KOMUNITA
Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat
https://journal.pelitanusa.or.id/index.php/komunita
DOI: 10.60004/komunita.v5i4.1057

Vol. 5, No. 4 November, 2026
e-ISSN: 2829-1972
pp. 2104-2116

Perancangan Booklet sebagai Media Promosi Wisata Edukasi Susu di Desa Padusan, Kabupaten Mojokerto

Daya Negri Wijaya[1]*, Titi Mutiara Kiranawati[2], Andhika Yudha Pratama[3], Annisa Ramadhanty[4], Primasa Minerva Nagari[5], Muhammad 'Afwan Mufti[6], Hari Fitria Utama[7]

[1,6,7] Departemen Sejarah, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia
[2] Departemen Pendidikan Tata Boga dan Busana, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia
[3] Departemen Hukum dan Kewarganegaraan, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia
[4] Departemen Pariwisata, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia
[5] Departemen Akuntansi, Universitas Negeri Malang, Malang, Indonesia

daya.negri.fis@um.ac.id

Article Info

Article History
Received:1th September 2026
Revised:30th October 2026
Published:14th November 2026

Keywords:
Booklet; Tourism Promotion; Educational Tourism; Milk Processing; Design Thinking

Abstract

Padusan Village, Mojokerto Regency, has potential for educational tourism based on dairy processing, but this potential has not been supported by integrated and visually attractive promotional media. This community service program aimed to design a booklet as an educational and promotional medium for milk-processing tourism in Padusan. The program used the Design Thinking approach through five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Testing. Needs identification and product evaluation used interviews and discussions with the local Tourism and Culture Office and questionnaires distributed to community respondents. The resulting product was a 10-page booklet presenting dairy cow care, milking, milk-quality testing, packaging and marketing, and processed dairy products. Testing involving 40 respondents and evaluation by the Tourism and Culture Office showed that the booklet was informative, attractive, easy to understand, and relevant to current tourism promotion. Respondents represented various age groups, dominated by Generation Z. The booklet also met the SMART evaluation criteria and has potential as a practical promotional medium for educational and culinary tourism in Padusan Village.

Informasi Artikel

Sejarah Artikel
Diterima:1 September 2026
Direvisi: 30 Oktober 2026
Dipublikasi: 14 November 2026

Kata kunci:
Booklet; Promosi Pariwisata; Wisata Edukasi; Pengolahan Susu; Design Thinking

Abstrak

Desa Padusan, Kabupaten Mojokerto, memiliki potensi wisata edukasi berbasis pengolahan susu, tetapi potensi tersebut belum didukung oleh media promosi yang terintegrasi dan menarik secara visual. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan merancang booklet sebagai media edukasi dan promosi wisata pengolahan susu di Padusan. Program menggunakan pendekatan Design Thinking melalui lima tahap: Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Testing. Identifikasi kebutuhan dan evaluasi produk dilakukan melalui wawancara dan diskusi dengan perangkat dan Lurah desa setempat serta kuesioner kepada responden masyarakat. Luaran berupa booklet 10 halaman yang menyajikan perawatan sapi perah, pemerahan, pengecekan mutu susu, pengemasan dan pemasaran, serta produk olahan susu. Pengujian kepada 40 responden dan evaluasi Lurah Desa Padusan menunjukkan bahwa booklet dinilai informatif, menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan promosi wisata saat ini. Responden berasal dari kelompok usia yang beragam dengan dominasi Generasi Z. Booklet juga memenuhi kriteria evaluasi SMART dan berpotensi menjadi media promosi praktis untuk mendukung wisata edukasi dan kuliner di Desa Padusan.

PENDAHULUAN

Desa Padusan yang terletak di kawasan dataran tinggi dikenal sebagai salah satu ruang pariwisata pedesaan yang memiliki kombinasi antara lanskap alam, kehidupan masyarakat, dan jejak sejarah lokal. Posisi tersebut membuat Padusan tidak hanya dapat dipahami sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai ruang yang memungkinkan wisatawan memperoleh pengalaman mengenai lingkungan pedesaan, aktivitas ekonomi masyarakat, serta karakter sosial budaya setempat. Desa ini telah menjadi lokasi penting sejak zaman kuno, sekitar abad ke-14 Masehi, hingga masa penjajahan, sehingga identitas kawasan tidak berdiri semata-mata pada keindahan alam, tetapi juga pada kesinambungan sejarah yang membentuk citra wilayah (Bennett & Savani, 2003; Wahyudi et al., 2026). Dalam konteks pariwisata pedesaan, daya tarik seperti ini penting karena pengalaman wisata tidak hanya dibangun melalui objek yang dilihat, melainkan juga melalui suasana desa, pola kehidupan sehari-hari penduduk, adat istiadat, budaya, dan pemanfaatan potensi alam yang menjadi bagian dari pengalaman pengunjung (Ahmadjon, 2025). Dengan demikian, pengembangan wisata di Padusan memiliki peluang untuk diarahkan pada model yang lebih beragam, termasuk wisata yang menggabungkan unsur rekreasi, pendidikan, pengalaman langsung, dan pengenalan terhadap proses produksi lokal. Pengembangan tersebut penting agar potensi desa tidak berhenti sebagai latar kunjungan, tetapi dapat diterjemahkan menjadi pengalaman wisata yang memiliki nilai belajar dan nilai ekonomi bagi masyarakat.

