

## Analisis *Design Thinking* pada Poster Film KKN di Desa Penari (2022) Versi *Cut*, *Uncut*, dan *Extended*

**Fepriana Chitra Sekar Ramadhani**

Universitas Indraprasta PGRI

**Dinda Aisyah**

Universitas Indraprasta PGRI

**Rava Syazwana Cahyadi Putra**

Universitas Indraprasta PGRI

**Puri Kurniasih**

purikurniasih@gmail.com

Universitas Indraprasta PGRI

**ABSTRAK:** Film KKN di Desa Penari merupakan salah satu film laris di tahun 2022 yang diangkat dari sebuah cerita viral di media sosial. Selain ceritanya yang viral, poster film KKN di Desa Penari juga menjadi poster yang populer karena terdiri atas beberapa model poster dan menggunakan teknologi hologram sehingga sangat menarik untuk dikaji. Poster sebagai salah satu produk dari desain komunikasi visual pada film ini memiliki peran yang penting untuk mempromosikan film. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis poster film KKN di Desa Penari karya Awi Suryadi. Pendekatan yang digunakan adalah *Design Thinking* sebagai metode untuk menganalisis sebuah produk berupa poster film dalam rangka mendeskripsikan elemen desain yang terdapat pada poster tersebut. Tahapan yang dilakukan adalah *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Pengambilan data pada penelitian ini berupa studi literatur, penelitian studio, dan observasi virtual. Hasil dari penelitian ini adalah makna visual poster berdasarkan proses (kreatif) desain. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa cerita lokal tentang Desa Penari yang bersifat lisan dari mulut ke mulut bisa menjadi sebuah wacana (atau bahkan kebenaran); melalui kreativitas sebuah cerita dapat menjadi sebuah karya. Implikasi dari penelitian ini adalah implikasi metodologis mengenai bagaimana menerapkan salah satu teori dalam desain untuk menganalisis sebuah produk.

**Kata kunci:** Design Thinking, Poster, Film KKN di Desa Penari

**ABSTRACT:** The movie KKN di Desa Penari is one of the best-selling movies in 2022, which is based on a viral story on social media. In addition to the viral story, the KKN di Desa Penari movie poster is also a popular poster because it consists of several poster models and uses hologram technology, making it very interesting to study. Posters as one of the products of visual communication design in this film have an important role to promote the film. The purpose of this research is to analyze the movie poster of KKN di Desa Penari by Awi Suryadi. The approach used is *Design Thinking* as a method to analyze a product in the form of a movie poster in order to describe the design elements contained in the poster. The stages carried out are *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* and *test*. Data collection in this research is in the form of literature studies, studio research and virtual observation. The result of this research is the visual meaning of the poster based on the (creative) design process. Based on the results of the research, it can be concluded that local stories about Desa Penari that are oral from mouth to mouth can become a discourse (or even truth); through creativity a story can become a work. The implication of this research is the methodological implication of how to apply one of the theories in design to analyze a product.

**Keywords:** Design Thinking, Poster, KKN in Desa Penari Film

## Pendahuluan

Film dengan latar cerita mistis atau horor seringkali bisa menembus jutaan penonton, seperti film *Jelangkung*, *Danur*, *Suzanna: Bernapas dalam Kubur*, serta *Pengabdi Setan* (Kompas TV, 2022). Menurut kritikus film Eric Sasono, kisah mistis yang diangkat sudah pasti terasa dekat dengan kehidupan masyarakat Indonesia. Film *KKN di Desa Penari* dinilai berhasil membangun rasa penasaran masyarakat. Film *KKN di Desa Penari* telah berhasil menghidupkan kembali industri film horor Indonesia (Andini, 2022). Film ini menarik untuk diteliti karena ketika pandemi Covid-19 melanda dunia, perilaku penonton berubah. Orang-orang menjadi terbiasa menonton film di rumah. Dengan demikian, para pegiat film mencari alternatif untuk membuat penonton meninggalkan kursi nyamannya di rumah dan pergi ke bioskop.

Film *KKN di Desa Penari* yang telah tertunda penayangannya selama dua tahun rupanya berhasil menarik keingintahuan orang (Kompas TV, 2022). Keingintahuan tersebut bahkan memberikan dampak yang luar biasa, salah satunya yaitu adanya rumah hantu bertema khusus film *KKN di Desa Penari* dengan konsep "Perjalanan Melalui Sebuah Cerita". Rumah hantu ini berlokasi di FX Sudirman Mall yang dibuka untuk umum selama 1 bulan. Selain itu, ada *filter* Instagram yang sebelum digunakan kita harus memindai sebuah *barcode* kemudian nanti akan langsung terhubung ke Instagram.

Sejak 2022, banyak artikel yang membahas mengenai film *KKN di Desa Penari*, tetapi masih sedikit artikel yang secara spesifik membahas mengenai poster film tersebut. Hanya ada tiga artikel yang membahas mengenai poster *KKN di Desa Penari*, dua di antaranya tidak membahas secara langsung poster tersebut sebagai objek. Dengan demikian, tulisan ini akan mengambil ruang yang masih jarang dibahas, yaitu membahas poster film *KKN di Desa Penari*. Secara umum, poster tidak lain adalah sebuah pengumuman atau iklan berbentuk gambar maupun tulisan yang berisi himbauan atau ajakan untuk melakukan sesuatu. Salah satu contoh poster yang sering dijumpai adalah poster film. Poster film adalah media visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi budaya atau komersial melalui semiotika sosial seperti tipografi, ilustrasi/gambar, tata letak, dan warna (Rezeki & Sagala, 2023). Para penonton film sangat dipengaruhi oleh poster film, yang berfungsi sebagai alat promosi dan umumnya berisi informasi tentang film itu sendiri, seperti judul film, aktor, tanggal rilis, kredit *title*, dan informasi lainnya. Poster film dirancang semenarik mungkin untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang isi film kepada penonton (Rahmadani dkk., 2022). Poster film horor seringkali menjadi media penting dalam menarik perhatian penonton potensial dan menggambarkan esensi film. Tipografi dalam

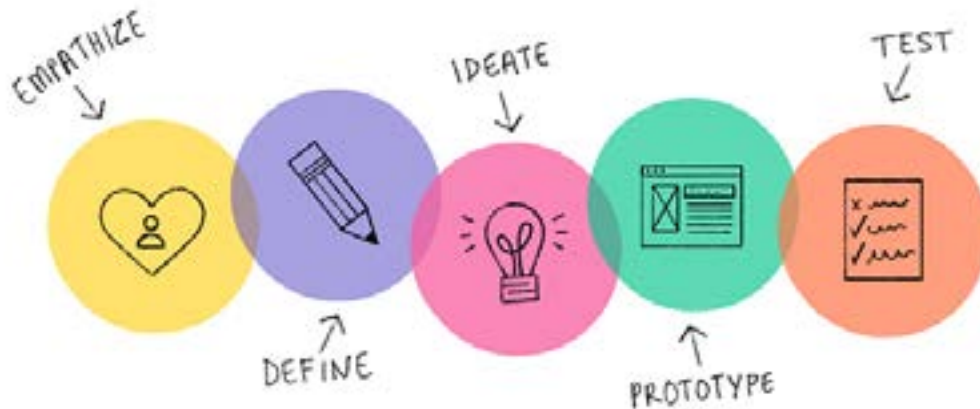
poster memainkan peran krusial dalam menyampaikan pesan dan suasana film (El Chidtian & Renzina, 2024). Poster film horor biasanya mencekam, mistik, dan misterius sehingga menarik minat penonton (Rahmadani dkk., 2022).

