

Produksi Film Mikro Wisata Kolaborasi Forum Film Desa: Pendekatan *Participatory Action Research* dalam Investor Film Desa

Titus Soepono Adji, Prajanata Bagiananda Mulia, Dafa Satriyo Putra
Institut Seni Indonesia, Surakarta

tusjik123@gmail.com

Kata Kunci: produksi film desa, produksi film mikro, urun daya, riset aksi partisipasi, film induced tourism.

Abstrak Produksi film berbasis desa memiliki potensi strategis sebagai media ekspresi komunitas, namun keberlanjutannya sering terkendala oleh keterbatasan pendanaan. Film desa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penguatan identitas lokal, tetapi juga membuka peluang ekonomi, termasuk melalui pengembangan pariwisata berbasis film. Dalam konteks produksi beranggaran mikro, proses kreatif menuntut pemanfaatan sumber daya secara inovatif, sehingga model pembiayaan alternatif seperti urun daya atau gotong royong berbasis komunitas menjadi semakin relevan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *participatory action research* melalui pembentukan Forum Film Desa sebagai ruang kolaboratif yang menghubungkan komunitas film, pelaku usaha lokal, pemerintah, dan akademisi. Forum tersebut memfasilitasi pemetaan sumber daya serta kerja sama produksi antara komunitas film desa dan para pemangku kepentingan setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendanaan kolektif tidak hanya mampu mengatasi keterbatasan dana, tetapi juga meningkatkan partisipasi sosial masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa keberlanjutan produksi film desa bergantung pada terbentuknya ekosistem kolaboratif dan memiliki potensi sebagai instrumen pemberdayaan komunitas sekaligus promosi pariwisata lokal.

Keywords: rural film production, micro-budget filmmaking, crowdfunding, participatory action research (par), film-induced tourism.

Abstract Village-based film production holds strategic potential as a medium of community expression; however, its sustainability is often constrained by limited funding. Village films function not only as a means of strengthening local identity but also as a driver of economic opportunities, including film-induced tourism. In the context of micro-budget production, the creative process requires innovative use of available resources, making alternative financing models such as community-based crowdfunding or collective mutual support increasingly relevant. This study employs a Participatory Action Research approach through the establishment of a Village Film Forum as a collaborative platform connecting film communities, local businesses, government representatives, and academics. The forum facilitates resource mapping and production partnerships between village film communities and local stakeholders. The findings indicate that collective funding not only helps bridge financial gaps but also enhances social participation. These results suggest that the sustainability of village-based film production depends on a collaborative ecosystem and holds potential as a tool for community empowerment and local tourism promotion.

© 2025 JACE. This work is licensed under CC BY-SA 4.0

1. PENDAHULUAN

Film sejak lama dipandang bukan hanya sebagai produk budaya, tetapi juga sebagai instrumen promosi destinasi wisata. Fenomena *film-induced tourism* memperlihatkan bagaimana film dapat menciptakan keterikatan emosional yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi lokasi yang ditampilkan (Beeton, 2006; Andersen, 2017;

Yi et al., 2022). Di Indonesia, film *Laskar Pelangi* berhasil mendorong wisata ke Belitung, sementara *Ada Apa dengan Cinta? 2* meningkatkan kunjungan wisata ke Yogyakarta (Imanjaya & Anggraini, 2022; Pracintya et al., 2022; Mulyadi & Sunarti, 2019). Hal ini menunjukkan kekuatan film sebagai media promosi wisata yang efektif.

Dalam konteks desa, film mikro (micro-budget film) dapat menjadi solusi kreatif untuk mempromosikan potensi lokal. Produksi film dengan anggaran minimal memberi ruang untuk fleksibilitas naratif dan kedekatan dengan realitas sosial masyarakat. Mahaffy (2025) menekankan bahwa film mikro menuntut kreativitas berbasis sumber daya yang tersedia, di mana cerita dirancang agar melekat pada kondisi riil, lokasi, dan kemampuan komunitas setempat. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat keaslian cerita, tetapi juga menjadikan keterbatasan anggaran sebagai *metode estetika* yang efektif.