Banyak penelitian telah mengeksplorasi potensi pariwisata Desa Wisata Padusan dari sudut pandang yang berbeda. Nursanti (2024), berusaha untuk menganalisis potensi Wana Wisata Padusan sebagai destinasi yang dapat dikembangkan dalam kerangka *wellness tourism*, terutama karena karakter lingkungan dan suasana kawasan dianggap dapat mendukung kesejahteraan fisik maupun mental pengunjung. Sementara itu, Ridhoi et al. (2023) menekankan kemungkinan pemanfaatan sumber daya lokal, khususnya labu kuning, sebagai basis pengembangan wisata kuliner yang dapat memperkaya identitas produk desa. Insani et al. (2024) juga mengeksplorasi kombinasi pengalaman petualangan, kesehatan, dan ekowisata sebagai karakter yang dapat menguatkan diversifikasi kegiatan pariwisata di Padusan. Ketiga arah kajian tersebut memperlihatkan bahwa kekuatan Padusan terletak pada kemampuannya menggabungkan beberapa jenis pengalaman wisata dalam satu kawasan. Potensi itu membuka ruang bagi pengembangan produk baru yang tidak selalu harus bertumpu pada objek wisata alam yang sudah dikenal. Inovasi dapat diarahkan pada aktivitas edukatif yang membuat pengunjung tidak hanya datang, melihat, dan berfoto, tetapi juga mengikuti proses tertentu, memperoleh informasi baru, dan memahami kaitan antara produk, masyarakat, serta ekonomi lokal. Berdasarkan penelitian sebelumnya, dapat dipahami bahwa Padusan telah memiliki modal destinasi yang relatif kuat. Tantangan berikutnya adalah bagaimana modal tersebut diterjemahkan menjadi pengalaman wisata yang lebih spesifik, mudah dikenali, memiliki cerita yang jelas, dan dapat dikomunikasikan melalui media promosi yang sesuai dengan karakter wisatawan saat ini.

Dengan adanya potensi tersebut, inovasi wisata edukasi berbasis produk susu dapat dikembangkan sebagai salah satu bentuk diversifikasi pengalaman wisata di Desa Padusan. Gagasan ini memiliki karakter yang berbeda karena Padusan tidak memiliki infrastruktur utama produksi susu atau peternakan sapi sebagai basis bahan mentah. Kondisi tersebut tidak harus dipandang sebagai kelemahan, sebab posisi desa dapat diarahkan pada tahapan lain dalam rantai nilai, yaitu sebagai ruang pengolahan, pembelajaran, pengemasan, dan pengenalan produk susu bernilai tambah. Bahan baku susu segar dapat diperoleh dari desa lain di kawasan sekitarnya untuk kemudian diproses menjadi produk kuliner seperti keju, mozzarella, stik susu, maupun variasi produk lain yang mempunyai nilai jual dan masa simpan lebih tinggi. Pola tersebut memungkinkan pengembangan wisata edukasi yang menekankan proses transformasi bahan, bukan hanya proses produksi primer. Wisatawan dapat dikenalkan pada rangkaian

pengetahuan tentang susu, mulai dari asal bahan, proses pemerahan, pengujian mutu, pengolahan, pengemasan, hingga pemasaran. Rangkaian aktivitas tersebut memberikan dasar bagi pembentukan pengalaman edukatif yang lebih utuh. Secara ekonomi, pendekatan ini juga menggeser orientasi dari ketergantungan terhadap komoditas mentah menuju kewirausahaan kuliner kreatif. Nilai tambah tidak hanya muncul dari perubahan bentuk produk, tetapi juga dari pengalaman wisata yang menyertai produk tersebut. Karena itu, konsep eduwisata susu di Padusan ditempatkan sebagai upaya menghubungkan kegiatan pariwisata, edukasi, dan kreativitas produk dalam satu narasi destinasi.

Namun, sebagaimana masalah umum yang sering muncul dalam pengembangan desa wisata di Indonesia, keberadaan potensi belum selalu diikuti oleh kemampuan promosi yang memadai, terutama dalam bentuk visual yang menarik, konsisten, dan mudah dipahami oleh calon wisatawan (Rohmah et al., 2026). Potensi destinasi yang tidak dikomunikasikan dengan baik berisiko hanya dikenal oleh kelompok terbatas atau bergantung pada promosi dari mulut ke mulut. Studi lain menunjukkan bahwa sebagian pelaku pariwisata desa masih mengalami keterbatasan dalam memproduksi materi promosi yang kuat secara visual maupun naratif (Alizadeh & Isa, 2015). Permasalahan tersebut penting karena promosi pariwisata bukan sekadar menyampaikan nama destinasi dan lokasi, melainkan membentuk persepsi awal mengenai pengalaman apa yang akan diperoleh wisatawan. Media promosi yang baik perlu mampu menyusun informasi secara ringkas, memberi gambaran aktivitas, menciptakan daya tarik visual, sekaligus membantu wisatawan memahami keunikan destinasi. Pada situasi ketika wisatawan terbiasa memperoleh informasi secara cepat melalui berbagai perangkat digital, materi promosi yang terlalu padat, tidak terstruktur, atau kurang menarik akan sulit membangun perhatian. Kemampuan untuk menciptakan media promosi yang efektif karena itu menjadi bagian dari daya saing tujuan wisata (Gunawan et al., 2025). Dalam kasus Padusan, kebutuhan promosi menjadi semakin penting karena konsep eduwisata susu masih memerlukan pengenalan. Calon wisatawan perlu memperoleh gambaran mengenai apa yang dimaksud dengan wisata edukasi susu, kegiatan apa yang dapat dilakukan, produk apa yang dapat dikenali, serta nilai pembelajaran apa yang dapat diperoleh selama kunjungan.

