

PENINGKATAN LITERASI BUDAYA MELALUI VIDEO PROMOSI- EDUKASI PUSAKA MUSEUM KERIS NUSANTARA BERBASIS KOLABORASI INTERNASIONAL

Anita Rusjayanti^{1*}, Karlina Denistia², Cahyaningtyas Putri Suhita³,
Zaim Arif Eko Saputra⁴, Dany Adi Saputra⁵, Dea Farahdiba⁶,
Widdy Wijanti⁷, Lidya Pawestri Ayuningtyas⁸
^{1,2,3,4,5,6}Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret, Indonesia
^{7,8}School of Humanities, The University of Western Australia, Australia
anita_rusjayanti@staff.uns.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Keris merupakan warisan budaya takbenda Indonesia yang diakui UNESCO dan dilestarikan di Museum Keris Nusantara (MKN). Namun, penyampaian nilai sejarah, filosofi, dan budaya keris di MKN belum optimal dalam menjangkau generasi muda dan audiens internasional karena belum tersedia video promosi-edukasi tematik dwibahasa yang persuasif dan tervalidasi secara kuratorial maupun linguistik. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi budaya melalui pengembangan video promosi-edukasi berbasis kolaborasi internasional. Program dilaksanakan melalui enam tahapan menggunakan metode pendampingan partisipatif dengan model komunikasi persuasif AIDA serta pendekatan communicative translation dan transcreation, melibatkan tiga mitra, yaitu Universitas Sebelas Maret (UNS), MKN, dan The University of Western Australia (UWA), yang berjumlah 25 peserta, dengan evaluasi melalui *Focus Group Discussion* dan skala ordinal 1–5 pada setiap tahapan. Kegiatan ini menghasilkan lima video promosi-edukasi dwibahasa dengan 83% indikator keberhasilan luaran tercapai penuh; angka ini menunjukkan keberhasilan proses dan produk, bukan pengukuran langsung literasi budaya penerima manfaat. Uji coba awal terhadap evaluasi literasi pada lima audiens internasional dari negara berbeda menunjukkan respons sangat positif (rata-rata 4,64 dari 5); seluruh respons berada pada kategori setuju hingga sangat setuju. Program ini berpotensi mendukung SDG 4 dan SDG 17 melalui penyediaan media edukasi budaya tervalidasi dan kolaborasi lintas institusi, sementara pengukuran dampak berskala lebih luas direkomendasikan sebagai tindak lanjut.

Kata Kunci: Kolaborasi Internasional; Literasi Budaya; Museum Keris Nusantara; Video Promosi-Edukasi; Warisan Budaya; SDG 4; SDG 17.

Abstract: The kris is an Indonesian intangible cultural heritage recognized by UNESCO and preserved at Museum Keris Nusantara (MKN). However, the communication of its historical, philosophical, and cultural values at MKN has not yet effectively reached younger generations and international audiences due to the absence of thematic, bilingual promotional-educational videos that are both persuasive and validated curatorially and linguistically. This community engagement program aimed to enhance cultural literacy through the development of promotional-educational videos based on international collaboration. The program was implemented through six stages using a participatory mentoring method with the AIDA persuasive communication model, communicative translation, and transcreation approaches, involving three partners. They are Universitas Sebelas Maret (UNS), MKN, and The University of Western Australia (UWA)—and about 25 participants, with evaluation conducted through Focus Group Discussions and a 1–5 ordinal scale at each stage. The program produced five bilingual promotional-educational videos, with 83% of output success indicators fully achieved; this reflects the success of the development and validation process rather than a directly measured improvement in beneficiaries' cultural literacy. An initial literacy assesment with five international viewers from different countries showed highly positive responses (mean 4.64 of 5), all within the agree-to-strongly-agree range. The program supports SDG 4 and SDG 17 through validated cultural-education media and cross-institutional collaboration, while larger-scale impact measurement is recommended as a follow-up.