Poster film *KKN di Desa Penari* merupakan karya seni poster yang menitikberatkan pada tanda-tanda visual, seperti visual penari, unsur budaya, dan karakteristik elemen-elemen desain seperti warna, *layout*, gambar, logo, dan tipografi (Rahmadani dkk., 2022). Adapun beberapa tulisan yang membahas poster film *KKN di Desa Penari* di antaranya adalah "Analisis Semiotik Poster Film Horor *KKN di Desa Penari*" (Rahmadani dkk., 2022). Penelitian tersebut membahas poster film *KKN di Desa Penari* menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa poster film *KKN di Desa Penari* berbeda dengan kebanyakan poster lainnya karena menampilkan visual siluman dengan bentuk yang indah dan menimbulkan kesan tradisional yang kuat. Penelitian berikutnya juga menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce dengan judul "Analysis of Movie Poster using Peirce's Semiotics" (Rezeki & Sagala, 2023). Serupa dengan penelitian Rahmadani dkk, selain metode yang digunakan sama, hasil penelitiannya pun sama. Dengan bahasa yang berbeda, penelitian Rezeki dan Sagala menyatakan bahwa poster tersebut menampilkan sesuatu yang berbeda dengan poster-poster film horor lain, poster ini tidak menampilkan hantu yang menakutkan dan mengandung unsur budaya. Sementara penelitian berjudul "Analisis Tipografi pada Poster Film Horor Indonesia Tahun 2022" (El Chidtian & Renzina, 2024) lebih fokus menganalisis tipografi pada poster-poster film horor tahun 2022, salah satu di antaranya adalah poster film *KKN di Desa Penari*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata tipografi film horor Indonesia di tahun 2022 -salah satunya adalah poster film *KKN di Desa Penari*- menggunakan jenis *font* dekoratif untuk menciptakan kesan misteri, dimodifikasi dengan efek visual untuk menambah kesan horor secara visual. Berdasarkan teori prinsip-prinsip tipografi, poster tersebut masih memperhatikan teori dan memenuhi kaidah tipografi.

Berdasarkan ketiga artikel yang membahas mengenai poster film *KKN di Desa Penari* tersebut, belum ada yang menggunakan *design thinking* sebagai metodologi untuk menganalisis. Selain itu, ketiganya hanya menganalisis salah satu poster saja. Tulisan ini akan menganalisis seluruh poster film *KKN di Desa Penari* yang memiliki 3 versi.

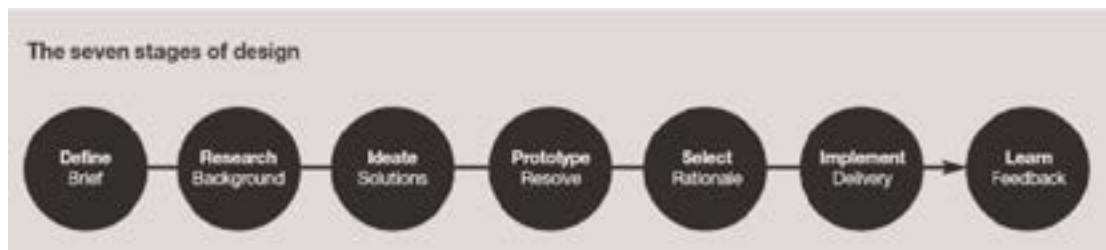
## Metodologi dan Kajian Teoritis

*Design thinking* adalah pendekatan yang melibatkan pengalaman tentang dampak emosional, estetika, serta



**Gambar 1.** The design thinking process

**Sumber:** Rain Lieberman, 2020. Diakses melalui [How to use design thinking in the UX design process](https://www.researchgate.net/publication/327848218_El_Design_Thinking_como_agente_transformador_y_propulsor_de_la_innovacion) | by Rain Lieberman | The Startup | Medium pada pukul 17:00 WIB, 26 Juni 2024.



**Gambar 2.** The seven stages of design

**Sumber:** León Irigoyen, 2018. Diakses melalui [https://www.researchgate.net/publication/327848218\\_El\\_Design\\_Thinking\\_como\\_agente\\_transformador\\_y\\_propulsor\\_de\\_la\\_innovacion](https://www.researchgate.net/publication/327848218_El_Design_Thinking_como_agente_transformador_y_propulsor_de_la_innovacion) pada pukul 17:15 WIB, 26 Juni 2024.

interaksi yang berorientasi pada nilai sosial (Hartson & Pyla, 2012). *Design thinking* adalah metode untuk memecahkan masalah dengan praktis dan kreatif serta berfokus pada pengguna. *Design thinking* merupakan alat yang digunakan dalam *problem solving*, *problem design*, dan *problem forming*. Selain itu, *design thinking* juga dapat membentuk dan merancang suatu permasalahan. Dalam prosesnya, *design thinking* berasal dari manusia dan ditujukan untuk manusia. Metode ini cukup populer dalam bidang teknologi untuk mengembangkan produk (Syahrul, 2019).

Pada penelitian ini, *design thinking* akan digunakan untuk menganalisis sebuah produk berupa poster film untuk memahami elemen desain yang terdapat pada poster tersebut sehingga dapat menemukan makna visual poster tersebut berdasarkan proses (kreatif) desain. Poster adalah media publikasi sekaligus karya seni yang memadukan gambar, teks, atau kombinasi gambar dan teks. Poster dipasang di tempat yang ramai dan strategis agar pesan atau informasi yang ingin disampaikan lebih menarik dan mudah dipahami oleh khalayak. Poster menjadi salah satu media untuk mempromosikan film. Poster bisa membantu calon penonton untuk mendapatkan informasi mengenai film yang akan ditonton.