Berdasarkan kondisi tersebut, program pengabdian masyarakat ini bertujuan memperluas promosi wisata Desa Padusan melalui perancangan booklet sebagai media informasi dan edukasi. Booklet dipilih karena mampu menyatukan teks, ilustrasi, foto, warna, dan alur informasi dalam satu produk yang relatif ringkas. Penggunaan booklet juga relevan dengan perkembangan teknologi informasi karena produk yang sama dapat dimanfaatkan dalam bentuk cetak maupun digital. Fleksibilitas tersebut memungkinkan media dipakai dalam berbagai situasi, misalnya saat pameran, kunjungan wisata, kegiatan promosi, penyebaran melalui media sosial, maupun pengiriman secara daring kepada calon pengunjung. Pemilihan media ini sejalan dengan kebiasaan masyarakat yang semakin sering mengakses informasi visual melalui perangkat digital, tanpa menghilangkan kemungkinan penggunaan media fisik pada lokasi wisata (Luthfiya et al., 2021; Y. Sari, 2023). Melalui booklet, informasi mengenai eduwisata susu dapat disusun sebagai sebuah perjalanan pengetahuan: pengunjung dikenalkan pada perawatan sapi, proses pemerahan, pengecekan mutu susu, hingga pengemasan dan pemasaran produk. Susunan tersebut sekaligus memperkuat fungsi promosi karena produk wisata tidak hanya ditampilkan sebagai komoditas, tetapi juga sebagai pengalaman. Program ini diharapkan membantu meningkatkan kualitas komunikasi wisata Padusan dan menyediakan contoh media yang dapat dikembangkan kembali sesuai kebutuhan desa. Selain berfungsi sebagai hasil karya promosi, proses perancangannya juga diharapkan dapat menjadi model praktis bagi desa wisata lain yang menghadapi persoalan serupa, yaitu memiliki potensi tetapi belum mempunyai media komunikasi yang mampu menyajikan potensi tersebut secara sistematis, menarik, dan mudah diakses.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada bulan Agustus tahun 2026 di Desa Padusan, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. Kegiatan ini berfokus pada pengembangan booklet sebagai media promosi wisata edukasi pengolahan susu melalui identifikasi kebutuhan, perancangan, dan pengujian produk. Program pengabdian menghasilkan sebuah panduan yang dikembangkan melalui metode perancangan berbasis pendekatan Design Thinking berbentuk Booklet EDUWISATA Pengolahan Susu: Belajar, Berwisata, dan Berdaya dari Susu sebagai media promosi wisata. Pendekatan Design Thinking dipilih karena proses perancangan tidak dimulai dari asumsi perancang mengenai apa yang menarik, melainkan dari upaya memahami kebutuhan pengguna dan masalah komunikasi yang dihadapi oleh destinasi. Proses ini terdiri atas lima langkah, yaitu *Empathize, Define, Ideate, Prototype,* dan *Test* (Soegaard, 2018). Kelima langkah tersebut digunakan secara berurutan untuk memastikan bahwa booklet tidak hanya memiliki tampilan visual yang baik, tetapi juga relevan dengan kebutuhan informasi calon wisatawan. Dalam konteks karya ini, Design Thinking digunakan untuk menjembatani dua kepentingan: kebutuhan Desa Padusan untuk memiliki media promosi yang lebih terintegrasi dan kebutuhan pengguna untuk memperoleh informasi yang ringkas, jelas, menarik, serta mudah diakses. Design Thinking dipahami sebagai pendekatan yang membantu menemukan solusi efektif dan efisien terhadap masalah kompleks melalui proses kreatif yang tetap berorientasi pada pengguna (Alashwal, 2020).

Langkah awal dari perancangan booklet ini adalah empathize yang dilaksanakan untuk memahami kebutuhan, persepsi, dan ekspektasi pengguna terhadap gagasan eduwisata susu di Desa Padusan (Hashim et al., 2019). Kegiatan melibatkan masyarakat sebagai calon pengguna booklet serta Lurah Desa Padusan sebagai perwakilan pemerintah desa. Pada tahap empathize, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan Lurah Desa Padusan dan penyebaran kuesioner kepada masyarakat usia produktif untuk mengidentifikasi ketertarikan terhadap produk olahan susu, pengetahuan mengenai wisata edukasi, dan kebutuhan media promosi. Sementara itu, tahap testing melibatkan 40 responden dari berbagai kelompok usia, yang didominasi Generasi Z. Pengujian dilakukan untuk memperoleh penilaian calon pengguna terhadap tampilan visual, kejelasan informasi, kemudahan akses, dan manfaat booklet sebagai media promosi wisata edukasi susu di Desa Padusan. Pada tahap ini, alternatif media dan susunan informasi dipertimbangkan berdasarkan kebutuhan pengguna serta tujuan promosi. Solusi yang dipilih adalah booklet yang dapat menyajikan informasi secara visual dan berurutan. Pemilihan booklet didasarkan pada kemampuannya menggabungkan informasi destinasi, aktivitas, dan produk dalam satu media yang mudah dibagikan. Isi yang dirancang meliputi konsep eduwisata susu, gambaran aktivitas, informasi perawatan sapi, proses pemerahan, pengecekan mutu, pengemasan, pemasaran, serta produk akhir yang dapat dikenali oleh wisatawan.

Berdasarkan permasalahan dan solusi yang telah ditelaah, tim pengabdian mulai mengembangkan *prototipe* pada booklet. Langkah terakhir adalah testing, yaitu menguji purwarupa kepada pengguna untuk memperoleh penilaian terhadap kualitas media. Penilaian dilakukan melalui kuesioner yang mencakup aspek tampilan visual, kejelasan informasi, kemudahan akses, serta manfaat booklet. Selain respons masyarakat, evaluasi juga melibatkan pihak perangkat desa dan Lurah desa setempat untuk memperoleh masukan dari perspektif kelembagaan. Tahap testing diposisikan sebagai proses evaluasi atas kesesuaian antara rancangan dan kebutuhan pengguna. Respons yang diperoleh digunakan untuk menilai apakah informasi sudah cukup jelas, apakah tampilan mampu menarik perhatian, apakah susunan halaman mudah diikuti, serta apakah booklet memiliki potensi untuk digunakan sebagai media promosi. Hasil evaluasi kemudian menjadi dasar penyempurnaan produk sebelum publikasi. Dengan demikian, testing tidak hanya berfungsi untuk memberikan nilai terhadap produk akhir,