Praktik film komunitas juga dapat dibaca sebagai bentuk *civic media* (Jenkins et al., 2016), yaitu media partisipatif yang memberi ruang komunitas untuk menyuarakan identitas bersama. Pink (2007) menyebut proses ini sebagai *agensi visual*, di mana produksi audiovisual menjadi medium untuk memperkuat posisi sosial budaya komunitas. Selain itu, Greenberg (2022) menambahkan bahwa penulisan skenario untuk film mikro harus dilakukan melalui *reverse engineering*—memulai dari inventarisasi sumber daya nyata dan kemudian membangun cerita yang efisien dari segi jumlah lokasi, pemain, dan durasi adegan.

Strategi ini sangat sesuai dengan konteks komunitas desa yang bekerja dengan sumber daya terbatas. Dari sisi produksi, Brown (2006) menegaskan pentingnya perencanaan yang sangat presisi dalam film low-budget, terutama terkait penjadwalan, pemetaan lokasi, serta efisiensi kru dan peralatan. Perencanaan yang matang memungkinkan film mikro menjaga kualitas walaupun bekerja dengan anggaran ketat. Sementara itu, Ryan (2017) menyoroti peran produser dalam memastikan seluruh tahapan produksi berjalan efektif meskipun dengan anggaran kecil, termasuk strategi seperti penggunaan cast lokal, konsolidasi lokasi, serta penguatan kerja tim berbasis komunitas. Di sisi pembiayaan, Levison (2022) menekankan pentingnya membangun rencana bisnis film bahkan untuk proyek skala kecil. Ia menunjukkan bahwa investor lebih mungkin terlibat jika film mikro mampu menawarkan nilai tambah seperti kedekatan dengan komunitas, potensi distribusi lokal, dan dampak promosi terhadap sektor ekonomi lain—termasuk pariwisata desa.

Hal ini beririsan dengan kebutuhan komunitas seperti Komunitas Film Karang (KOFIKA) untuk mencari dukungan finansial non-pemerintah melalui skema kemitraan dengan pelaku usaha lokal, seperti Kemuning Jeep Adventure (KJA). KJA merupakan komunitas kewirausahaan masyarakat yang menggarap potensi wisata desa melalui jasa atraksi wisata tour Jeep di Desa Kemuning dan sekitarnya. KOFIKA, yang lahir di Desa Karang, Kabupaten Karanganyar, merupakan contoh nyata komunitas yang berupaya memanfaatkan film sebagai sarana ekspresi dan promosi desa. Namun, ketiadaan anggaran khusus dari pemerintah desa menyebabkan keberlanjutan produksi film desa terhambat. Untuk itu, KOFIKA membutuhkan strategi penggalangan dana inovatif melalui jejaring usaha lokal. Studi terkait mendukung strategi seperti *crowdfunding* (Belleflamme et al., 2014), serta model *embedded promotion* atau *product placement* (Russell, 2002) sebagai alternatif pembiayaan film komunitas.

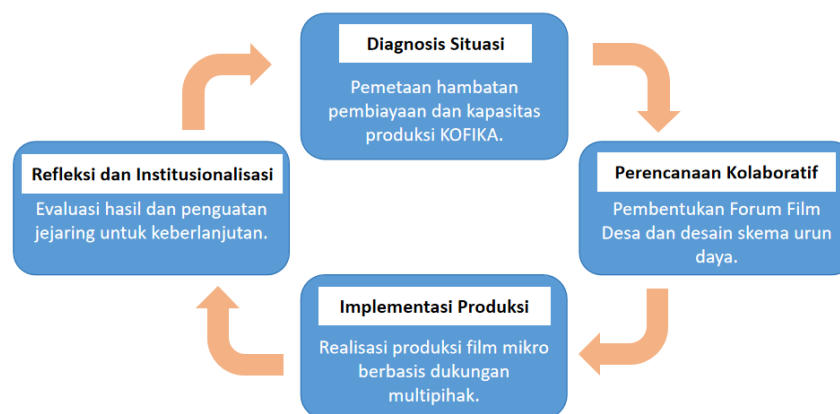
Untuk merespons kebutuhan tersebut diperlukan Forum Film Desa sebagai media kolaboratif sekaligus ruang dialog antara komunitas film, pelaku usaha wisata,

pemerintah desa, dan akademisi, dengan tujuan membangun pemahaman bersama sekaligus menggalang dukungan kolektif untuk produksi film desa. Dalam project ini kasus ini kemitraan antara KOFIKA dan KJA diharapkan menjadi model kolaborasi lintas komunitas yang mampu menghasilkan film mikro berjudul *Selamat Datang Pulang*, yang sekaligus berpotensi menjadi media promosi desa dalam kerangka *film-induced tourism*.

