

Strategi Inovatif Dalam Pengembangan Komunitas Dkv Fisip Unija

Oleh :

Moh Nurul Hakim¹⁾, Hidayat²⁾

^{1,2)}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Wiraraja

E-mail : hakimkam06@gmail.com **

Abstrak

Strategi inovatif dalam pengembangan komunitas Desain Komunikasi Visual (DKV) di lingkungan FISIP Universitas Wiraraja. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus, melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumentasi kegiatan komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunitas DKV sedang berada pada fase pembentukan dan penguatan identitas, dengan inisiatif mahasiswa sebagai penggerak utama. Strategi inovatif yang diterapkan meliputi pemanfaatan media sosial (Instagram, TikTok, YouTube) untuk membangun identitas digital dan menyebarkan konten edukatif, pelatihan internal berbasis kebutuhan, serta integrasi umpan balik pengguna dalam pengembangan desain. Kegiatan komunitas juga mencerminkan pendekatan kolaboratif dan user-centered design, seperti penyusunan template visual dan katalog portofolio digital. Meskipun demikian, komunitas masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan sumber daya, struktur pelatihan yang belum terstandarisasi, serta kurangnya kolaborasi eksternal. Penelitian ini merekomendasikan penguatan pelatihan berbasis jenjang, integrasi isu sosial dan teknologi dalam praktik desain, serta pengembangan kemitraan lintas sektor. Komunitas DKV FISIP memiliki potensi besar sebagai agen perubahan sosial dan budaya jika strategi inovatif dijalankan secara berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kata Kunci: Strategi, Inovatif, Pengembangan

1. Pendahuluan

Desain Komunikasi Visual (DKV) sebagai bidang multidisipliner berperan penting dalam membentuk persepsi, dan budaya. Pemberdayaan komunitas berbasis digital menjadi strategi efektif untuk meningkatkan partisipasi generasi muda, mendorong kreativitas, dan inovasi melalui platform digital seperti media sosial. (Alwasili et al., 2025) Seiring perkembangan teknologi informasi dan globalisasi, kebutuhan akan inovasi dalam pengembangan komunitas DKV menjadi semakin mendesak.

Komunitas DKV saat ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang kolaborasi dan pengembangan keterampilan, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial, ekonomi, dan budaya. Dalam menghadapi tantangan dunia kreatif yang dinamis, strategi inovatif diperlukan untuk memperkuat struktur organisasi komunitas, meningkatkan keterlibatan anggotanya, dan memperluas dampaknya.

Strategi inovatif dalam konteks ini mencakup pendekatan berbasis teknologi digital seperti penggunaan media sosial, platform pembelajaran daring, pameran

virtual, serta integrasi teknologi terbaru seperti Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR) dalam praktik komunitas.

Pengembangan komunitas kreatif DKV memerlukan penerapan prinsip-prinsip desain berpikir (*design thinking*) untuk merancang program yang berpusat pada kebutuhan anggota komunitas. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya solusi kreatif yang relevan dengan kebutuhan zaman. Selain itu, strategi kolaboratif lintas sektor, seperti kemitraan dengan sektor teknologi, bisnis, dan pendidikan, juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kapasitas komunitas. Komunitas DKV modern juga dituntut untuk membangun budaya inovasi yang berkelanjutan melalui pembentukan ekosistem yang mendukung eksplorasi ide-ide baru, eksperimentasi, dan kegagalan yang produktif. Di samping itu, adopsi prinsip *open innovation* mendorong komunitas untuk lebih terbuka terhadap ide-ide dari luar komunitas itu sendiri.

Keterlibatan aktif anggota komunitas sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti rasa memiliki (*sense of belonging*), relevansi program, serta kesempatan nyata untuk berkembang dan berjejaring. Oleh karena itu, strategi inovatif seperti program mentoring kreatif, hackathon desain, dan kolaborasi proyek berbasis kebutuhan sosial dapat menjadi

instrumen efektif dalam memperkuat kohesi komunitas. Di tengah perkembangan era ekonomi kreatif 4.0 dan society 5.0, komunitas DKV perlu memperluas orientasinya tidak hanya pada pengembangan karya, tetapi juga pada pemberdayaan sosial melalui desain yang berkelanjutan (*sustainable design*) dan desain yang berorientasi pada dampak sosial (*social impact design*) (Manzini, 2015).

2. Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Kualitatif deskriptif yaitu mendeskripsikan secara mendalam strategi inovatif yang diterapkan dalam pengembangan komunitas Desain Komunikasi Visual (DKV). Pendekatan ini dipilih untuk memahami proses kreatif, pola kolaborasi, dan adopsi teknologi dalam komunitas DKV yang bersifat dinamis dan berbasis pada kreativitas visual.

Metode studi kasus dipilih untuk mengkaji secara spesifik praktik-praktik inovatif yang dilakukan oleh komunitas DKV terpilih, seperti pengembangan platform digital komunitas, penyelenggaraan pameran virtual, dan kolaborasi lintas disiplin. Subjek penelitian terdiri dari pendiri komunitas, pengelola program inovasi, dan anggota aktif komunitas, yang dipilih menggunakan

purposive sampling berdasarkan keterlibatan aktif mereka dalam kegiatan inovatif komunitas.

Teknik yang digunakan untuk mendukung kegiatan pengembangan komunitas yaitu dengan memberikan pelatihan dan pendampingan penggunaan berbagai alat-alat Laboratorium yang berhubungan dengan keilmuan desain komunikasi visual. Selain itu menggunakan pengumpulan data meliputi wawancara mendalam dengan struktur semi-terbuka untuk menggali pengalaman partisipan dalam merancang dan menerapkan strategi inovatif, observasi partisipatif dalam kegiatan komunitas seperti workshop daring, kolaborasi proyek desain, dan kampanye sosial berbasis visual, serta analisis dokumentasi berupa media sosial, publikasi daring, dan arsip program komunitas. Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik, dengan tahap pengkodean, kategorisasi, dan interpretasi untuk menemukan tema-tema utama terkait inovasi dalam pengembangan komunitas DKV. Untuk meningkatkan keabsahan data, digunakan teknik triangulasi metode dan validasi informan (member checking).

Penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika penelitian, antara lain memperoleh persetujuan partisipan, menjaga kerahasiaan identitas responden, serta menggunakan data hanya untuk

kepentingan akademik. Dengan metode ini, penelitian bertujuan untuk menghasilkan pemetaan praktik inovatif yang dapat menjadi referensi dalam pengembangan komunitas DKV yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan sosial.

3. Hasil Dan Pembahasan

Pembentukan komunitas DKV merupakan bentuk strategi inovatif berbasis inisiatif mahasiswa (bottom-up approach), yang menciptakan ruang belajar kolaboratif dan partisipatif. Peranan mahasiswa sebagai contoh dapat memberikan kemajuan dalam hal literasi digital seperti: Penggunaan alat komunikasi elektronik seperti handphone dan laptop yang kini telah merambat ke daerah-daerah yang membuat literasi digital dapat diakses dengan mudah dan membantu anak-anak khususnya dalam kegiatan belajar mengajar, bahan bacaan pada literasi digital dinilai cukup menarik sehingga minat baca anak-anak meningkat, Saat menjelajah di dunia digital banyak terdapat beritaberita palsu (hoax), mahasiswa memberikan contoh untuk tidak langsung mempercayai berita tersebut dengan menyaring berita tersebut dengan literasi digital. Mahasiswa mendisain platform literasi digital yang mudah diakses sehingga minat baca meningkat. Penggunaan teknologi yang tepat sasaran. (Yoga Pratama et al., 2022) Keberadaan komunitas ini juga memperlihatkan respons

terhadap kebutuhan mahasiswa untuk mengembangkan skill non-akademik yang relevan dengan industri kreatif, terutama Desain Komunikasi Visual.

Menurut teori *Social Learning*, pembelajaran terjadi secara efektif melalui observasi, interaksi sosial, dan praktik langsung dalam konteks komunitas. Komunitas DKV telah menjadi arena pembelajaran informal di mana anggotanya dapat meningkatkan kemampuan desain grafis, ilustrasi, dan videografi melalui proyek nyata dan pelatihan internal. Kegiatan pembuatan konten informatif juga menunjukkan bahwa komunitas ini tidak hanya berorientasi pada estetika visual, tetapi juga pada *visual communication* sebagai penyampai pesan publik, sesuai dengan fungsi desain dalam menyampaikan ide secara efektif.

Namun, komunitas ini masih menghadapi tantangan dari segi sistem pelatihan yang belum terstruktur, minimnya kolaborasi dengan pihak luar, serta kurangnya dukungan sarana dan pembimbing profesional. Untuk memperkuat komunitas, dibutuhkan strategi pelatihan berbasis jenjang kemampuan (beginner–intermediate–advanced), kerja sama lintas program studi, serta integrasi desain dengan isu-isu sosial, pemilu kampus, kesehatan mental mahasiswa, atau promosi budaya lokal Madura dalam format visual modern.