Metode *design thinking* memiliki beberapa tahapan. Cara kerjanya berangkat dari mengumpulkan informasi

mengenai permasalahan yang dibahas, mengidentifikasi permasalahan, mengeksplorasi ide, membuat solusi-solusi kreatif, membangun representasi dari solusi-solusi yang ditawarkan, dan menguji hasil representasi yang telah dibangun sehingga mendapatkan umpan balik. Menurut Choudary, *Design Thinking* dibagi menjadi lima, di antaranya: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test* (Choudhary, n.d.) digambarkan seperti yang nampak pada Gambar 1.

Menurut Ambrose & Harris, *design thinking* dibagi menjadi tujuh, di antaranya: *Define*, *Research*, *Ideate*, *Prototype*, *Select*, *Implement*, *Learn* (Ambrose & Harris, 2010) yang digambarkan seperti yang nampak pada Gambar 2.

Penerapan *design thinking* pada tulisan ini akan mensintesis antara 5 tahap proses *design thinking* menurut Choudary dan 7 tahap proses *design thinking* menurut Ambrose dan Harris. Hasil proses tersenut kemudian dikelompokkan menjadi 4 tahap, yaitu *Define* (*empathize & define*), *Ideate* (*research & ideate*), *Prototype* (*Prototype & Select*), *Test* (*Implement & Learn*). Berhubung penelitian ini adalah menganalisis poster bukan untuk merancang poster, maka tahap proses desain akan difokuskan pada *Define* (*empathize & define*), *Ideate* (*research & ideate*), dan *Prototype* (*Prototype & Select*) saja.

## Hasil dan Pembahasan

*KKN di Desa Penari* merupakan film Indonesia bergenre horor yang cukup sukses (Rahmawati & Sa'idah, 2023). Film ini diproduksi oleh MD Pictures (Dewa, 2022) dan disutradarai oleh Awi Suryadi (Lestari & Waluyo, 2022). Film horor produksi oleh MD Pictures yang menggunakan bahasa Indonesia dan Jawa ini berhasil menjadi film dengan jumlah penonton terbanyak sepanjang sejarah perfilman Indonesia dengan 9.233.847 penonton (Dewa, 2022). Film tersebut ramai diperbincangkan di kalangan masyarakat Indonesia.

Film tersebut menceritakan peristiwa “nyata” mahasiswa yang sedang melakukan KKN di daerah Kabupaten Banyuwangi (Rahmaddani & Rahmawati, 2023). Desa di daerah Jawa Timur tersebut memiliki larangan-larangan yang tidak boleh dilanggar (Putri dkk., 2022). Sayangnya, sekelompok mahasiswa KKN tidak menghiraukan larangan-larangan yang sudah disampaikan oleh warga desa. Akibatnya, mereka mendapatkan banyak gangguan dan teror gaib saat melaksanakan KKN hingga berujung pada kematian (Andini, 2022). Film *KKN di Desa Penari* memperkenalkan sosok hantu perempuan baru di Indonesia yang dikenal dengan nama Badarawuhi (Andini, 2022). Badarawuhi adalah sosok hantu yang meneror sekelompok mahasiswa KKN yang mengakibatkan dua di antaranya tewas.

Berkat tayangan yang ramai diperbincangkan tersebut, maka terbentuklah respons positif dan negatif dari masyarakat terhadap film *KKN di Desa Penari* (Putri dkk., 2022). MD Pictures memanfaatkan beberapa media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan X untuk mempromosikan film *KKN di Desa Penari*. Media sosial tersebut digunakan sebagai wadah untuk menyajikan konten yang menarik seperti *countdown*, *event giveaway*, promo diskon, testimoni dari *public figure*, penonton, hingga perwakilan media massa mengenai film *KKN di Desa Penari*. Promosi juga dilakukan dengan membangun interaksi di media sosial melalui pembuatan meme yang lucu pada akun @kknmovie (Dewa, 2022).

*KKN di Desa Penari* diambil dari *thread* di media sosial X yang ditulis oleh SimpleMan pada tahun 2019 (Rahmawati & Sa'idah, 2023). *Thread* diskusi tentang *KKN di Desa Penari* viral sejak Juni 2019 dan telah menjangkau lebih dari empat juta penonton. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengguna X Indonesia menyukai cerita horor atau misteri. *Thread* tersebut menjadi viral dikarenakan alur cerita yang sistematis dan mengalir serta merupakan cerita nyata. Kisah *KKN di Desa Penari* ditulis secara bertahap oleh pengguna akun Simpleman @simpleM81378523 di akun X-nya. Cerita tersebut menghebohkan penikmat media sosial seperti

X, Facebook, Youtube, Whatsapp dan lain-lain, bahkan sempat menjadi *trending topic* di media sosial. Minat pembaca meningkat pada saat Raditya Dika dalam *channel youtube*-nya membahas sebuah topik tentang cerita horor *KKN di Desa Penari*. Banyaknya *subscriber* menjadi tolok ukur banyaknya *viewers* yang menonton tayangan video tersebut sehingga cerita berbau mistis tersebut mudah dan cepat menyebar di kalangan penikmat *Youtube* dan merambat ke media sosial yang lain. Kisah tersebut sungguh menarik banyak perhatian para pengguna jejaring sosial, mulai dari kalangan pekerja kantor hingga artis, banyak yang saling adu argumen mengenai kisah horor tersebut (Hasan, 2020).

Ketenaran kisah *KKN Desa Penari*, membuat banyak pengguna media sosial mendorong temannya untuk membaca cerita horor tersebut. Hal ini ditandai dengan banyaknya *story Whatsapp* yang menuliskan tentang cerita *KKN Desa Penari*. Dalam cerita ini, ada beberapa hal yang sengaja disembunyikan oleh penulis, bahkan penulis merahasiakan identitasnya. Diceritakan, beberapa mahasiswa yang sedang menyelesaikan tugas akhir sedang melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di suatu desa di Jawa Timur yang berinisial desa W, mahasiswa tersebut terdiri dari enam orang. Dalam kisah ini, nama mereka disamarkan. Mahasiswa tersebut merupakan mahasiswa dari salah satu kampus terkenal yang juga disamarkan dan diganti dengan label kota S. Sebelum sampai di kota tujuan yang berinisial B, di perjalanan mereka melewati kota dengan inisial huruf J. Selama di perjalanan dikisahkan bahwa ada sosok penari yang menyambut kedatangan mereka. Penulis menggambarkan budaya tradisional yang menggiring pembaca kepada sosok penari ikon kota Banyuwangi. Cerita tersebut seperti merekonstruksi kelahiran kembali citra penari yang merupakan ikon kota mistis tersebut penuh dengan aktivitas ritual (Hasan, 2020).