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah utama yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana model kolaboratif berbasis gotong royong dapat dikembangkan untuk mengatasi keterbatasan pendanaan dalam produksi film mikrokomunitas film, sekaligus memperkuat jejaring multipihak untuk memperkuat ekosistem perfilman desa yang berdampak pada kepariwisataan?

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan simulasi prinsip riset aksi partisipatif yang menekankan kolaborasi dan refleksi untuk menghasilkan perubahan sosial yang relevan dengan kebutuhan komunitas (Reason & Bradbury, 2008). Pola ini dilakukan dalam model siklus, yaitu, perencanaan, aksi, observasi dan refleksi, dimana hasil refleksi akan menjadi pijakan dalam merencanakan aksi selanjutnya, sehingga membentuk pola siklus. (Lewin, 1946, Kemmis, 2014). Hanya saja dikarenakan keterbatasan pembiayaan, penelitian ini hanya mengakomodir satu siklus di awal, sehingga siklus berikutnya dapat dibedah dalam suatu penelitian tersendiri.



Gambar 1. Konsep Alur Aksi Partisipasi

Berdasar bagan di atas, dapat digambarkan alur dalam penelitian ini adalah melakukan identifikasi masalah, yaitu berkait dengan tantangan KOFIKA dalam menghadapi kekurangan pembiayaan produksi film. Permasalahan ini dibawa dalam forum perencanaan aksi dimana dalam hal ini terdapat intervensi peneliti, mengajukan konsep crowdfunding. Selanjutnya rencana ini dijalankan dengan melibatkan beberapa mitra mengimplementasikan konsep crowdfunding atau urun daya.

Pelaksanaan urun daya dilakukan oleh KOFIKA dan KJA serta diorganisasi oleh Kelompok Peduli Lingkungan (Kepal) Desa Kemuning kepada beberapa partner yang dapat mendukung. Keseluruhan proses ini diamati dan didokumentasikan untuk menjadi bahan pada tahap refleksi. Tahap refleksi akan menghasilkan simpulan capaian serta identifikasi masalah lanjutan yang dapat ditindaklanjuti sebagai perencanaan aksi lanjutan. Dalam proses ini memungkinkan terciptanya pembelajaran bersama (social

learning) yang menjadi inti metode partisipatif sebagaimana dirumuskan McIntyre (2007).

Keterlibatan aktif komunitas KOFIKA dan seluruh mitra mencerminkan karakteristik partisipasi berbasis komunitas sebagaimana dijelaskan Cornwall & Jewkes (1995), yaitu keterlibatan langsung masyarakat dalam tiap tahap untuk memastikan bahwa solusi yang dirancang betul-betul kontekstual dan berkelanjutan. Dengan demikian, metode partisipatif memungkinkan terbentuknya model kerja sama film desa yang bukan hanya memproduksi film mikro, tetapi juga membangun ekosistem kolaboratif bagi keberlanjutan perfilman desa dan promosi wisata lokal. Metode ini menekankan kolaborasi lintas sektor dengan tujuan eksplisit menggaling dana bersama untuk produksi film. Hal tersebut dibentuk melalui konsep film sebagai instrumen untuk meyakinkan mitra usaha, sementara forum film desa menjadi mekanisme negosiasi untuk mengikat komitmen multipihak.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 KOFIKA dan KJA Komunitas Desa Berbasis Wisata

Dua aktor penting dalam penelitian ini adalah Komunitas Film Karang (KOFIKA) dan Kemuning Jeep Adventure, keduanya merupakan entitas komunitas desa yang sama-sama tumbuh dalam lingkup wisata desa. KOFIKA merupakan komunitas perfilman yang berdomisili di desa Karang Karang, Kecamatan Karangpandan Kabupaten Karanganya. Desa Karang merupakan Desa di lereng gunung lawu, saat ini diproyeksi sebagai penyangga kawasan Wisata Tawangmangu. KOFIKA lahir dari kerjasama masyarakat desa Karang dengan mahasiswa ISI Surakarta melalui workshop perfilman tahun 2021.