tetapi juga memastikan bahwa keputusan desain yang diambil selama tahap sebelumnya memiliki relevansi bagi calon pengguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil utama program pengabdian ini adalah Booklet EDUWISATA Pengolahan Susu: Belajar, Berwisata, dan Berdaya dari Susu yang dikembangkan menggunakan pendekatan Design Thinking. Booklet dirancang sebagai media promosi sekaligus media edukasi yang memperkenalkan rangkaian aktivitas terkait susu kepada wisatawan. Isi media disusun mulai dari perawatan sapi, proses pemerahan, pengecekan mutu, hingga pengemasan dan pemasaran berbagai produk olahan susu. Penyusunan berdasarkan tahapan tersebut menghasilkan narasi yang lebih mudah diikuti dibandingkan dengan apabila informasi hanya menampilkan produk akhir. Wisatawan dapat memahami bahwa produk susu merupakan hasil dari proses yang terdiri atas beberapa tahapan, masing-masing memiliki fungsi dan pengetahuan tertentu. Dari sisi promosi, struktur ini juga memberi nilai tambah karena daya tarik wisata tidak hanya terletak pada produk yang dapat dibeli, tetapi juga pada proses yang dapat dipelajari. Booklet menjadi jembatan antara gagasan eduwisata dengan pengalaman yang dibayangkan calon pengunjung. Melalui kombinasi teks dan visual, media memberikan gambaran mengenai apa yang akan dilihat, dipelajari, dan dikenali selama mengikuti aktivitas eduwisata. Hasil karya ini karena itu tidak ditempatkan hanya sebagai materi publikasi, tetapi sebagai instrumen komunikasi yang membentuk pemahaman awal wisatawan mengenai karakter wisata edukasi susu di Padusan. Tahapan perancangan booklet tersebut meliputi lima tahap, yaitu *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test.*

Empathize

Tahap empathize menghasilkan pemahaman awal mengenai adanya ketertarikan masyarakat terhadap produk olahan susu dan konsep wisata yang mengandung unsur pembelajaran. Wawancara serta diskusi dengan Lurah Desa Padusan setempat menunjukkan adanya kebutuhan akan media yang dapat digunakan untuk memperkenalkan konsep wisata secara lebih terarah. Jika dilihat dari potensi alamnya, Padusan adalah salah satu desa wisata yang memiliki kekayaan alam yang perlu dimanfaatkan lebih lanjut (Wijaya et al., 2025). Penyebaran kuesioner kepada khalayak juga memperlihatkan bahwa minat terhadap produk susu cukup tinggi, tetapi informasi mengenai wisata edukasi dan promosi wisata di Desa Padusan masih terbatas serta belum tersaji dalam bentuk media yang terintegrasi. Temuan ini menjadi penting karena minat saja tidak otomatis berubah menjadi keputusan berkunjung. Calon wisatawan memerlukan informasi yang membantu mereka memahami apa yang ditawarkan. Dengan kata lain, kesenjangan utama terletak di antara potensi dan komunikasi potensi. Booklet kemudian dirancang untuk mengisi kesenjangan tersebut. Informasi tidak disusun semata-mata untuk menjelaskan produk, tetapi untuk membangun hubungan antara aktivitas wisata dan pengetahuan yang dapat diperoleh pengguna. Hasil tahap empathize memperlihatkan bahwa kebutuhan promosi Padusan tidak hanya berupa peningkatan jumlah informasi, melainkan juga peningkatan kualitas penyajian informasi agar lebih mudah diakses, dipahami, dan dibagikan.

Define

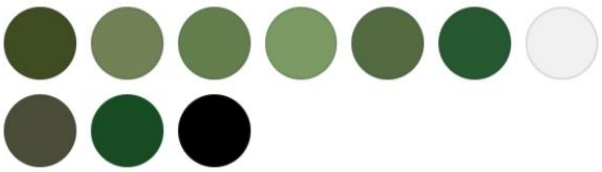
Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner, tahap define memperjelas bahwa persoalan utama adalah belum adanya media informasi yang secara khusus memuat wisata edukasi produk susu di Desa Padusan. Meskipun secara sumber daya pengolahan susu memungkinkan dikembangkan, konsep tersebut masih memerlukan medium yang mampu menjelaskan hubungan antara proses produksi, aktivitas wisata, dan produk akhir. Tanpa media yang terstruktur, informasi berpotensi dipahami secara terpisah-pisah sehingga nilai edukasi tidak terlihat dengan jelas. Karena itu, rumusan masalah desain difokuskan pada kebutuhan untuk menghasilkan media yang ringkas, visual, informatif, dan mudah diakses. Booklet dipilih

sebagai bentuk yang sesuai karena dapat menyusun informasi secara berurutan sekaligus tetap fleksibel untuk penggunaan cetak maupun digital. Pada tahap ini, keberhasilan media tidak hanya didefinisikan melalui kualitas estetika, tetapi juga melalui kemampuan pembaca memahami isi tanpa penjelasan tambahan yang panjang. Perumusan tersebut menjadi dasar bagi pemilihan konten dan desain pada tahap ideate.

