kepedulian terhadap lingkungan, tetapi juga dengan nilai personal dan pengalaman yang diperoleh pesepeda (Ho et al., 2015). Kajian mengenai *cycling tourism* juga menunjukkan bahwa wisata sepeda memiliki keterkaitan dengan berbagai dimensi pembangunan destinasi, termasuk aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi (Ciascai et al., 2022). Oleh karena itu, *green branding* Towilfiets dapat dikembangkan melalui pesan yang konsisten mengenai perjalanan rendah emisi, etika kunjungan, pengurangan penggunaan media informasi cetak melalui digitalisasi, pelestarian budaya lokal, serta kontribusi ekonomi kepada masyarakat.

Integrasi antara *community-based tourism*, fotografi partisipatif, *QR code storytelling*, dan *green branding* selanjutnya menjadi landasan konseptual bagi pengembangan *Towilfiets PhotoRoute*. Model ini menempatkan masyarakat sebagai produsen narasi visual, teknologi digital sebagai media interpretasi, dan prinsip keberlanjutan sebagai identitas destinasi. Dengan demikian, pengembangan Towilfiets tidak hanya diarahkan pada peningkatan pengalaman wisatawan, tetapi juga pada penguatan arsip visual masyarakat, pelestarian memori lokal, dan keberlanjutan destinasi.

4. METODE

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan strategi *design-based research* dan pendekatan partisipatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami konteks sosial, budaya, potensi lokal, dan kebutuhan mitra sebagai dasar pengembangan model. Strategi *design-based research* digunakan untuk merumuskan dan mengembangkan model intervensi berbasis desain dan teknologi melalui proses identifikasi kebutuhan, perancangan, implementasi, dan evaluasi secara iteratif. Dalam pengembangan media digital, proses perancangan juga memperhatikan

kebutuhan dan pengalaman pengguna sebagai bagian penting dalam menghasilkan media yang sesuai dengan konteks destinasi wisata (Yasmine & Atmojo, 2022).

Pendekatan partisipatif diterapkan dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses identifikasi potensi, produksi fotografi, pemilihan foto, penyusunan narasi, serta penentuan titik cerita pada rute Towilfiets. Keterlibatan tersebut menempatkan warga tidak hanya sebagai penerima program, tetapi sebagai **co-creator** narasi visual dan pengetahuan lokal. Pendekatan ini diperkuat melalui penggunaan *photovoice* yang memberikan ruang bagi anggota komunitas untuk merepresentasikan pengalaman dan perspektif mereka melalui fotografi (Adinia & Kirana, 2019).

Lokasi studi adalah Dusun Bantar, Desa Banguncipto, Kulon Progo, D.I. Yogyakarta, dengan mitra Komunitas Towilfiets PhotoRoute. Mitra dipilih karena memiliki kombinasi aset budaya berupa sepeda onthel, memori kampung, rute perdesaan, dan praktik dokumentasi warga. Subjek studi meliputi pengelola rute, kontributor foto, admin kanal komunitas, pelaku usaha kecil lokal, dan calon pengunjung rute. Fokus utama studi adalah pengembangan narasi visual, arsip foto interaktif, dan identitas *green branding*.

Data awal diperoleh melalui telaah dokumen program, pemetaan kebutuhan mitra, observasi rute, dan diskusi kebutuhan. Analisis dilakukan dengan memetakan permasalahan ke dalam dua aspek utama, yaitu aspek sosial-kemasyarakatan dan aspek produksi/manajemen/pemasaran. Pada aspek sosial, perhatian diberikan pada partisipasi warga, akses informasi, dan tata kelola komunitas. Pada aspek produksi/manajemen/pemasaran, perhatian diberikan pada kurasi arsip foto, infrastruktur digital, dan konsistensi branding.

Tahapan studi meliputi: (1) sosialisasi dan pemetaan kebutuhan; (2) pelatihan foto bercerita berbasis *photovoice*; (3) kurasi foto dan penyusunan metadata; (4) perancangan aplikasi web arsip foto interaktif dan QR code; (5) penyusunan *green branding guideline*; (6) uji coba rute bersepeda sambil memindai; serta (7) evaluasi melalui indikator kuantitatif dan kualitatif. Indikator yang digunakan mencakup jumlah peserta, jumlah foto terkurasi, kelengkapan persetujuan dan metadata, jumlah QR terpasang, jumlah pemindaian, umpan balik pengunjung, serta keterlibatan mitra lokal.