Sejak adanya *thread* tersebut banyak *youtuber* yang mulai melakukan eksplorasi untuk mencari lokasi asli Desa Penari. Bukan hanya mengandalkan pesan tersurat yang disampaikan oleh SimpleMan melalui *thread*-nya, tetapi juga mengandalkan pesan tersirat dalam cerita yang secara umum merujuk ke daerah Banyuwangi dan sekitarnya (Rahmawati & Sa'idah, 2023). Berdasarkan hasil pencarian lokasi Desa Penari terdapat 7 (tujuh) tempat yang diklaim oleh beberapa *youtuber* sebagai lokasi asli dari Desa Penari, seperti Rowo Bayu, Alas Purwo, Alas Dadapan, Alas Gumitir, Keraton Macan Putih, Goa Istana, dan Desa Kemiren Kecamatan Glagah. Tujuh tempat tersebut diasumsikan sebagai lokasi Desa Penari karena ada beberapa kesamaan adat, tradisi atau budaya dengan cerita *KKN di Desa Penari*. Selain itu, penggambaran makhluk gaib Badarawuhi dan siluman ular juga dikenal sebagai





**Gambar 3.** Poster Film KKN di Desa Penari  
**Sumber:** SimpleMan, @SimpleM81378523, 2021-2022.

mahluk mitologi yang menghuni tujuh tempat tersebut (Cantika, 2022). Namun demikian, pada proses syuting, *setting* tempat yang digunakan adalah daerah Yogyakarta, sehingga *clue* budaya Jawa Timur tidak lagi mengerucut ke daerah Jawa Timur. Adanya upaya pengaburan di film *KKN Di Desa Penari* akibat dari beberapa aduan masyarakat Banyuwangi yang kedatangan para pemburu 'Desa Penari' sejak cerita tersebut viral. Antusias masyarakat yang sebelumnya mengunjungi Banyuwangi mulai menurun dan berganti mengunjungi lokasi syuting yang dilakukan di Yogyakarta (Rahmawati & Sa'idah, 2023).

Pada awalnya, jadwal tayang film pada pertengahan tahun 2020, namun karena pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia, film ini mengalami penundaan hingga tahun 2022. Meski mengalami penundaan selama 2 (dua) tahun, antusias masyarakat Indonesia terhadap film ini masih tinggi, terhitung jumlah penonton selama penayangan di bioskop adalah 9,2 juta penonton. Jumlah ini cukup fantastis meski dalam perilisannya dibagi menjadi dua versi yakni, *cut* (*censored version*) dan *uncut* (*uncensored version*). Dua versi tersebut berupa pemetaan usia penonton, yakni untuk usia 13 tahun ke atas (13+) dan 18 tahun ke atas (18+) (Mario, 2022). Kepopuleran film ini membuat pihak produksi menayangkan versi tanpa pangkas yang durasinya lebih panjang, yaitu versi *Extended*. Dengan demikian, poster Film *KKN di Desa Penari* ini memiliki 3 versi pada penayangannya, di antaranya: (1) Poster Film *KKN di Desa Penari* Versi CUT; (2) Poster Film *KKN di Desa Penari* Versi UNCUT; (3) Poster Film *KKN di Desa Penari* Versi Extended. Penelitian ini mengaplikasikan *design thinking* dalam menganalisis poster tersebut untuk memahami elemen desain pada tiga poster film *KKN di Desa Penari* tersebut. Adapun poster-poster yang akan dibahas tersebut nampak pada Gambar 3.

*Design thinking* dapat meluruskan cara berpikir seorang desainer. Menjadi seorang desainer adalah pekerjaan yang sangat kompleks karena dituntut harus kreatif (*nyeni*),

tetapi juga harus menggunakan logika (sistematis). Dengan demikian, cara berpikir yang digunakan tidak bisa hanya *divergent* atau *convergent* saja, melainkan harus keduanya. Cara berpikir *divergent-convergent* harus dilakukan secara seimbang ketika memulai proses desain karena kedua cara berpikir tersebut memang dibutuhkan dalam merancang sebuah karya. Berpikir divergen adalah cara berpikir yang bercabang dan menyebar, bebas, lepas, kreatif, eksploratif serta tidak takut salah. Sementara cara berpikir konvergen adalah cara berpikir yang memusat dan mengumpul, sistematis, fokus, rasional, efektif, efisien, dan memilih kemungkinan paling tepat serta berfungsi untuk *problem solving* (Thoring & Mueller 2011). Berdasarkan hasil sintesis proses desain, tahapan yang digunakan untuk menganalisis poster adalah *Define* (*empathize & define*), *Ideate* (*research & ideate*), dan *Prototype* (*Prototype & Select*).

#### 1. Define

Tahap *define* pada penelitian ini meliputi *empathize* dan *define*. Pada tahap ini, desainer harus berpikir *divergent* sekaligus *convergent*. Cara berpikir *divergent* digunakan pada tahap *empathize*, yaitu dengan mendengarkan dan memahami klien pengguna. Cara berpikir *convergent* digunakan pada tahap *define*, yaitu dengan mendefinisikan permasalahan secara spesifik dan fokus.

*Empathize* (empati) merupakan proses sentral dengan cara menempatkan permasalahan yang timbul harus diselesaikan dengan cara berpusat pada orang. Metodologi ini berupaya memahami permasalahan yang dihadapi pengguna sehingga kita dapat merasakan dan menemukan solusi atas permasalahan tersebut (Sari dkk., 2020). Tahap *empathize* adalah tahapan untuk dapat memahami titik berangkat proses desain poster Film *KKN di Desa Penari*. Desainer harus memiliki empati terlebih dahulu mengenai latar belakang film tersebut. Lebih

dalam, ia harus turut memahami perasaan dan pemikiran dari cerita yang diangkat film tersebut.

*KKN di Desa Penari* merupakan kisah yang sempat viral dan menduduki peringkat pertama *trending X* Indonesia, diunggah oleh akun X anonim bernama @SimpleM81378523 pada 24 Juni 2019. Pada poster film, divisualisasikan di tengah atas poster film dengan tulisan, "A Terrifying True Story Revealed By @Simpleman". Warna yang digunakan pada teks adalah abu-abu dengan ukuran lebih kecil. Di atas kalimat adalah tanggal dari film tersebut ditayangkan serentak di seluruh bioskop tanah air pada tanggal 30 April 2022. Warna tulisan tanggal penayangan adalah merah dan berukuran lebih besar dibanding kalimat di bawahnya (Rahmadani dkk., 2022). Setelah film tayang, *challenge* menari ala Badarawuhi pun memenuhi konten TikTok. Banyak *content creator* yang berkostum, berdandan, dan menari ala Badarawuhi dengan *background* musik tarian pada Film *KKN di Desa Penari*.