Keywords: International Collaboration; Cultural Literacy; Nusantara Keris Museum; Promotional and Educational Videos; Cultural Heritage; SDG 4; SDG 17.



Article History:

Received: 14-07-2026
Revised : 30-07-2026
Accepted: 31-07-2026
Online : 03-08-2026



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Keris merupakan salah satu warisan budaya Nusantara yang memiliki nilai historis, filosofis, artistik, dan simbolik yang tinggi. Selain berfungsi sebagai senjata tradisional, keris merepresentasikan identitas budaya, status sosial, sistem kepercayaan, serta nilai-nilai kehidupan masyarakat yang diwariskan secara turun-temurun. Pengakuan keris sebagai *Masterpiece of the Oral and Intangible Heritage of Humanity* oleh UNESCO menegaskan bahwa keris bukan sekadar peninggalan sejarah berbentuk fisik, melainkan representasi pengetahuan tradisional dan karya agung warisan leluhur bangsa Indonesia yang penting dilestarikan dan diperkenalkan kepada masyarakat global (UNESCO, 2005). Namun, tantangan utama yang dihadapi secara global oleh institusi warisan budaya saat ini adalah cara mengomunikasikan nilai-nilai budaya yang kompleks kepada generasi muda dan audiens internasional secara efektif di era digital. Museum sebagai institusi yang mengoleksi, melestarikan, dan memperkenalkan warisan budaya dituntut untuk memanfaatkan media digital agar jangkauan edukasi budaya tidak terbatas oleh ruang fisik dan batas geografis (Putri dkk., 2022). Dalam konteks ini, video promosi-edukasi berbasis narasi menjadi format yang strategis karena memungkinkan jangkauan audiens yang lebih luas, meningkatkan keterlibatan audiens, serta menyampaikan informasi budaya secara lebih menarik dan mudah dipahami (Yuwono dkk., 2022; Budiharjo dkk., 2023).

Museum Keris Nusantara (MKN) di Surakarta, Jawa Tengah, yang diresmikan pada tahun 2017, merupakan salah satu institusi pelestarian keris penting di Indonesia dengan koleksi lintas era, seperti era Majapahit dan Mataram (Portolés, 2018). Berdasarkan hasil observasi lapangan dan Focus Group Discussion (FGD) bersama pihak MKN, teridentifikasi empat permasalahan utama yang mendasari urgensi kegiatan pengabdian ini. Data awal hasil observasi konten dan FGD bersama pihak MKN menunjukkan bahwa dari seluruh video pada kanal media sosial museum, tidak satu pun (0%) berupa seri tematik dwibahasa dengan voice-over bahasa Inggris yang tervalidasi secara linguistik; seluruh narasi (100%) masih bersifat deskriptif tanpa struktur persuasif AIDA; dan belum ada satu pun video yang menyandingkan subtitle bahasa Indonesia dengan voice-over bahasa Inggris tervalidasi. Dengan kata lain, video yang ada belum dilengkapi dengan *subtitle* bahasa Indonesia bersanding dengan voice-over bahasa Inggris yang tervalidasi secara linguistik, sehingga aksesibilitas konten bagi audiens mancanegara masih rendah (Budiharjo dkk., 2022; Hapsari dkk., 2024; Nugroho dkk., 2020; Wikanditha dkk., 2024). Kondisi terukur ini menunjukkan rendahnya keterjangkauan konten terhadap audiens internasional sekaligus menegaskan kebutuhan intervensi. (Budiharjo dkk., 2022; Hapsari dkk., 2024; Nugroho dkk., 2020; Wikanditha dkk., 2024)