Aktifitas tersebut berlanjut dengan melembaganya KOFIKA setelah mendapatkan pengakuan dari pemerintah Desa Karang sebagai komunitas kreatif desa dan melembagakan diri sebagai badan hukum berbentuk perkumpulan dengan nama Perkumpulan Komunitas Perfilman Desa Karang. Potensi yang terdapat di desa ini antara lain wisata outbound, kuliner, serta tanaman hias. Saat ini Desa Karang mengelola destinasi wisata desa bernama Watu Gambir Park, dimana pada tahap awal, KOFIKA berkontribusi mempromosikan destinasi ini melalui beragam konten. Beberapa aktifitas perfilman yang pernah dilakukan kofika, antara lain produksi film, workshop film, diskusi perfilman serta terlibat dalam penyelenggaraan Festival Film Karang (Kafest), pada tahun 2021 sebagai tonggak awal dicanangkannya Desa Karang sebagai desa perfilman. Saat ini Kofika merasa perlu untuk dapat mempertahankan eksistensinya dengan melakukan pengelolaan produksi film yang berkelanjutan.

Dalam penelitian ini KOFIKA sebagai representasi komunitas dari Desa Karang, akan bermitra dengan Kemuning Jeep Adventure (KJA). KJA merupakan sebuah komunitas yang dilandasi solidaritas plaku usaha Jeep Wisata di Desa Kemuning. Desa Kemuning, terletak di Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar dan berjarak sekitar 5km dari Desa Karang. Berbeda dengan Desa Karang yang sedang diproyeksikan sebagai penyangga kawasan wisata Tawangmangu. Desa Kemuning dengan lingkungan view perkebunan teh, telah lebih dulu mewujudkan sebagai destinasi wisata yang kuat. KJA memiliki atraksi wisata offroad mobil jeep dengan menyusuri berbagai destinasi di sekitarnya seperti candi Sukuh dan Cetho, kebun teh Kemuning, air terjun Jumog dan lintasan offroad yang dikelola komunitas yaitu Jimber Park.

Saat ini KJA beranggota dan memiliki armada sejumlah 99 jeep dan memiliki kas hingga ratusan juta rupiah serta berkontribusi pada perekonomian desa kemuning. Pangsa pasar dari komunitas Jeep adalah wisatawan yang berasal dari area Solo Raya dan Jawa Tengah, dan tidak jarang melayani reservasi group yang melibatkan belasan hingga puluhan jeep. Setiap order wisata jeep juga dipaketkan dengan dokumentasi wisata jeep yang menjadi produk memorable bagi wisatawan.

3.2 Identifikasi Masalah

Persoalan yang dihadapi oleh KOFIKA dalam mempertahankan eksistensinya sebagai komunitas film adalah hambatan melakukan produksi film menurut alur kerja standar produksi film. Aktivitas yang dilakukan KOFIKA secara reguler adalah memproduksi konten-konten untuk memasarkan destinasi wisata Watu Gambir Park. Namun demikian hasil yang didapat tidak memadai untuk dialokasikan dalam produksi film sendiri. Namun demikian, KOFIKA tetap terlibat dalam produksi-produksi film yang dilakukan oleh mahasiswa dan komunitas dari Surakarta yang melakukan produksi film di Desa Karang. Hal ini merupakan dampak pelatihan awal yang dilakukan bersama mahasiswa ISI Surakarta. Dampak dari kegiatan tersebut, beberapa anggota KOFIKA mendapatkan penguatan kapasitas, namun belum dapat diterapkan dalam memproduksi karya film sendiri. Berdasar atas hal tersebut dilakukan pemetaan mengenai potensi pembiayaan yang memungkinkan dapat dilakukan KOFIKA. Beberapa hal yang dipetakan antara lain adalah:

- 1 Potensi kerjasama produksi film melibatkan dengan masyarakat Desa Kemuning yang dipandang memiliki akses pendanaan yang baik. Hal ini merupakan hasil pengamatan dari kegiatan KOFIKA sebelumnya di Desa Kemuning, yaitu pemutaran film dan diskusi Keliling Karanganyar Menonton (Keraton) yang dilakukan KOFIKA di Desa Kemuning.
- 2 Terdapatnya ekosistem usaha dan komunitas di desa tersebut yang dapat diberdayakan untuk turut mendukung produksi film.
- 3 Terdapat ekosistem pemutaran film berupa ruang pemutaran film di Karanganyar yaitu SAMS Studio yang dapat menjadi tempat pemutaran film, yang dapat memberi exposure yang baik bagi para pendukung produksi film desa.