Tari Gandrung adalah ikon Banyuwangi yang sudah familiar di masyarakat. Tarian ini adalah tarian yang biasanya dilakukan untuk acara penyambutan tamu ataupun acara selamatan yang dilaksanakan di kota Banyuwangi. Di perbatasan kota Banyuwangi, terdapat patung Gandrung. Patung tersebut merupakan simbol perbatasan yang membatasi kota Jember dan kota Banyuwangi. Dalam kisah *Desa Penari* dijelaskan bahwa saat mulai memasuki hutan, ada sosok penari yang menyambut kedatangan mereka. Secara tidak langsung, hal ini menggambarkan bahwa ketika memasuki perbatasan kota Banyuwangi mereka mendapat sambutan berupa tarian, yaitu Tari Gandrung. Kisah tentang *Desa Penari* digambarkan memiliki ekonomi yang rendah, sumber penerangan masih menggunakan genset, dan setiap rumah masih beralaskan tanah dengan model rumah yang memiliki kesamaan, yaitu hanya bagian depan saja yang menggunakan gedung. Masyarakatnya yang menggunakan motor butut, fasilitas umum yang masih alami, seperti mengambil air di sungai, banyak aktivitas yang masih bergantung kepada sungai. Fenomena ini menunjukkan desa tersebut sangat terpencil (Hasan, 2020). Latar tersebut dapat menjadi dasar empati untuk mendapatkan gambaran rasa tentang sebuah situasi.

*Define* adalah proses identifikasi dan definisi yang dilakukan setelah mengetahui fokus permasalahan yang dialami secara spesifik berdasarkan kebutuhan akan hasil pengamatan yang dilakukan pada proses sebelumnya (*empathize*). Hasil pengamatan pada

proses empati kemudian dianalisis untuk menemukan atau mengidentifikasi inti permasalahan yang dihadapi (Soedewi dkk., 2022). Tahapan ini adalah tahapan untuk mendefinisikan permasalahan yang dominan dalam poster film *KKN di Desa Penari*. Ikon poster serta dominasi cerita terdapat pada seorang penari di suatu wilayah adat lokal. Film ini memiliki 3 versi yaitu versi *cut*, versi *uncut*, dan versi *extended*. Versi *uncut* dan versi *extended* secara khusus ditujukan bagi para penonton yang sudah berusia 17 tahun ke atas karena versi ini berisi adegan-adegan dewasa. Versi *cut* dikhususkan untuk para penonton berusia 13 tahun ke atas karena ada beberapa adegan yang tidak layak dilihat oleh para penonton yang berusia 13 tahun. Cerita lokal yang bersifat lisan dari mulut ke mulut bisa menjadi sebuah wacana (atau bahkan kebenaran), kemudian melalui kreativitas dapat menjadi sebuah karya yang fenomenal.

Berdasarkan beberapa literatur, tujuan dibuat film *KKN di Desa Penari* adalah untuk menunjukkan adat istiadat dan nilai moral sebagai lapisan pertama dari kebudayaan yang ideal. Nilai moral yang dimaksud adalah ide-ide yang merupakan konsep dari hal-hal yang paling bernilai dalam tatanan kehidupan masyarakat. Suatu sistem nilai budaya terdiri atas konsep-konsep yang hidup dan tumbuh dalam alam pikiran sebagian besar warga masyarakat, serta berkaitan erat dengan hal-hal yang dianggap bernilai dan hidup (Koentjaraningrat, 1987). Oleh karena itu, suatu sistem nilai budaya biasanya berfungsi sebagai pedoman tertinggi bagi tingkah laku manusia yang tingkatnya lebih konkret, seperti aturan-aturan khusus, hukum, dan norma norma, dan semua yang berpedoman pada sistem nilai budaya tersebut (Mentari & Muhklis, 2017). Nilai-nilai budaya yang terdapat di dalam kisah *KKN di Desa Penari* ialah nilai adat istiadat dan nilai tradisi (Pratiwi & Izar, 2021). Nilai-nilai tersebut tidak bisa lepas dari unsur seni yang dicitrakan secara visual pada poster.

Film *KKN di Desa Penari* mengandung kesenian dan religi dari wujud budaya yang didasarkan pada aktivitas atau benda kesenian pada masyarakat tradisional. Benda seni tradisional tersebut meliputi seni rupa, seperti *kawaturih* (gelang) dan selendang; seni musik berupa alunan gamelan; dan seni tari berupa tari daerah. Sementara itu, hadir pula wujud budaya religi yang merupakan bentuk kepercayaan masyarakat Indonesia berupa sesajen dan janur kuning yang diletakkan pada beberapa titik di desa (Lubis, 2023). Dengan demikian, film *KKN di Desa Penari* dapat diidentifikasi sebagai film dengan nuansa seni tradisional. Film bergenre

horor ini dapat didefinisikan sebagai film horor yang mengandung kesenian dan religi sehingga visual poster harus dapat menunjukkan tanda atau simbol yang menggambarkan seni tradisi tersebut. Pada ketiga poster film *KKN di Desa Penari*, tampak bahwa desainer dominan menggunakan penari dengan gaya pakaian tradisional sebagai objek poster.

## 2. Ideate

Tahap *ideate* pada penelitian ini meliputi *research* dan *ideate*. Keduanya dapat digabungkan karena bisa menggunakan satu cara berpikir, yaitu berpikir *divergent* dengan mengumpulkan data sebanyak mungkin untuk mengeksplorasi ide sebarang mungkin. Tahapan ini adalah tahapan untuk eksplorasi ide. Langkah mendeskripsikan poster berdasarkan elemen desain yang terdapat pada poster tersebut menunjukkan ada ide/gagasan visual dalam pembuatan poster tersebut. Objek-objek yang tampil pada poster tidak lain adalah objek yang ikonik dalam cerita film tersebut, sehingga poster merepresentasikan isi dari film.

*Ideate* atau eksplorasi ide merupakan lanjutan dari tahap *define* untuk memunculkan beragam ide-ide inovatif. Fase ini memerlukan banyak informasi yang didapatkan dari tahap sebelumnya. Informasi-informasi dari tahap sebelumnya dikembangkan supaya menemukan ide solusi desain yang dihadapi. Tahap ini merupakan tahap *brainstorming* supaya mendapatkan ide-ide solusi yang sesuai (Resmadi & Bastari, 2022). Tahap ini dapat dianalisis dari objek yang dimunculkan pada poster, termasuk juga warna, teks, dan *background* yang digunakan.