Tabel 1. Fokus masalah dan kebutuhan intervensi

Aspek	Masalah Utama	Akar Masalah	Kebutuhan Intervensi
Sosial-kemasyarakatan	Partisipasi warga dalam narasi destinasi belum terstruktur	Produksi foto dan cerita masih individual; belum ada SOP etika, <i>consent</i> , metadata, dan kurator lokal	Pelatihan <i>photovoice</i> , kurasi partisipatif, dan pembagian peran komunitas
Sosial-kemasyarakatan	Akses informasi di titik rute/ <i>heritage</i> rendah	Belum tersedia <i>signage</i> naratif dan mekanisme informasi on-site	Papan informasi ber-QR, konten dwibahasa, dan peta rute

Produksi/manajemen/ pemasaran	Arsip foto dan kurasi belum terstandar	Konten tersebar di gawai pribadi; hak cipta dan privasi belum jelas	Repositori digital, metadata foto, SOP privasi, dan katalog pameran
Produksi/manajemen/ pemasaran	Branding hijau belum konsisten	Identitas visual, pesan, dan kalender aktivasi belum terpadu	<i>Green branding guideline, content kit</i> , kampanye warga, dan evaluasi data

5. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Kondisi Awal *Towilfiets PhotoRoute*

Kondisi awal mitra menunjukkan adanya modal sosial yang kuat, terutama jaringan warga, tradisi bersepeda onthel, dan antusiasme untuk mendokumentasikan rute. Komunitas telah memiliki aktivitas seperti gowes akhir pekan, pemetaan spot, pemotretan lanskap dan *heritage*, serta unggahan konten di kanal komunitas. Namun, aktivitas tersebut belum berkembang menjadi sistem pengetahuan yang terkurasi. Foto dan cerita masih bergantung pada inisiatif perorangan, sehingga kesinambungan informasi, kualitas narasi, dan pengelolaan hak cipta belum dapat dijaga secara optimal.

Dari sisi sarana, komunitas telah memiliki sepeda onthel dan perangkat dokumentasi dasar seperti smartphone atau kamera pribadi. Rute kampung relatif aman dan memiliki potensi visual yang kuat. Kelemahannya terletak pada belum tersedianya repositori, aplikasi web arsip foto, papan informasi ber QR, panduan identitas visual, dan *dashboard* evaluasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan utama *Towilfiets* bukan ketiadaan potensi, tetapi belum adanya sistem kurasi, distribusi, dan evaluasi yang menghubungkan potensi tersebut dengan pengalaman pengunjung.

Pada tingkat manajerial, struktur komunitas masih informal. Peran koordinator rute, kontributor foto, admin konten, dan pemandu belum dirumuskan secara baku. Tanpa pembagian peran yang jelas, kegiatan berisiko bergantung pada individu tertentu. Karena itu, penguatan kelembagaan komunitas perlu berjalan bersamaan dengan pengembangan teknologi. Teknologi QR dan repositori digital akan lebih berkelanjutan apabila ada kurator lokal, admin konten, dan pemandu yang memahami cara memperbarui, merawat, dan mengevaluasi konten.

5.2 Model *Towilfiets PhotoRoute*

Model *Towilfiets PhotoRoute* dirancang sebagai ekosistem yang menghubungkan produksi foto warga, kurasi cerita, teknologi akses informasi, dan identitas keberlanjutan. Model ini memiliki empat komponen utama. Pertama, pelatihan foto bercerita berbasis *photovoice* untuk membangun kemampuan warga dalam melihat, memilih, dan menceritakan potensi lokal. Kedua, kurasi dan ekshibisi fotografi partisipatif untuk mengubah dokumentasi pribadi menjadi arsip kolektif yang dapat dinikmati publik. Ketiga, aplikasi web arsip foto interaktif yang terhubung dengan QR code di titik rute, sehingga pengunjung dapat mengakses cerita langsung dari lokasi. Keempat, *green branding guideline* yang memperkuat identitas *Towilfiets* sebagai wisata onthel rendah emisi dan berbasis komunitas.