3.3 Perencanaan Aksi

Perencanaan aksi dilakukan secara kolaboratif dan melibatkan KOFIKA dengan pemangku kepentingan lain yang akan diajak bekerjasama. Untuk menguatkan hal tersebut, dilakukan pelatihan kurator investor perfilman desa dalam bentuk Forum Film Desa. Forum tersebut difasilitasi ISI Surakarta. Hadir dalam kegiatan tersebut perwakilan KJA, Pemerintah Kabupaten Karanganyar, HIPMI Karanganyar dan SAMS Studio.

Pada kegiatan tersebut dipresentasikan peluang dan prasyarat menjadi investor film mikro beserta keuntungan yang didapatkan. Juga dilakukan studio Tour dan pemutaran film desa yang dilakukan kerjasama KOFIKA dengan ISI Surakarta dan Desa Girimulyo, Ngargoyoso. Hasil dari pertemuan tersebut seluruh pemangku kepentingan menyepakati untuk mendukung produksi perfilman desa. Pelaksanaan workshop merupakan tindakan atau intervensi yang dilakukan peneliti dalam rangka meningkatkan pemahaman berbagai pihak mengenai perfilman desa dan mengetahui berbagai sisi potensi dari masing-masing pihak dalam mendukung perfilman desa.

Dalam kegiatan workshop juga dilakukan presenyasi *konsep* atau rencana produksi film desa yang diproduksi dalam format produksi mikro (*micro-budget film*), yaitu bukan hanya bersifat estetik namun juga berdimensi sosial dan ekonomi. Dengan keterbatasan dana, KOFIKA tetap mampu menyusun *konsep Selamat Datang – Pergi*, yang mengangkat narasi drama romantis berlatar bisnis Kemuning Jeep Adventure (KJA), dan ekosistem bisnis di sekitar Kemuning. Strategi ini sejalan dengan gagasan Beeton (2006) bahwa film dapat membangun citra destinasi dan memicu rasa ingin tahu wisatawan.



Gambar 2-3, Forum Film Desa, sebagai ruang pelatihan kuratorial investor film desa.



Gambar 4. Cover Pitchdeck/ Konsep Selamat Datang Pulang

3.4 Pelaksanaan Aksi

Aksi yang dilakukan KOFIKA dalam kegiatan ini adalah melakukan pendekatan secara intensif dengan mitra utama yaitu KJA. Pendekatan dilakukan melalui pembahasan materi

cerita yang dikembangkan dari ide dasar “Selamat Datang Pulang” menyesuaikan dengan penekanan ciri khas KJA. Selamat Datang Pulang pada dasarnya bercerita mengenai kegelisahan masyarakat desa Kemuning yang mengalami sepi wisata imbas pandemi. Hal ini mengakibatkan sebagian anak muda meninggalkan desa bekerja di luar negeri. Seorang anak muda bertindak untuk mengembalikan kehidupan pariwisata desa melalui sosial media, dan akhirnya membuat beberapa pemuda yang bekerja di luar negeri memutuskan untuk pulang dan mengembangkan wisata desanya.



Gambar 5-6, Produksi yang menonjolkan promosi produk wisata desa,
Kiri: Mini Zoo Kemuning, Kanan: Jeep Merah KJA sebagai ikon. (sumber: dokumentasi penulis)

Dari diskusi yang dilakukan, cerita mendapatkan penguatan yang sesuai dengan ciri khas KJA yaitu menceritakan atraksi wisata jeep sebagai pengungkit kehidupan pariwisata desa sebagai latar cerita. Hal ini sesuai dengan kejadian di awal pandemi, dimana KJA perlu berkonsolidasi dalam menghidupkan kembali pariwisata. Kesepakatan cerita ini membulatkan dukungan KJA untuk membiayai project ini sebagai investor utama produksi. Keterbatasan dukungan pembiayaan dari KJA, juga disiasati bersama dengan proses diskusi bersama melalui pembahasan skenario untuk mendapatkan kesepakatan penyederhanaan produksi tanpa meninggalkan esensi cerita yang akan dihadirkan.

Selanjutnya atas inisiasi KJA juga dilakukan penggalangan dana, untuk mendapatkan sponsor pendamping, yang digerakkan bersama Kepal. Kepal adalah Kelompok Peduli Lingkungan desa Kemuning. Bersama KOFIKA, Kepal berinisiatif mengorganisasi sponsorsip. Dari usaha yang dilakukan didapatkan dukungan berupa dana segar dari beberapa pengusaha kuliner, koperasi, pabrik maupun perkebunan teh. Selain itu didapatkan bantuan lain berupa fasilitas set dan lokasi produksi, peralatan produksi, properti utama yaitu jeep dan pusat kegiatan produksi.