### a. Poster Film *KKN di Desa Penari* versi CUT



Gambar 4. Poster Film *KKN di Desa Penari* Versi CUT

Sumber: Dokumentasi dari X.com diakses melalui link <https://X.com/SimpleM81378523/status/1474620965325705217?t=WdMeR5Qzyg5Zxaa104nuxg&s=19> oleh Dinda Aisyah, 2023.

Poster film versi *cut* memiliki *background* berwarna putih dan terdapat seorang penari yang membelakangi sedang melakukan adegan menari. Di leher sang penari tersebut ada seekor ular yang melingkar, sementara di bawah kaki sang penari terdapat sesajen. Pada poster film ini, sang desainer menggunakan *font* yang memiliki unsur *horror*. Untuk mendapatkan kesan horor lebih kuat, mereka menambahkan warna merah di *font* tulisannya. Untuk versi ini, ditujukan kepada penonton yang mempunyai usia 13+ dan poster ini rilis pada tanggal 24 Februari 2022.

### b. Poster Film *KKN di Desa Penari* Versi UN CUT



Gambar 5. Poster Film *KKN di Desa Penari* Versi UN CUT  
Sumber: Dokumentasi dari diakses melalui link <https://X.com/SimpleM81378523/status/1507999942690111495?t=WdMeR5Qzyg5Zxaa104nuxg&s=19> oleh Dinda Aisyah, 2023.

Poster film versi *uncut*, sama halnya dengan versi poster sebelumnya yang membedakannya adalah hanya bagian *background* yang berwarna hitam. Pada poster ini terdapat seorang penari dengan posisi yang menghadap ke belakang (membelakangi sesuatu) sedang melakukan adegan menari, di leher sang penari tersebut ada seekor ular yang melingkar, dan di bawah kaki sang penari terdapat sesajen. Pada poster film ini, sang desainer menggunakan *font* yang memiliki unsur *horror*. Sama seperti poster pertama, agar mendapatkan kesan horornya mereka juga menambahkan warna merah di *font* tulisannya. Pada versi ini ditujukan untuk penonton 17+ dan poster ini rilis pada tanggal 30 April 2022.

c. Poster Film *KKN di Desa Penari* Versi Extended

Gambar 6. Poster Film *KKN di Desa Penari* Versi Extended  
 Sumber: Dokumentasi dari X.com diakses melalui link <https://x.com/SimpleM81378523/status/1608340608032342017?t=WdMeR5Qzyg5Zxaa104nuxg&s=19> oleh Dinda Aisyah, 2023.

Poster film versi *extended*, merupakan poster versi terakhir dari film *KKN di Desa Penari*. Jadi, poster ini berbeda dari versi-versi sebelumnya. Perbedaan itu tampak pada wajah dari sosok penari ditampilkan tidak lagi membelakangi poster. Sang penari tidak sedang melakukan adegan tari pada versi sebelumnya. Pada poster ini juga, sang desainer menggunakan *background* warna hitam sama dengan versi yang *uncut*. Poster film ini dirilis pada tanggal 29 Desember 2022.

Eksplorasi ide desainer pada poster film *KKN di Desa Penari* dapat dikatakan variatif dan kreatif karena dari satu objek yang sama dapat memberikan kesan yang berbeda untuk fungsi yang berbeda pula. Pada versi *cut* berlatar warna putih sementara versi *uncut* berlatar warna hitam. Warna putih yang memiliki kesan polos dan suci memang sesuai untuk kategori usia 13+ tanpa menghilangkan kesan horor. Warna hitam sebagai latar versi *uncut* yang memiliki kesan kelam ditambah abu yang remang sesuai untuk kategori usia 17+. Pada versi *extended* penari yang sebelumnya membelakangi akhirnya menampakkan wajah depan memberikan kesan keterbukaan, sesuai dengan versinya yang memberikan tambahan durasi dan menayangkan adegan serta cerita yang sebelumnya dipangkas.

4. *Prototype*

Tahap *prototype* pada penelitian ini meliputi *prototype*

dan *select*. Pada tahap ini, desainer menggunakan cara berpikir *convergent*, yaitu memusatkan perhatian dan sumber daya pada realisasi purwarupa terbaik. Tujuan pembuatan *prototype* adalah untuk menguji permasalahan yang dibahas dari sebuah solusi desain yang telah dihasilkan pada tahapan *ideate* (Fariyanto dkk., 2021). Berdasarkan *empathize* mengenai cerita lisan yang beredar di masyarakat, tulisan ini menemukan *define* mengenai sosok penari sebagai bagian dari konteks budaya, secara *ideate* terdapat elemen-elemen desain pada poster yang berkesesuaian dengan isi dari film. Dengan demikian, *prototype* yang disajikan pada tulisan ini adalah menunjukkan hasil *ideate* yang terdapat pada poster film. Berikut adalah detail *prototype* yang dapat dijabarkan berdasarkan elemen-elemen desain yang muncul dalam poster film *KKN di Desa Penari*.

## a. Warna




- Putih: pada poster 1 dan 2, warna putih digambarkan pada visual kabut.
- Merah: pada poster 1, 2, dan 3 terdapat di bagian *headline* dan juga tanggal penayangan film.
- Abu-abu: pada poster 1, 2, 3 terlihat di antara warna hitam menuju putih, warna ini adalah warna transisi dari gelap ke terang.
- Hitam: pada poster 1, 2, 3, warna hitam menjadi warna dominan, terdapat pada *background* poster, menimbulkan kesan yang kelam bahkan mencekam.
- Biru: pada poster 3, menggambarkan kabut dan warna pada kolam.

## b. Teks

- Ke-3 poster film terdapat tulisan "*A terrifying true story revealed by @simpleman*". Tulisan tersebut memberikan makna bahwa film *KKN di Desa Penari* diangkat dari kisah nyata dari akun X @SimpleMan pada tanggal 24 Juni 2019. Kisah tersebut viral karena di-*retweet* sebanyak 74 (tujuh puluh empat) ribu kali dan disukai hampir 200 (dua ratus) ribu kali. Setelah di dunia maya viral, kisah *KKN di Desa Penari* dijadikan buku dan diangkat ke layar lebar.
- Film *KKN di Desa Penari* Versi Cut memiliki durasi tayang lebih sebentar dan tidak menyertakan adegan dewasa sehingga bisa ditonton untuk kategori usia 13 tahun ke atas atau 13+. Film *KKN di Desa Penari* Versi Uncut dan Versi Extended memiliki durasi tayang lebih lama dan menyertakan adegan dewasa sehingga bisa ditonton untuk