Tabel 2. Komponen model Towilfiets PhotoRoute

Komponen Model	Aktivitas Utama	Luaran	Indikator
<i>Photovoice</i> dan foto bercerita	Pelatihan etika, <i>consent</i> , <i>caption</i> , alur cerita, dan praktik pemotretan rute	Modul/panduan mini foto bercerita; peserta terlatih	Minimal 60 peserta; peningkatan pemahaman peserta melalui evaluasi singkat
Kurasi dan ekshibisi partisipatif	Seleksi karya, penataan tema, penyusunan katalog, dan pameran komunitas	100-150 foto terkurasi; katalog digital; pameran foto	Minimal 80% foto memiliki persetujuan tertulis dan keterangan lengkap
<i>QR code storytelling</i>	Pembuatan papan informasi, konten dwibahasa, peta titik, foto, dan audio	10 papan informasi ber-QR dan paket konten per titik	Minimal 1.500 pemindaian dalam dua bulan; 70% pengunjung menilai informasi jelas
Arsip digital interaktif	Repositori foto, metadata, <i>workflow</i> unggah-tinjau-terbit, dan <i>dashboard</i>	Situs arsip foto dan pencatatan kunjungan	Minimal 500 foto tersimpan; 90% foto bermetadata lengkap
<i>Green branding</i>	Logo, palet warna, tipografi, gaya foto, <i>content kit</i> , kalender aktivasi	Panduan identitas visual dan paket promosi	Minimal 30 materi promosi; 3 kampanye berjalan; kenaikan kunjungan/transaksi lokal 20%

5.3 Fotografi Partisipatif sebagai Produksi Pengetahuan Lokal

Fotografi partisipatif dalam model ini berfungsi sebagai metode produksi pengetahuan lokal. Warga tidak hanya diminta memotret objek yang dianggap menarik, tetapi juga menafsirkan mengapa objek tersebut penting bagi identitas kampung. Dalam praktik *photovoice*, foto menjadi pintu masuk untuk membahas memori, perubahan ruang, hubungan sosial, dan potensi ekonomi. Dengan demikian, foto rute tidak berhenti sebagai bahan promosi, melainkan menjadi arsip pengalaman warga.

Kekuatan pendekatan ini terletak pada kemampuannya menghindari narasi *top-down*. Promosi destinasi sering kali menampilkan objek yang dianggap paling menjual, tetapi melemahkan suara warga yang hidup di dalam destinasi tersebut. Melalui pelatihan foto bercerita, warga dapat memilih sudut pandang sendiri, menuliskan *caption*, memberi izin, dan menentukan cerita mana yang layak ditampilkan. Dalam konteks etika, proses ini penting agar dokumentasi tidak melanggar privasi, tidak mengeksploitasi wajah atau ruang privat, dan tidak menghilangkan konteks sosial dari gambar.

5.4 QR Code Storytelling sebagai Jembatan Ruang Fisik dan Arsip Digital

QR code storytelling menjembatani titik rute fisik dengan arsip digital. Pada setiap titik cerita, pengunjung dapat memindai kode QR untuk membuka halaman yang memuat foto, narasi singkat, audio, dan peta. Mekanisme ini membuat pengalaman wisata lebih informatif tanpa menambah materi cetak yang berlebihan. Pada saat yang sama, *QR code*

memungkinkan pengelola memperoleh data pemindaian, halaman populer, dan umpan balik pengunjung sebagai dasar evaluasi promosi.

Penerapan *QR code* perlu memperhatikan aksesibilitas. Konten harus ringkas, dwibahasa, mudah dibaca di ponsel, dan tetap dapat diakses pada kondisi sinyal terbatas melalui optimasi halaman inti. Dalam konteks rute perdesaan, desain informasi tidak boleh bergantung pada teknologi berat. Prinsip yang digunakan adalah teknologi ringan, mudah dirawat, dan dapat diperbarui oleh admin lokal. Dengan demikian, *QR code* tidak hanya menjadi *gimmick* digital, tetapi menjadi infrastruktur interpretasi heritage yang fungsional.

5.5 *Green Branding* dan Aktivasi Pasar Berbasis Warga

Green branding Towilfiets perlu dirumuskan sebagai identitas yang melekat pada pengalaman aktual, bukan sekadar pilihan warna hijau. Nilai utama yang dapat diangkat adalah bersepeda sebagai perjalanan rendah emisi, etika berkunjung ke ruang warga, penggunaan media digital untuk mengurangi cetak sekali pakai, serta distribusi manfaat kepada pelaku lokal. Dalam model ini, *green branding* diterjemahkan ke dalam logo, palet warna, tipografi, ikon rute, gaya foto, pesan kampanye, dan kalender aktivasi seperti *ride and shoot*, *photowalk*, serta tur cerita (Reynolds et al., 2023; Ho et al., 2015; Ciascai et al., 2022).

