

ABSTRAK

Desa Baros merupakan salah satu desa di Kabupaten Bandung yang memiliki kekayaan budaya lokal serta potensi wisata yang diakui secara nasional, dibuktikan dengan diraihnya penghargaan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2023 dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Di balik prestasi tersebut, Desa Baros menghadapi tantangan dalam pengelolaan pariwisata yang profesional dan berkelanjutan. Permasalahan yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, infrastruktur, pendokumentasian budaya, serta kurangnya media informasi efektif yang mampu mengkomunikasikan potensi revitalisasi budaya lokal kepada masyarakat dan pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan merancang media informasi berupa zine sebagai solusi kreatif dan komunikatif dalam menyampaikan potensi budaya lokal Desa Baros. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode Participatory Learning and Action (PLA). Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan KJ Method dan Priority Quadrant untuk mengidentifikasi serta memetakan potensi budaya desa. Hasil penelitian menemukan enam potensi budaya dan subkultur utama yang memiliki nilai budaya tinggi, yaitu Wayang Golek, Wayang Serok, Kendang, Kecapi, Reak Sunda, dan Angklung Buncis. Potensi ini penting diangkat dalam strategi branding desa wisata. Melalui perancangan zine yang bersifat eksploratif dan partisipatif, media ini diharapkan dapat membangun pemahaman kolektif serta mendorong kolaborasi lintas aktor dalam proses revitalisasi budaya. Zine menjadi sarana edukatif dan inklusif yang mendukung pelestarian nilai-nilai budaya lokal dalam kerangka pengembangan desa wisata berbasis komunitas.

Kata Kunci: Desa Baros, Zine, Revitalisasi Budaya