Tabel 2. Spesifikasi Media Pendukung

Objek	Poster 1 Cut	Poster 2 Uncut	Poster 3 Extended
			
<b>Warna</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Putih</li> <li>Merah</li> <li>Abu-Abu</li> <li>Hitam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Putih</li> <li>Merah</li> <li>Abu-abu</li> <li>Hitam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merah</li> <li>Abu-Abu</li> <li>Hitam</li> <li>Biru</li> </ul>
<b>Teks</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tanggal tayang film</li> <li>A terrifying true story revealed by @simpleman</li> <li>Nama produser film</li> <li>KKN di Desa Penari (Menunjukkan wajah penari)</li> <li>Sponsor film</li> <li>Nama sutradara film</li> <li>Nama pemain film</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tanggal tayang film</li> <li>A terrifying true story revealed by @simpleman</li> <li>Nama produser film</li> <li>KKN di Desa Penari (Menunjukkan wajah penari)</li> <li>Uncut</li> <li>Sponsor film</li> <li>Nama sutradara film</li> <li>Nama pemain film</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tanggal tayang film</li> <li>A terrifying true story revealed by @simpleman</li> <li>Lebih dari 40 menit adegan baru</li> <li>Nama produser film</li> <li>KKN di Desa Penari (Menunjukkan wajah penari)</li> <li>Tagline</li> <li>Sponsor film</li> <li>Nama sutradara film</li> <li>Nama pemain film</li> </ul>
<b>Background</b>	Warna putih dengan kabut berwarna abu-abu	Warna hitam dengan kabut berwarna abu-abu	Warna hitam dengan kabut berwarna biru
<b>Objek 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seorang wanita menghadap belakang</li> <li>Pakaian Penari</li> <li>Pose Menari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seorang wanita menghadap belakang</li> <li>Pakaian Penari</li> <li>Pose Menari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seorang wanita menghadap depan dengan setengah wajah</li> <li>Pakaian penari</li> <li>Pose menari</li> </ul>
<b>Objek 2</b>	Ular	Ular	Ular
<b>Objek 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Batang pohon menyatu dengan penari</li> <li>Akar Pohon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Batang pohon menyatu dengan penari</li> <li>Akar pohon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kolam air berisi ular</li> </ul>
<b>Objek 4</b>	Sesajen	Sesajen	Sesajen
<b>Objek 5</b>	Kepala Monyet atau kera	Kepala monyet atau kera	

Sumber: Dokumentasi Fepriana Chitra Sekar Ramadhani, 2023.

- kategori usia 17 tahun ke atas atau 17+.
  - Pada poster Versi Cut, Uncut, Extended terdapat nama produser film, judul film, sponsor film seperti MD Entertainment, Dolby Atmos, sutradara film KKN di Desa Penari yaitu Awi Suryadi, Pemain film *KKN di Desa Penari* seperti Aghni Haque, Adinda Thomas, Achmad Megantara, Tissa Biani, Aulia Sarah, dan lain-lain
  - Poster Versi Extended memiliki *Tagline* "Luwih Dowo, Luwih Medeni"
- c. Background
- Untuk *background* poster film *KKN di Desa Penari* terdapat perbedaan warna yang signifikan, yaitu di poster *cut* berwarna putih keabu-abuan, poster *uncut* terdapat warna hitam dengan kabut berwarna abu-abu, poster *extended* terdapat warna hitam kebiru-biruan.
- d. Objek 1
- Di poster Versi Cut dan Uncut terdapat seorang wanita yang memakai baju penari tampak belakang sedang berpose menari dengan

dikalungi ular. Pada poster Versi Extended terdapat seorang wanita yang memakai baju penari tampak depan dengan setengah wajah dan terlihat wajahnya sedang berpose menari di dalam kolam dan dikalungi ular. Kostum tari tradisional yang digunakan Badarawuhi pada film KKN di Desa Penari adalah kostum berwarna hijau yang identik dengan kostum kebesaran kerajaan Laut Pantai Selatan, lengkap dengan atribut selayaknya pengikut Ratu Pantai Selatan.

- e. Objek 2  
Poster Versi Cut, Uncut, Extended terdapat ikon utama, yaitu ular yang menggambarkan kalau wanita yang ada di dalam poster adalah siluman ular. Visual ular pada poster mengindikasikan bahwa ular tidak lain adalah simbol kesialan dan bencana.
- f. Objek 3  
Pada poster Versi Cut, Uncut, di bagian bawah terdapat potongan batang pohon dan akarnya dan bagian atasnya seorang wanita. Pada poster versi Extended terdapat kolam air yang berisi ular. Interpretasi visual pada poster versi Extended menggambarkan bahwa itu anak dari Bima yang melakukan hubungan intim saat di Tapak Tilas.
- g. Objek 4  
Di ke-3 poster film KKN di Desa Penari terdapat sesajen yang merupakan salah satu unsur ritual yang melekat di tanah Jawa. Sesajen dianggap sebagai simbol yang digunakan untuk sarana negosiasi spiritual dengan hal-hal gaib. Hal tersebut dilakukan supaya makhluk-makhluk halus tidak mengganggu (Adam, Yusup, Fadlullah, & Nurbayani, 2019). Visual sesajen menggambarkan bahwa dalam film KKN di Desa Penari terdapat ritual-ritual yang dilakukan supaya dapat berinteraksi dengan hal-hal gaib.
- h. Objek 5  
Poster versi *cut* dan *uncut* terdapat visual kepala monyet atau kera, sedangkan di poster versi *extended* tidak. Pada film, terdapat adegan makanan yang dibungkus dan dibawa pulang berubah menjadi kepala seekor monyet. Monyet atau kera adalah primata yang dikenal cerdas, namun tamak dan rakus. Binatang yang kerap dianggap mirip dengan manusia ini juga memiliki sifat egois dan licik. Kepala monyet pada poster menggambarkan sifat licik dan egois yang pada akhirnya membawa petaka.

Pada bagian ini, desainer membuat purwarupa rancangan dengan memiliki satu dari beberapa opsi solusi atau purwarupa. Apabila dianalisis secara detail berdasarkan elemen-elemen desain yang terdapat pada poster, ditemukan bahwa desainer tidak memiliki banyak purwarupa, poster versi *cut* dan *uncut* tidak memiliki perbedaan yang signifikan selain perbedaan warna. Sementara pada versi *extended*, desainer berusaha menyajikan purwarupa yang berbeda, walaupun tidak memiliki detail yang lebih banyak dari poster versi *cut* dan *uncut*. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa detail yang dihadirkan tidak *extended* seperti namanya.