Ideate

Pada tahap ideate, dirancang konsep booklet yang memuat informasi mengenai perawatan sapi, pemerahan, pengecekan dan pengujian susu, pengemasan dan pemasaran, serta produk hasil akhir di Desa Padusan. Pemilihan konten tersebut dimaksudkan untuk membangun alur edukasi yang utuh. Informasi dimulai dari proses yang paling awal agar pembaca memahami bahwa kualitas produk akhir berkaitan dengan tahapan sebelumnya. Penyajian lalu bergerak menuju pemerahan dan pengecekan mutu, sebelum masuk pada pengemasan dan pemasaran. Alur ini membantu pembaca melihat proses sebagai satu rangkaian, bukan sebagai informasi yang berdiri sendiri. Dalam menentukan bentuk pengalaman destinasi, proses perancangan memperhatikan konsep 3A berupa Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas (Sufyanti et al., 2026). Kerangka tersebut digunakan untuk memastikan bahwa gagasan aktivitas wisata tidak hanya menarik sebagai ide, tetapi juga mempertimbangkan kualitas pengalaman dan kemudahan akses. Dalam booklet, prinsip tersebut diterjemahkan melalui penekanan pada aktivitas yang dapat menjadi atraksi edukatif, informasi yang membantu orientasi wisatawan, dan penyajian yang mudah dibaca. Tahap ideate dengan demikian menghasilkan bukan hanya daftar konten, tetapi juga struktur pengalaman yang akan dikomunikasikan melalui media (Diri & Marlini, 2019; Sari, 2023).

Pada proses pembuatan booklet, perancang menggunakan sepuluh jenis warna yang dipilih untuk menghasilkan kesan nyaman dan selaras dengan karakter lingkungan Padusan. Pilihan warna terinspirasi dari nuansa alam sehingga visual media tidak terasa terpisah dari konteks destinasi. Penggunaan palet warna yang konsisten berfungsi sebagai identitas visual sekaligus membantu membedakan bagian informasi. Warna tidak hanya diperlakukan sebagai ornamen, tetapi juga sebagai elemen yang membantu pembaca bergerak dari satu halaman ke halaman lain dengan tetap merasakan kesatuan desain. Dalam konteks promosi wisata, konsistensi visual penting karena pembaca biasanya memperoleh kesan pertama sebelum membaca seluruh isi (Kurniawan, 2014). Palet yang terlalu beragam tanpa struktur dapat membuat media tampak padat, sementara palet yang terlalu monoton dapat mengurangi daya tarik. Sepuluh warna yang digunakan diatur untuk tetap berada dalam kesan alami dan lembut, sehingga visual booklet mendukung tema edukasi, produk susu, dan suasana pedesaan. Keputusan ini juga memperkuat posisi booklet sebagai media yang tidak hanya informatif tetapi memiliki karakter visual yang dapat dikenali.



Gambar 1. Palet Warna

(Sumber: Dari Perancang Karya, 2026)

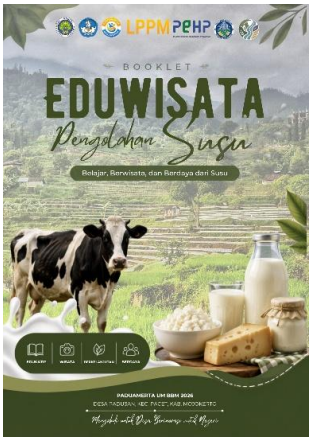
Selain warna, tipografi menjadi komponen penting dalam membangun hierarki informasi. Booklet menggunakan gaya *Open Sans, Bernier, Mistrully, League Spartan, dan Poppins* untuk kebutuhan yang berbeda, terutama judul, subjudul, penanda bagian, dan teks isi. Pemilihan beberapa jenis huruf dilakukan agar halaman memiliki variasi visual tanpa kehilangan keterbacaan. Huruf untuk teks isi diprioritaskan pada bentuk yang sederhana dan nyaman dibaca, sedangkan tipografi yang lebih ekspresif digunakan secara terbatas pada judul

atau elemen penekanan. Susunan tersebut membantu pembaca mengenali tingkat kepentingan informasi secara cepat. Judul besar memberi petunjuk mengenai topik halaman, subjudul memecah informasi menjadi bagian yang lebih kecil, dan teks isi memberikan penjelasan. Dari sisi fungsi, tipografi yang jelas mendukung penggunaan booklet oleh kelompok usia yang beragam. Dari sisi estetika, kombinasi font memberi kesan modern dan ringan sehingga selaras dengan tujuan promosi. Dengan demikian, pemilihan tipografi tidak hanya berdasarkan preferensi visual perancang, tetapi juga diarahkan pada kenyamanan membaca dan keteraturan penyajian informasi.

Prototype

Berdasarkan permasalahan yang telah teridentifikasi, perancang membuat dan mengembangkan purwarupa Booklet EDUWISATA Pengolahan Susu: Belajar, Berwisata, dan Berdaya dari Susu dalam bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia dipilih agar media dapat digunakan secara luas oleh wisatawan domestik dan masyarakat sekitar. Purwarupa disusun menjadi sepuluh halaman konten yang membentuk urutan informasi dari pengenalan hingga produk akhir. Setiap halaman memiliki tujuan komunikatif yang berbeda, tetapi tetap berada dalam satu sistem visual yang sama. Dalam tahap ini, aspek desain diuji secara praktis melalui penempatan gambar, ukuran huruf, komposisi teks, dan pemilihan informasi utama. Konten yang terlalu teknis dipadatkan agar tetap sesuai dengan karakter media promosi, sedangkan bagian yang membutuhkan penekanan diberi ruang visual lebih besar. Purwarupa ini menjadi bentuk konkret dari hasil tahap empathize, define, dan ideate. Jika pada tahap awal kebutuhan pengguna masih berupa temuan, pada prototipe kebutuhan tersebut diterjemahkan ke dalam keputusan desain yang dapat langsung dinilai oleh pengguna.