Aktivasi pasar perlu diarahkan pada segmen yang relevan, seperti komunitas sepeda, keluarga, pelajar, fotografer, dan wisatawan minat khusus. Konten buatan warga dapat menjadi keunggulan karena memiliki otentisitas yang sulit ditiru oleh promosi komersial. Namun, kampanye perlu dilengkapi indikator evaluasi, seperti jumlah pemindaian QR, jumlah kunjungan situs, keterlibatan media sosial, transaksi UMKM pendamping, dan kepuasan pengunjung. Dengan demikian, branding tidak berhenti pada pencitraan, tetapi menjadi instrumen manajemen destinasi berbasis data.

5.6 Dampak Sosial, Budaya, dan Ekonomi yang Diharapkan

Dampak sosial utama dari model ini adalah meningkatnya peran warga sebagai pengelola narasi. Warga tidak hanya menjadi penyedia layanan wisata, tetapi juga produsen cerita dan kurator memori lokal. Dampak budaya yang diharapkan adalah tersusunnya arsip visual desa yang dapat digunakan untuk edukasi, pameran, promosi, dan transfer pengetahuan antargenerasi. Arsip ini penting karena memori visual kampung sering kali hilang ketika foto tersimpan secara privat dan tidak terdokumentasi dengan metadata yang jelas (Adinia & Kirana, 2019; Yulianto, 2018).

Dampak ekonomi yang diharapkan muncul melalui peningkatan kualitas pengalaman pengunjung, penguatan diferensiasi destinasi, dan aktivasi pasar yang melibatkan pelaku usaha kecil. Model ini membuka peluang paket wisata berbasis cerita, pameran foto, penjualan produk lokal, serta kolaborasi dengan Pokdarwis, sekolah, dan komunitas sepeda. Meski demikian, manfaat ekonomi harus dijaga melalui skema yang adil, misalnya memastikan sebagian pemasukan kegiatan kembali kepada warga dan usaha kecil pendamping (Wiyono et al., 2020; Kaharuddin et al., 2020; Ciascai et al., 2022).

Tabel 3. Rencana evaluasi model

Dimensi Evaluasi	Indikator	Sumber Data	Kriteria Keberhasilan
Kapasitas warga	Jumlah peserta, kemampuan <i>captioning</i> , pemahaman etika foto	Daftar hadir, <i>pre-post assessment</i> , observasi pelatihan	Minimal 60 peserta; sebagian besar peserta mampu menulis keterangan foto dasar
Kurasi dan arsip	Jumlah foto terkurasi, metadata, persetujuan, katalog	Repositori, formulir <i>consent</i> , daftar kurasi	100-150 foto terkurasi; 80-90% metadata lengkap
Pengalaman pengunjung	Pemindaian QR, kunjungan situs, umpan balik kejelasan informasi	<i>Dashboard scan</i> , <i>analytics</i> , survei singkat	1.500-2.500 interaksi digital dalam dua bulan; 70% umpan balik positif
Branding dan pasar	Jumlah materi promosi, kampanye, keterlibatan mitra lokal	<i>Content calendar</i> , laporan kampanye, catatan transaksi	30 materi promosi; 3 kampanye; minimal 3 mitra lokal aktif
Keberlanjutan	Pembagian peran, SOP, jadwal aktivasi, perawatan konten	Dokumen SOP, notulensi komunitas, log pembaruan konten	SOP disahkan; kegiatan rutin minimal 3 kali per dua bulan

6. KESIMPULAN

Studi ini merumuskan model Towilfiets PhotoRoute sebagai integrasi fotografi partisipatif, *QR code storytelling*, arsip foto interaktif, dan *green branding* untuk penguatan pariwisata berbasis komunitas di Dusun Bantar, Kulon Progo. Model ini menjawab tiga kebutuhan utama: penataan narasi visual warga, peningkatan akses informasi di titik rute, dan penguatan identitas destinasi berkelanjutan. Hasil perancangan menunjukkan bahwa pengembangan destinasi berbasis komunitas memerlukan keterpaduan antara kapasitas sosial warga, infrastruktur digital yang ringan, dan strategi merek yang konsisten.