### Simpulan

Poster pada film KKN di Desa Penari memiliki peran penting dalam proses promosi film tersebut. Supaya pesan tersampaikan dengan baik, poster film dibuat sebaik mungkin dengan menyajikan visualisasi poster yang unik dan menarik. Poster film KKN di Desa Penari menjadi salah satu karya seni poster yang menggunakan tanda visual, seperti visual penari, unsur budaya, dan karakteristik unsur-unsur desain seperti warna, *layout*, gambar, logo, dan tipografi. Poster KKN di Desa Penari menggambarkan suasana malam yang diselimuti kabut dan latar belakang poster didominasi oleh warna gelap, seperti hitam dan abu-abu. Warna tersebut banyak digunakan pada poster, bahkan warna kulit serta baju tokoh utama juga berwarna gelap, yaitu abu-abu. *Point of view* pada poster adalah gambar tokoh utama, yaitu seorang perempuan yang sedang beradegan menari dengan tubuh yang dililit ular berukuran besar dan berada di tengah-tengah. Dalam hal ini, metode *design thinking* tidak hanya dapat diterapkan untuk merancang sebuah produk, melainkan juga untuk menganalisis hasil rancangan sebuah produk. Pembaca dapat melihat bagaimana elemen-elemen yang terdapat pada desain sudah memiliki makna bahkan sejak perancangan dimulai. Penelitian ini dapat memberikan implikasi yang cukup penting, mengingat metode *design thinking* biasanya digunakan oleh desainer dalam rangka membuat sebuah rancangan atau paling tidak konsep rancangan. Atas dasar itu, tulisan ini menunjukkan bahwa *design thinking* bukan hanya dapat diaplikasikan secara praktis, melainkan juga dapat menjadi alat analisis yang teoritis.

### Daftar Referensi

- Ambrose, G., & Harris, P. (2010). Design Thinking. *Design Thinking*.
- Andini, M. (2022) "Badarawuhi: Representation of The Monstrous Feminine in The Film Kkn Di Desa

- Penari". *Cinematology: Journal Anthology of Film and Television Studies*, 3(1).
- BBC News Indonesia. (2022). *KKN di Desa Penari Menjadi Film Terlaris Indonesia - Mengangkat "Kisah Mistis" dan "Berhasil Membangun Rasa Penasaran."*
- Cantika, D. A. (2022). "7 Tempat Yang Diduga Jadi Lokasi KKN Desa Penari, Dihuni Makhluk Halus Dan Penuh Misteri". Okezonetv
- Choudhary, S. (n.d.). *Design Thinking: Divergence and Convergence Cycles*. <https://Medium.Com/@i.Shubhangich/Designthinking-Divergence-and-Convergence-Cycles-3ce7a6f27815>.
- Dewa, F. S. (2022). "Strategi Komunikasi Pemasaran Film KKN Di Desa Penari Melalui Media Sosial". *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(3), 114-128.
- El Chidtian, A. S. C. R., & Renzina, Y. D. (2024). "Analisis Tipografi Pada Poster Film Horor Indonesia Tahun 2022". *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 8(01), 1-16.
- Fariyanto, F., Suaidah, S., & Ulum, F. (2021). "Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode Ux Design Thinking (Studi Kasus: Kampung Kuripan)". *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 52-60.
- Hartson, R., & Pyla, P. S. (2012). *The UX Book: Process and Guidelines for Ensuring A Quality User Experience*. Elsevier.
- Hasan, N. (2020). "Konstruksi Stigma Mistis Kota Banyuwangi dalam Cerita KKN di Desa Penari". *Muharrir: Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 3(2), 139-156.
- Koentjaraningrat. (1987). *Anthropology in Indonesia. Journal of Southeast Asian Studies*, 217-234.
- Kompas TV. (2022, May 21). *Kunci Kesuksesan KKN di Desa Penari: Angkat "Kisah Mistis" dan "Berhasil Bangun Rasa Penasaran."* <https://www.kompas.Tv/Article/291100/Kunci-Kesuksesan-Kkn-Di-Desa-Penari-Angkat-Kisah-Mistis-Dan-Berhasil-Bangun-Rasa-Penasaran>.
- Lestari, A., & Waluyo, A. (2022). "Representasi Makna Visual Dalam Poster Film KKN Di Desa Penari". *Jurnal Ilmu Siber*, 1(3), 83-90.
- Lubis, M. R. (2023). *Representasi Kesenian dan Religi dalam Film KKN Di Desa Penari 2022 (Analisis Semiotika Roland Barthes)* (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional).
- Mario, V. (2022). "Manoj Punjabi Berharap Total Jumlah Penonton KKN Di Desa Penari Bisa Tembus 15 Juta". Kompas.Com.
- Mentari, D., & Muhklis, M. (2017). "Nilai Budaya dalam Novel Tungku Karya Salman Yoga S". *JIM Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(1), 38-51.
- Pratiwi, H., & Izar, S. L. (2021). "Analisis Antropologi Sastra Novel KKN di Desa Penari Karya Simpleman". *Doctoral Dissertation, UMSU*.
- Putri, S. B., Anisa, Y. N., & Saputra, N. (2022). "Analisis Sentimen Film Kuliah Kerja Nyata KKN di Desa Penari Menggunakan Metode Naive Bayes". *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 5(2), 22-26.
- Rahmadani, I., Atikah, N. N., Pratama, D. A., Dalimunthe, M. A., & Sazali, H. (2022). "Analisis Semiotika Poster Film Horor KKN di Desa Penari". *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(1), 161-168.
- Rahmaddani, F. V., & Rahmawati, A. (2023). "Representasi Legenda Urban Dalam Film KKN Di Desa Penari (Analisis Semiotika John Fiske)". *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 6872-6876.
- Rahmawati, R. N., & Sa'idah, Z. (2023). "Problematisasi dalam Ekranisasi Thread KKN di Desa Penari". *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 5(2), 288-303.
- Resmadi, I., & Bastari, R. P. (2022). *Perancangan Media Informasi Berbasis Website dengan Pendekatan Design Thinking untuk Penyebaran Konten Informasi dan Promosi Label Rekaman Musik Independen Warkop Musik*.
- Rezeki, T. I., & Sagala, R. W. (2023). "Analysis Of Movie Poster Using Peirce's Semiotics". *Jurnal Serunai Bahasa Inggris*, 15(1), 27-32.
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., & Oktariana, F. (2020). "Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru". *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45-55.
- Soedewi, S., Mustikawan, A., & Swasty, W. (2022). *Penerapan Metode Design Thinking pada Perancangan Website UMKM Kirihiuci*.
- Syahrul, Y. (2019). "Penerapan Design Thinking Pada Media Komunikasi Visual Pengenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa Baru Stmik Palcomtech Dan Politeknik Palcomtech". *Jurnal Bahasa Rupa*, 2(2), 109-117.