1) Sampul Cover



Gambar 2. Cover Booklet

(Sumber: Dari Perancang Karya, 2026)

Halaman cover dibuat sebagai tampilan awal sekaligus identitas visual keseluruhan booklet. Cover menampilkan judul, informasi lokasi destinasi, dan representasi produk yang diperkenalkan. Fungsi cover bukan hanya memberi nama pada media, tetapi membangun ekspektasi pembaca mengenai isi dan tema. Karena wisata edukasi susu merupakan konsep yang belum tentu langsung dipahami semua orang, judul dibuat cukup jelas untuk menunjukkan bahwa aktivitas yang ditawarkan mengandung unsur belajar, berwisata, dan pemberdayaan melalui produk susu. Tampilan produk membantu pembaca menghubungkan tema edukasi dengan hasil yang lebih konkret. Informasi lokasi memperjelas hubungan booklet dengan Desa Padusan sebagai destinasi. Secara keseluruhan, cover dirancang untuk mengundang pembaca membuka halaman berikutnya dan sekaligus memperkenalkan karakter visual yang akan digunakan secara konsisten di dalam booklet.

2) Informasi Perawatan Sapi



Gambar 3. Informasi Perawatan Sapi
(Sumber: Dari Perancang Karya, 2026)

Bagian informasi perawatan sapi memuat penjelasan mengenai pemilihan bibit unggul, pemberian pakan, pemantauan kondisi, persiapan pemerahan, serta fakta unik yang relevan bagi pembaca. Informasi ini ditempatkan pada bagian awal karena pengalaman edukasi susu sebaiknya dimulai dari pemahaman mengenai sumber bahan. Meskipun Padusan tidak diposisikan sebagai pusat peternakan sapi, pengetahuan mengenai perawatan tetap penting untuk menjelaskan hubungan antara kualitas hewan, proses pemeliharaan, dan kualitas susu. Materi disajikan secara ringkas agar tidak berubah menjadi teks teknis yang terlalu berat. Pembaca diarahkan untuk memahami prinsip dasar bahwa susu sebagai bahan pangan berasal dari proses pemeliharaan yang memerlukan perhatian terhadap kondisi hewan. Dalam konteks wisata edukasi, bagian ini memperluas pengalaman pengunjung dari sekadar konsumsi produk menjadi pemahaman mengenai proses sebelum produk dihasilkan.

3) Informasi Pemerahan Susu Sapi



Gambar 4. Informasi Pemerahan Sapi
(Sumber: Dari Perancang Karya, 2026)

Pada bagian pemerahan susu sapi, booklet memberikan informasi mengenai dua jenis pemerahan, yaitu manual dan modern, serta sejumlah fakta yang ditemukan selama observasi. Penyajian dua metode tersebut membantu pembaca memahami perubahan teknik dalam proses memperoleh susu. Metode manual memperlihatkan keterampilan yang dilakukan secara langsung oleh manusia, sedangkan metode modern menunjukkan penggunaan peralatan untuk

mendukung efisiensi dan konsistensi proses. Perbandingan sederhana ini memiliki nilai edukasi karena wisatawan dapat melihat bahwa produksi susu tidak berdiri pada satu cara, tetapi berkembang mengikuti kebutuhan dan teknologi. Informasi disusun secara visual agar perbedaan dapat dipahami dengan cepat. Bagian ini juga menjadi penghubung antara materi perawatan sapi dan tahap pemeriksaan kualitas susu, sehingga alur booklet tetap mengikuti urutan proses.

4) Informasi tentang Pengecekan Mutu



Gambar 5. Informasi Pengecekan Mutu
(Sumber: Dari Perancang Karya, 2026)

Bagian pengecekan mutu menjelaskan beberapa tahapan yang dilakukan terhadap susu sapi, mulai dari uji alkohol 76 persen, uji berat jenis, penimbangan susu, hingga distribusi ke depo susu. Informasi mengenai pengecekan mutu penting karena memberi pemahaman bahwa susu yang akan diproses tidak langsung digunakan tanpa pemeriksaan. Setiap tahapan memiliki fungsi dalam memastikan kualitas bahan sebelum bergerak menuju proses berikutnya. Bagi wisatawan, pengetahuan tersebut memberikan dimensi edukasi yang jarang terlihat apabila pengalaman wisata hanya berfokus pada produk jadi. Penyajian proses pengecekan mutu juga memperkuat citra bahwa pengolahan pangan membutuhkan perhatian terhadap standar dan kualitas. Dalam booklet, informasi teknis tersebut disederhanakan melalui susunan visual agar pembaca umum dapat menangkap urutan proses tanpa harus memahami istilah laboratorium secara mendalam.

5) Packaging dan Pemasaran



Gambar 6. Informasi Pengemasan dan Pemasaran
(Sumber: Dari Perancang Karya, 2026)

Bagian pengemasan dan pemasaran memaparkan bentuk produk yang dapat dikembangkan dari susu, seperti susu literan, susu gelasan, susu botolan, yoghurt, dan stik keju khas Padusan. Halaman ini ditempatkan setelah bagian pengecekan mutu untuk menunjukkan tahap ketika bahan telah bergerak menuju produk yang siap dikenali konsumen. Pengemasan memiliki fungsi ganda: melindungi produk dan membentuk daya tarik visual yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Pemasaran kemudian menghubungkan produk dengan konsumen serta dengan citra destinasi wisata. Dalam kerangka eduwisata, bagian ini penting karena pengunjung dapat memahami bahwa nilai ekonomi susu tidak berhenti pada bahan mentah. Produk dapat mengalami diversifikasi, diberi identitas, dikemas, dan dipasarkan sebagai bagian dari pengalaman wisata. Dengan demikian, halaman pengemasan dan pemasaran menjadi titik yang menghubungkan pengetahuan produksi dengan kewirausahaan lokal.