Media sosial berperan penting dalam mengembangkan identitas publik dan menjangkau audiens komunitas DKV. Pemanfaatan media komunitas untuk menuntun, membimbing dan mendiskusikan berbagai hal berkenaan dengan upaya peningkatan cerdas media. Dengan kata lain media komunitas dapat digunakan untuk kepentingan pendidikan media. Berbagai pengalaman (termasuk pengalaman yang ada pada masyarakat atau bahkan bangsa lain) dapat saling dibagi dengan atau melalui media komunitas, dan berbagai petunjuk atau saran-saran menyangkut dimensi kedua dari penggunaan media seperti di atas telah dikemukakan dapat disampaikan, dan bahkan berbagai persoalan penting menyangkut cerdas media dapat didiskusikan di antara sesama warga komunitas. Strategi kreatif yang diterapkan menggunakan perpaduan media. Apabila tujuan media berdasarkan pada reach, frequency, dan continuity, maka paduan media yang ditentukan juga berdasarkan reach, frequency, dan continuity. Tujuan diadakannya pemilihan media adalah untuk efektivitas komunikasi.(Setiawan, 2015). dan penggunaan Instagram, TikTok dan Youtube menjadi strategi digital utama untuk:

- Mempublikasikan karya desain komunitas.

- Mempromosikan kegiatan pelatihan atau kolaborasi.
- Menyampaikan pesan edukatif dan informasi kampus secara visual.

Hasil analisis, akun media sosial komunitas mengalami peningkatan keterlibatan (engagement), terutama pada konten edukatif dan dokumentasi kegiatan. Digital yang telah dikenal banyak orang memang lebih maju dan lebih canggih, Terbantunya merealisasikan rencana untuk pemeran seni menggunakan aplikasi instagram dan webinar untuk mengulas karya. Digital tidak ada habisnya untuk perkembangan dunia kedepan sehingga semakin banyaknya aplikasi yang sudah tersedia, masyarakat khususnya mahasiswa akan semakin ramai dalam berpartisipasi dan menggunakan kesempatan tersebut untuk memperlihatkan karyanya. (Farhatin et al., 2021) Jumlah pengikut meningkat sebesar 60%, dengan peningkatan permintaan desain dan konten dari pihak internal fakultas seperti HIMA, BEM, dan warga kampus.

Hal ini sejalan bahwa media sosial memungkinkan organisasi kecil membangun kesadaran merek (*brand awareness*) dengan cepat melalui komunikasi dua arah (Kurli et al., 2024). Selain itu, aktivitas media sosial DKV turut mendorong terciptanya konten visual yang dipersonalisasi sesuai dengan minat, bidang keahlian, dan karakter komunitas, sehingga

pesan yang disampaikan menjadi lebih relevan dan mudah diterima oleh audiens. Namun, sambil menyediakan peluang, pengguna dan pemimpin komunitas juga perlu berhati-hati terhadap isu-isu privasi, keamanan, dan pengelolaan yang muncul. Dengan pemahaman yang baik tentang peran media sosial dalam pengembangan komunitas, kita dapat memaksimalkan manfaatnya sambil mengatasi tantangan yang ada.

Penggunaan media sosial dapat meningkatkan interaksi di komunitas secara signifikan. Melalui media sosial, anggota komunitas bisa berinteraksi dengan lebih banyak orang, bertukar informasi, dan mengembangkan hubungan yang lebih dalam. Namun, perlu diingat bahwa interaksi online tidak dapat sepenuhnya menggantikan interaksi fisik, dan tetap diperlukan komunikasi yang langsung. "Salah satu tantangan dalam menggunakan media sosial untuk pengembangan komunitas adalah mengelola konten yang relevan dan menarik. Selain itu, keamanan dan privasi juga perlu diperhatikan agar anggota komunitas merasa aman dan nyaman dalam berinteraksi di media sosial." (Ayu Armaya et al., 2023)

Umpan balik dari pengguna desain grafis, ilustrasi, dan videografi (dosen, organisasi mahasiswa) memiliki pengaruh langsung terhadap peningkatan kualitas

layanan dan produk komunitas. Bentuk umpan balik mencakup:

- Kritik terhadap elemen visual (warna, font, layout).
- Kebutuhan desain yang lebih responsif terhadap audiens.
- Komunitas DKV menanggapi masukan tersebut dengan beberapa inovasi:
- Pembuatan sistem template desain berdasarkan tipe acara (formal, edukatif, promosi).
- Dokumentasi portofolio dalam katalog digital untuk referensi dan promosi layanan.