Proses produksi film dilaksanakan pada tanggal 4-5 November 2025, dengan melibatkan masyarakat desa Kemuning serta anggota KJA sebagai pemeran utama dan peran pendukung. Produksi dilakukan dengan menggunakan peralatan sinema berformat Full HD dengan alur kerja produksi film. Hal ini ditunjukkan dalam format sumbar daya manusia dengan penugasan sesuai alur kerja produksi film standar.

Tabel 1. Partisipasi Urun Daya (sumber Titus SA)

No	Entitas Pendukung	Status	Bentuk Dukungan
----	-------------------	--------	-----------------

1	KJA	Produser Investor Utama	Dana segar
2	ISI Surakarta	Produser	Fasilitas dan workshop kuratorial investor
3	LSM pemberdayaan	Produser	Dana Segar
4	Usaha Kuliner	Sponsor	Base Camp dan lokasi produksi
5	Usaha Kuliner	Sponsor	Dana segar
6	Pabrik teh	Sponsor	Dana segar
7	Koperasi	Sponsor	Dana segar
8	Kelompok Masyarakat	Sponsor	Dana segar Pemain
9	Usaha Audio Visual	Sponsor	Diskon sewa alat produksi
10	Perusahaan Bioskop	Sponsor	Diskon lokasi pemutaran
11	Media Massa	Sponsor	Barter Pemberitaan

3.5 Peluang Keberlanjutan: Menuju Ekosistem Perfilman Desa

Sebagai refleksi, pengalaman dan tantangan yang dialami KOFIKA dan KJA dalam produksi ini memperlihatkan peluang yang besar. Pertama, Forum Film Desa telah berhasil membangun jejaring multipihak. Hal ini menjadi modal sosial penting untuk keberlanjutan, karena keberhasilan produksi film ke depan sangat ditentukan oleh kemauan jejaring ini untuk terus bekerja sama. Kedua, rencana pemutaran perdana di Sams Studio memberi kesempatan emas untuk meningkatkan visibilitas film desa, sekaligus mengadvokasi kebijakan daerah dalam mendukung sektor perfilman lokal. Ketiga, kolaborasi dengan HIPMI Karanganyar membuka kemungkinan replikasi model ini di desa lain, sehingga Karanganyar dapat menjadi pionir pengembangan film desa di Indonesia. Jika dikaitkan dengan kajian *film-induced tourism*, peluang ini menegaskan bahwa film desa tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi artistik, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan pariwisata berkelanjutan. Seperti ditunjukkan kasus Belitung dan Yogyakarta, narasi film mampu mengubah destinasi menjadi ikon wisata baru (Imanjaya & Anggraini, 2022; Pracintya et al., 2022). Dengan dukungan multipihak, Desa Karang dan Desa Kemuning dapat menapaki jalur serupa.

4. KESIMPULAN

Desa Karang menunjukkan bahwa praktik produksi film dapat menjadi medium pemberdayaan berbasis gotong royong. Proses PAR yang dilakukan dalam satu siklus meliputi perencanaan aksi, pelaksanaan kolaboratif, observasi, dan refleksi mendorong munculnya model kerja sama lintas sektor antara komunitas film (KOFIKA), pelaku usaha wisata (KJA), pemerintah, akademisi, dan media produksi. Hal ini sesuai pendapat Pink (2007) yang menyebutnya sebagai fenomena agensi visual, yaitu kemampuan komunitas menggunakan media visual untuk mengartikulasikan identitas dan kepentingannya.

Bagi KOFIKA, film merupakan sarana memperkuat posisi tawar desa di tengah arus pariwisata Karanganyar. Dengan memanfaatkan jaringan multipihak baik akademisi, bisnis, birokrasi maupun media produksi film mikro dapat diproduksi dengan alur kerja profesional meski dengan biaya dan peralatan terbatas. Dari perspektif pemberdayaan,

film mikro juga memberi nilai tambah berupa peningkatan kapasitas komunitas dalam manajemen produksi. Hal ini memperkuat pandangan Jenkins et al. (2016) tentang civic media, di mana film berfungsi sebagai sarana komunitas untuk membangun narasi kolektif dan memperjuangkan aspirasi strategisnya.