Test

Pada proses uji coba purwarupa booklet, evaluasi dilakukan oleh perangkat desa dan Lurah setempat serta melalui penyebaran kuesioner kepada 40 responden. Jumlah tersebut melampaui target minimal 30 responden yang direncanakan pada tahap metode. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa booklet dinilai menarik, informatif, dan relevan dengan kecenderungan promosi wisata saat ini (lihat table 1). Penilaian tersebut memperlihatkan bahwa kombinasi visual dan informasi yang digunakan dapat diterima oleh pengguna. Dari sisi fungsi, booklet tidak hanya dipandang sebagai media yang enak dilihat, tetapi juga mampu menjelaskan konsep eduwisata susu secara lebih terstruktur. Masukan dari instansi terkait memberikan gambaran mengenai potensi penggunaan media dalam konteks promosi destinasi, sedangkan respons masyarakat mencerminkan pengalaman pembaca sebagai pengguna. Kedua bentuk evaluasi tersebut saling melengkapi karena keberhasilan media promosi membutuhkan penerimaan dari pihak pengelola sekaligus kemudahan bagi audiens. Secara keseluruhan, hasil testing menunjukkan bahwa purwarupa memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai salah satu media promosi Desa Padusan, terutama untuk memperkenalkan gagasan wisata edukasi yang masih memerlukan penjelasan kepada masyarakat luas.

Tabel 1. Hasil evaluasi booklet oleh responden (n=40)

Aspek Penilaian	Respon Positif (n)	Persentase (%)
Tampilan visual booklet menarik	38	95,0
Informasi disajikan dengan jelas	37	92,5
Isi booklet mudah dipahami	39	97,5
Booklet mudah diakses dan digunakan	36	90,0
Booklet bermanfaat sebagai media edukasi	38	95,0
Booklet layak direkomendasikan	37	92,5

Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa booklet dapat menjangkau kelompok usia yang beragam, dengan responden Generasi Z sebagai kelompok mayoritas. Temuan ini relevan karena kelompok tersebut terbiasa berinteraksi dengan informasi visual yang ringkas dan mudah dibagikan melalui perangkat digital. Hampir seluruh responden menyatakan bahwa booklet mudah dipahami, memuat informasi yang jelas dan relevan, serta layak direkomendasikan kepada orang lain. Mayoritas responden juga menyampaikan kepuasan terhadap informasi yang terdapat dalam media. Respons ini menunjukkan dua hal. Pertama, struktur informasi dari perawatan sapi hingga pemasaran cukup mudah diikuti. Kedua, pilihan bentuk booklet mampu menggabungkan fungsi edukasi dan promosi tanpa membuat pembaca merasa menerima materi yang terlalu teknis. Kesediaan untuk merekomendasikan media kepada orang lain juga dapat dipahami sebagai indikasi bahwa booklet memiliki nilai komunikasi yang melampaui penggunaan pribadi. Media yang mudah dibagikan berpotensi

memperluas jangkauan promosi karena pengguna dapat ikut menjadi penyebar informasi. Meskipun hasil uji coba ini belum dimaksudkan sebagai pengukuran dampak kunjungan wisata, penerimaan positif menunjukkan bahwa media telah memenuhi kebutuhan dasar pengguna terhadap informasi yang terstruktur, menarik, dan praktis.

Selain pengujian kepada masyarakat, evaluasi booklet juga melibatkan Lurah Desa Padusan untuk menilai kesesuaian media dengan kebutuhan promosi wisata setempat. Masukan yang diberikan mencakup perlunya penonjolan produk olahan susu khas Padusan, penyederhanaan informasi teknis, serta penguatan identitas destinasi. Menindaklanjuti masukan tersebut, tim melakukan penyempurnaan melalui penyesuaian konten produk olahan susu, penyederhanaan bahasa, dan perbaikan elemen visual agar informasi lebih mudah dipahami. Perbaikan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan relevansi booklet sebagai media promosi wisata edukasi susu di Desa Padusan. Evaluasi keberhasilan program juga mengacu pada prinsip SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-bound*). Aspek spesifik tercermin dari tujuan menghasilkan media promosi khusus wisata edukasi pengolahan susu di Desa Padusan. Aspek measurable ditunjukkan melalui luaran booklet sepuluh halaman dan pengujian kepada 40 responden, melampaui target awal sebanyak 30 responden. Aspek achievable ditunjukkan melalui keberhasilan penyelesaian produk dan pelaksanaan pengujian, sedangkan aspek relevant berkaitan dengan kesesuaian booklet terhadap kebutuhan informasi dan promosi wisata desa. Adapun aspek time-bound mengacu pada penyelesaian perancangan dan pengujian dalam periode kegiatan yang telah ditetapkan.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat melalui perancangan Booklet EDUWISATA Pengolahan Susu di Desa Padusan berhasil menghasilkan media promosi dan edukasi menggunakan pendekatan Design Thinking. Booklet yang terdiri atas sepuluh halaman menyajikan informasi mengenai perawatan sapi, pemerahan, pengecekan mutu susu, hingga pengemasan dan pemasaran produk olahan. Pengujian kepada 40 responden menunjukkan penerimaan positif terhadap tampilan visual, kejelasan informasi, kemudahan pemahaman, dan manfaat booklet. Capaian tersebut menunjukkan bahwa pengembangan media telah memenuhi target luaran yang terukur serta relevan dengan kebutuhan promosi wisata edukasi di Desa Padusan.

Pelaksanaan program masih memiliki beberapa keterbatasan, terutama adanya penyesuaian anggaran untuk kebutuhan aplikasi, transportasi, dan pencetakan booklet. Selain itu, evaluasi masih berfokus pada penilaian pengguna terhadap kualitas media sehingga belum dapat menunjukkan pengaruh langsung terhadap peningkatan minat berkunjung, jumlah wisatawan, maupun manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Oleh karena itu, efektivitas booklet sebagai instrumen promosi destinasi masih memerlukan pengujian lebih lanjut.