Hal ini mencerminkan prinsip di mana proses desain berorientasi pada kebutuhan pengguna akhir. Melalui integrasi umpan balik dalam setiap proses kerja, komunitas tidak hanya meningkatkan kualitas output, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen yang memiliki kebutuhan, karakteristik, dan perilaku tertentu yang mungkin memerlukan produk atau strategi pemasaran yang dilakukan. (Dance, 2024)

4. Kesimpulan

Pengembangan komunitas Desain Komunikasi Visual (DKV) di lingkungan FISIP Universitas Wiraraja berada dalam fase pembentukan dan penguatan identitas, yang ditandai dengan munculnya inisiatif mahasiswa dalam menciptakan ruang

ekspresi kreatif berbasis kolaborasi. Motivasi belajar mahasiswa berfungsi sebagai pemacu untuk mencapai kesuksesan dan keberhasilan dalam proses pembelajaran. Motivasi belajar memiliki peran penting bagi mahasiswa karena dapat membangkitkan semangat dan mengarahkan proses belajar mereka. (Kirana et al., 2024) Strategi inovatif yang telah diterapkan meliputi pemanfaatan media sosial untuk membangun identitas dan menyebarkan konten edukatif, pelatihan internal yang berbasis kebutuhan, serta respon aktif terhadap umpan balik konsumen melalui pendekatan desain yang berpusat pada pengguna (user-centered design).

Media sosial terbukti berperan signifikan dalam membangun kesadaran publik terhadap eksistensi dan karya komunitas, sekaligus menjadi kanal strategis untuk promosi, edukasi, dan interaksi dengan audiens. Di sisi lain, mekanisme pengumpulan dan penerapan umpan balik konsumen telah membantu komunitas dalam mengembangkan produk visual yang lebih relevan dan tepat sasaran.

Untuk memperkuat komunitas DKV secara berkelanjutan, perlu dilakukan pengembangan struktur pelatihan berbasis jenjang, peningkatan kolaborasi dengan pihak eksternal, serta penerapan prinsip-prinsip design thinking dalam perencanaan program. Komunitas DKV FISIP memiliki

potensi besar sebagai agen perubahan sosial dan budaya di lingkungan kampus, terutama bila mampu mengintegrasikan praktik desain, ilustrasi, videografi dengan isu-isu sosial dan teknologi kontemporer secara inovatif dan strategis.

5. Daftar Pustaka

- Alwasili, A., Rahmawati, T., & Rahmatullah, M. A. (2025). *Analisis Metode Pemberdayaan Komunitas Berbasis Digital melalui Youth Idea Community (YIC) Indonesia*. 5(2), 830–838.
- Ayu Armaya, A., Syafitri Yasmin, A., Agustina, D., & Nurbaiti, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Komunitas Virtual. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11), 829–834.
- Dance, J. (2024). *KAJIAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL MEDIA PROMOSI SUMBAWA ART FESTIVAL 2022*. 1, 1–9.
- Farhatin, N., Pratiwi, F. R., & Farid, F. (2021). Media Instagram sebagai Media Publikasi Karya Mahasiswa DKV ISI Surakarta di Masa Pandemi Covid-19. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 2(1), 96–105.
<https://doi.org/10.33153/citrawira.v2i1.3672>
- Kirana, C. A. D., Ravenska, N., & Fauzi, R. M. (2024). Upaya Mengoptimalkan Peluang Inovasi Digital Bagi Mahasiswa melalui Pelatihan dan Pendampingan Digital Branding. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 2277–2287.
<https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5264>
- Kurli, A., Anugerah, A. D., H., Putra, D. F., & Riady, R. (2024). Pelatihan Desain Grafis untuk Membekali Siswa SMKN 1 Kalianget Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran. *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 19–29.
<https://doi.org/10.24929/abhakte.v2i1.3457>
- Setiawan, A. (2015). Strategi Kreatif Iklan Layanan Masyarakat (Tinjauan Perancangan ILM Karya Mahasiswa DKV UDINUS). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual &*

Multimedia, 1(01), 17–32.
<https://doi.org/10.33633/andharupa.v1i01.954>

Yoga Pratama, A., Gusrianti, N., & Amrul Haq, K. (2022). Peran Mahasiswa Dalam Meningkatkan Literasi Digital. *Jurnal Tonggak Pendidikan Dasar : Jurnal Kajian Teori Dan Hasil Pendidikan Dasar*, 1(2), 96–101.
<https://doi.org/10.22437/jtpd.v1i2.22876>