Kontribusi utama studi ini adalah menawarkan kerangka operasional yang dapat digunakan oleh komunitas wisata kecil untuk mengubah dokumentasi warga menjadi arsip publik dan pengalaman pengunjung yang interaktif. Model ini juga menegaskan bahwa teknologi QR dan aplikasi web tidak dapat berdiri sendiri; keberhasilannya bergantung pada kurasi, etika data, pembagian peran, dan keberlanjutan pengelolaan komunitas. Studi lanjutan disarankan menguji model ini melalui implementasi lapangan, pengukuran perubahan kepuasan pengunjung, analisis dampak ekonomi UMKM, serta evaluasi keberlanjutan pengelolaan konten setelah program berjalan minimal enam bulan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Komunitas Towilfiets PhotoRoute, warga Dusun Bantar, Desa Banguncipto, Kulon Progo, serta pihak-pihak yang mendukung pemetaan kebutuhan dan perancangan model penguatan pariwisata berbasis komunitas ini.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Adinia, N. C., & Kirana, C. (2019). Sharing pictures, bridging barriers: The use of photovoice to increase awareness of women refugees issues in Jakarta. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 3(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v3i1.10841>
- Ciascai, O. R., Dezs, Ş., & Rus, K. A. (2022). Cycling tourism: A literature review to assess implications, multiple impacts, vulnerabilities, and future perspectives. *Sustainability*, 14, 8983. <https://doi.org/10.3390/su14158983>
- Dinas Pariwisata Kulon Progo. (n.d.). *Towilfiets*.
- Ho, C. I., Huang, S. C., Liao, T. Y., & Chen, H. M. (2015). Beyond environmental concerns: Using means-end chains to explore the personal psychological values and motivations of leisure/recreational cyclists. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2), 234-254. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.943762>
- Kaharuddin, K., Pudyatmoko, S., Fandeli, C., & Martani, W. (2020). Partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan ekowisata local communities. *Jurnal Ilmu Kehutanan*, 14, 42-54. <https://doi.org/10.22146/jik.57462>
- Putra, E. Y. (2024). Digitalisasi museum berbasis web dengan AR dan QR code (Studi kasus pada Museum Sulawesi Utara). *Jurnal Teknik Elektro dan Komputer TRIAC*, 11(1), 24-30. <https://doi.org/10.21107/triac.v11i1.24577>
- Reynolds, L., Doering, H., Koenig-Lewis, N., & Peattie, K. (2023). Engagement and estrangement: A “tale of two cities” for Bristol’s green branding. *European Journal of Marketing*, 57(9), 2432-2458. <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2021-0602>
- Rohani, S., Nisa’, Z. F., Wibowo, D. W., Maulidiyah, F., Sekarsari, P., & Hanayeen, N. (2024). Enhancing attractiveness of Kampoeng Heritage Kajoetangan Malang: Developing bilingual, QR-code assisted website. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 9(2), 289-295. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v9i2.4505>
- Wiyono, W., Hidayat, R., & Oktalina, S. (2020). The community empowerment strategy in protected forest management through community-based ecotourism development in Kalibiru Village, Kulon Progo Regency. *Habitat*, 31(1), 11-27. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2020.031.1.2>
- Yasmine, H. T., & Atmojo, W. T. (2022). UI/UX design for tourism village website using the user centered design method. *TIERS Information Technology Journal*, 3(2), 100-114. <https://doi.org/10.38043/tiers.v3i2.3871>
- Yulianto, A. (2018). *Strategi pengembangan pemasaran pariwisata “Towilfiets” dalam melestarikan budaya kearifan lokal di Dusun*

Bantar, Desa Banguncipto, Kec. Sentolo, Kab. Kulon Progo [Karya ilmiah, Institut Seni Indonesia Yogyakarta].

Yulianto, A. (2024). User interface design prototype application special onthel bicycle tourism in Towilfiets Yogyakarta. *Journal of Computer Networks, Architecture and High Performance Computing*, 6(1), 472-483. <https://doi.org/10.47709/cnahpc.v6i1.3565>

Yulianto, A., Putri, I. G. A. A. A., & Khaer, A. F. D. (2024). Optimalisasi desain UI/UX prototype untuk perancangan aplikasi interaktif dalam pengembangan digital pariwisata berkelanjutan sepeda onthel di Towilfiets. *Decode: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 4, 1180-1192. <https://doi.org/10.51454/decode.v4i3.840>