Pengembangan selanjutnya disarankan berfokus pada pemanfaatan booklet secara berkelanjutan melalui distribusi cetak dan digital, integrasi dengan media sosial serta kegiatan promosi desa, dan pembaruan informasi sesuai perkembangan potensi wisata. Evaluasi lanjutan juga diperlukan untuk mengukur pengaruh penggunaan booklet terhadap ketertarikan dan keputusan berkunjung wisatawan. Dengan demikian, booklet diharapkan tidak hanya menjadi luaran kegiatan pengabdian, tetapi juga mendukung strategi promosi dan pengembangan wisata edukasi susu secara berkelanjutan di Desa Padusan.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadjon, T. (2025). Authenticity and Tourist Motivation Across Cultural Tourism Experiences: Keaslian dan Motivasi Wisatawan di Seluruh Pengalaman Wisata Budaya. Academia Open, 10(1), 10.21070/acopen.10.2025.10708-10.21070/acopen.10.2025.10708. https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.10708

Alashwal, M. (2020). Design Thinking in STEM Education: A Review. International Research in Higher Education. https://doi.org/10.5430/irhe.v5n1p18

Alizadeh, A., & Isa, R. M. (2015). The use of social media in destination marketing: An exploratory study. Tourism: An International Interdisciplinary Journal, 63(2), 175–192. https://hrcak.srce.hr/139576

Bennett, R., & Savani, S. (2003). The Rebranding of City Places: An International Comparative Investigation. International Public Management Review, 4(2), 70–87. https://ipmr.net/index.php/ipmr/article/view/217

Diri, U. N., & Marlini, M. (2019). Pembuatan Booklet sebagai Media Informasi Bibliocrime di Perpustakaan Universitas Negeri Padang. Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan, 8(1), Article 1. http://ejournal.unp.ac.id/index.php/iipk/article/view/107357

Gunawan, G., Parung, J., Santoso, A., Hapsari, I., Arlianto, J. A., Novawanda, O., & Paah, N. D. (2025). Eksplorasi Objek Wisata Desa yang Unik dan Potensial untuk Pengembangan Kecamatan Wisata dengan Pendekatan Participatory Action Research: Studi Kasus di Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK), 9(1), 33–42. https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2025.v9i1.7554

Hashim, A., Mohd Aris, S. A., & Fook, C. Y. (2019). Promoting Empathy Using Design Thinking in Project-Based Learning and as a Classroom Culture. Asian Journal of University Education. https://doi.org/10.24191/ajue.v15i3.7817

Insani, N., Ridhoi, R., Hidajat, H. G., A'rachman, F. R., Darmendra, I. P. Y., Ardiyanti, R. N., & Veronica, A. (2024). Pro-Environmental Tourism: Lessons Learned from Adventure, Wellness and Eco-tourism in Padusan Village, Mojokerto, East Java. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 1313(1), 012043. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1313/1/012043

Kurniawan, R. R. (2014). Pembuatan Aplikasi Peta Wisata Gunung Kidul Berbasis Flash. https://digilib.uns.ac.id/dokumen/36287/Pembuatan-Aplikasi-Peta-Wisata-Gunung-Kidul-Berbasis-Flash

Luthfiya, D. P., Susanto, E., & Andrianto, T. (2021). Applying the Technology Acceptance Model to Design Wellness Tourism E-Guidebook. Journal of Tourism Sustainability, 1(2), 82–94. https://doi.org/10.35313/jtos.v1i2.16

Nursanti, S. M. I. (2024). Analisis Potensi Wisata di Wana Wisata Padusan Kecamatan Pacet untuk Pengembangan Wellness Tourism [Undergraduate, UPN Veteran Jawa Timur]. https://repository.upnjatim.ac.id/33738/

Ridhoi, R., Oktaviani, R., Nuriansyah, J. S., & Putri, D. M. (2023). MENGGAUNGKAN WISATA PEDESAAN MELALUI KULINER YELLOW CHIPS PUMPKIN (YECHIPUM) KHAS DESA PADUSAN, MOJOKERTO. Jurnal Praksis Dan Dedikasi Sosial, 6(1), Article 1. https://journal-fis.um.ac.id/index.php/jpds/article/view/235

Rohmah, N., Rosyidha, A., Handayani, N. R. P., & Assiva, A. H. P. (2026). Penguatan promosi pariwisata Desa Wisata Kandri melalui pelatihan pembuatan booklet informatif. Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas, 3(1), 19–26. https://doi.org/10.53088/tintamas.v3i1.2637

Sari, I. A. P. W. I. (2023). E-Booklet as Communication Strategy to Influence Change on Tourist's Behaviour in Bali. Bali Tourism Journal, 7(2), 22–26. https://doi.org/10.36675/btj.v7i2.90

Sari, Y. (2023). Analisis Pendahuluan Sebagai Dasar Pengembangan Modul Kimia Organik Bermuatan Hasil Riset Untuk Mahasiswa Pendidikan Kimia. Hydrogen Jurnal Kependidikan Kimia. https://doi.org/10.33394/hjkk.v11i6.9907

Soegaard, M. (2018). The Basics of User Experience Design by Interaction Design Foundation (Kindle Edition). IDFMads.

Sufyanti, A. J., Badjrie, M. H., & Ayu, J. P. (2026). Pengembangan Potensi Wellness Tourism Melalui E-Booklet Berbasis Design Thinking Di Kota Bekasi. EnVation: Journal of Entrepreneurship and Innovation, 1(1), 11–23. https://doi.org/10.37535/107001120262

Wahyudi, D. Y., Wijaya, D. N., Pratama, A. Y., Laili -, V. S. A., & Mufti, M. 'Afwan. (2026). Rebranding Wisata Sejarah Padusan Melalui Peta Digital berbasis Virtual Reality. Jurnal Karinov, 9(1), 21–27. https://journals.um.ac.id/index.php/karinov/article/view/286

Wijaya, D. N., Pratama, A. Y., Nagari, P. M., Wulandari, D., Wahyudi, D. Y., & Mufti, M. 'Afwan. (2025). Profile Videos as a Means of Strengthening the Identity and Competitiveness of Tourism Villages: A Case Study of Padusan Village. 31–38. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-513-3_4