Forum Film Desa Karanganyar sebagai intervensi peneliti dalam PAR menjadi alat bantu aksi siklus yang dilakukan KOFIKA dan KJA untuk menunjukkan produksi film mikro sebagai instrumen efektif untuk promosi pariwisata desa. Melalui konsep film yang strategis dan kolaboratif KOFIKA berhasil membangun fondasi kerja bersama dengan pemerintah, pengusaha, dan mitra pariwisata. Meskipun produksi film masih memerlukan banyak dukungan dana, capaian forum memperlihatkan bahwa strategi kolaboratif dapat menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan pembiayaan. Forum Film Desa dapat direplikasi sebagai model inovatif dalam membangun ekosistem perfilman desa berbasis kolaborasi multipihak.

5. Ucapan terima kasih

Peneliti menyampaikan terima kasih sebesarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat ISI Surakarta yang telah membiayai program Pengabdian Kepada Masyarakat melalui DIPA tahun 2025 yang menghasilkan artikel ini. Juga seluruh partisipan penelitian yang terlibat, terutama Komunitas Film Karang dan Kemuning Jeep Adventure, Kepala Desa Karang, Karangpandan dan Kepala Desa Kemuning, Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar, Lumbung Ilmu Penegetahuan, Kepal, Nala Creative, Sam Studio, Pemerintah Kabupaten Karanagnyar, HIPMI Karanganyar, Pengelola Laboratorium Multimatra ISI Surakarta, serta pengusaha di lingkungan Desa Kemuning, Desa Girimulyo dan Desa Karang yang telah membantu berjalannya proses kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Andersen, R. G. (2017). Film-induced tourism: A qualitative exploration of film's role in tourism development (Master's thesis). Copenhagen Business School.
- Beeton, S. (2006). Understanding film-induced tourism. *Tourism Analysis*, 11(3), 181–188.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609.
- Brown, R. L. (2006). *Planning the low-budget film*. Chalk Hill Books.
- Cornwall, A., & Jewkes, R. (1995). What is participatory research? *Social Science & Medicine*, 41(12), 1667–1676.
- Greenberg, D. J. (2022). *Screenwriting for micro-budget films: Tips, tricks and hacks for reverse engineering your screenplay*. Routledge.
- Imanjaya, E., & Anggraini, S. N. (2022). For the sake of film pilgrims and film travellers: The impact of Laskar Pelangi and Ada Apa Dengan Cinta? 2 on local economies. *Film Economy*.
- Jenkins, H., Shresthova, S., Gamber-Thompson, L., Kligler-Vilenchik, N., & Zimmerman, A. (2016). *By any media necessary: The new youth activism*. NYU Press.
- Kemmis, S., McTaggart, R., & Nixon, R. (2014). *The action research planner: Doing critical participatory action research*. Springer.

- Levison, L. (2022). *Filmmakers and financing: Business plans for independents* (9th ed.). Routledge.
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Journal of Social Issues*, 2(4), 34–46. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1946.tb02295.x>
- Low, S. M., & Merry, S. E. (2006). Engaged anthropology: Diversity and dilemmas. *Current Anthropology*, 47(2), 203–226.
- Mahaffy, J. (2025). *Micro-budget methods of cinematic storytelling: A practical guide to making narrative media with minimal means*. Routledge.
- McIntyre, A. (2007). *Participatory action research*. SAGE Publications.
- Mulyadi, R. M., & Sunarti, L. (2019). *Film induced tourism dan destinasi wisata di Indonesia*. Metahumaniora.
- Pink, S. (2007). *Doing visual ethnography* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Pracintya, I. A. E., Putra, I. N. D., & Yathy, P. S. (2022). Simbol-simbol promosi pariwisata Yogyakarta dalam film *Ada Apa Dengan Cinta? 2*. Panggung.
- Reason, P., & Bradbury, H. (Eds.). (2008). *Handbook of action research: Participative inquiry and practice* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Russell, C. A. (2002). Investigating the effectiveness of product placements in television shows: The role of modality and plot connection congruence on brand memory and attitude. *Journal of Consumer Research*, 29(3), 306–318.
- Ryan, M. A. (2017). *Producer to producer: A step-by-step guide to low-budget independent film producing* (2nd ed.). Michael Wiese Productions.
- Yi, K., Lin, X., Huan, T.-C., Liu, Y., Wang, Y., & Liu, W. (2022). Sustainable development for film-induced tourism: From the perspective of value perception. *Frontiers in Psychology*, 13, 875084.