Sejumlah penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya telah menunjukkan pentingnya pendekatan digital dalam diseminasi warisan

budaya di museum. (Economou dkk., 2025) membuktikan bahwa *digital storytelling* yang dirancang untuk membangun keterlibatan emosional mampu meningkatkan pengalaman pengunjung museum secara signifikan. Sejalan dengan itu, Liu & He (2025) menemukan bahwa keterlibatan pengguna pada platform museum digital sangat dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan dan kemudahan interaksi terhadap konten yang disajikan. Dalam konteks MKN, (Yuwono dkk., (2022) melalui kegiatan pengabdian telah melakukan peningkatan kompetensi SDM museum dalam pembuatan konten narasi digital, sementara Hapsari dkk. (2024) melaksanakan pelatihan penulisan *storyline* dan *caption* dwibahasa bagi staf MKN. Kedua kegiatan tersebut berhasil meningkatkan kapasitas dasar museum dalam menghasilkan konten digital, namun belum sampai pada tahap produksi video tematik yang berfokus pada pusaka unggulan dengan struktur naratif persuasif dan validasi linguistik internasional.

Penelitian di bidang komunikasi persuasif menunjukkan bahwa konten video pendek dengan elemen naratif kuat memiliki daya tarik signifikan terhadap keterlibatan audiens digital (Malik dkk., 2025; Rashidin dkk., 2025). Pendekatan *storytelling* melalui video pendek terbukti efektif dalam membangun koneksi emosional dan mendorong perilaku audiens, termasuk minat untuk berkunjung ke destinasi budaya (Waskita dkk., 2025). Model komunikasi persuasif AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), meskipun berusia lebih dari satu abad, tetap relevan sebagai kerangka penyusunan pesan promosi digital yang sistematis (Cialdini, 2021; Sarfraz dkk., 2025). Di sisi penerjemahan, kajian terkini menunjukkan bahwa strategi *communicative translation* (Gou, 2023) dan *transcreation* (Díaz-Millón & Olvera-Lobo, 2023) dapat mereproduksi efek persuasif dan mempertahankan nilai simbolik teks sumber ketika istilah budaya tidak memiliki padanan langsung pada bahasa sasaran. Wang & Daghigh (2024) juga mencatat meningkatnya perhatian pada strategi adaptasi kultural dalam penerjemahan audiovisual, yang menegaskan bahwa penerjemahan teks budaya bukan sekadar pengalihan kode bahasa, melainkan praktik kolaboratif lintas bidang. Selain itu, perspektif penerjemahan Venuti (2017) tentang *foreignization* memperkuat argumen bahwa mempertahankan istilah budaya dalam bentuk aslinya justru memperkaya pemahaman audiens internasional.

Dari sisi kolaborasi, Bringle & Clayton (2021) menegaskan bahwa kemitraan kampus-komunitas yang efektif menuntut relasi timbal balik yang setara antara seluruh pihak, bukan sekadar transfer keahlian satu arah. Mauro dkk. (2024) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa kegiatan *community-engaged learning* yang bersifat resiprokal menghasilkan dampak yang lebih berkelanjutan bagi semua pihak. Rodríguez-Vera dkk. (2024) juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital berbasis kolaborasi mampu meningkatkan jangkauan dan visibilitas museum di platform media sosial. Sementara itu, dari sisi pengembangan

kompetensi mahasiswa, Neves (2022) membuktikan bahwa *project-based learning* dalam konteks penerjemahan menumbuhkan kompetensi penerjemahan yang bersifat *emergent* sekaligus keterampilan sosial dan transformatif, sedangkan Astuti dkk. (2021) serta Hastürkoğlu & Özer (2020) menemukan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam proyek penerjemahan otentik memperkuat kepercayaan diri dan kemandirian mereka. Temuan-temuan ini menjadi landasan kuat bagi pentingnya kegiatan pengabdian yang mengintegrasikan kolaborasi lintas institusi dengan *project-based learning* dalam konteks produksi konten budaya digital.

Sebagai solusi atas keempat permasalahan MKN, kegiatan ini mengintegrasikan pengembangan video promosi-edukasi tematik berbasis model komunikasi persuasif AIDA dengan kolaborasi internasional antara Universitas Sebelas Maret (UNS), Museum Keris Nusantara (MKN), dan The University of Western Australia (UWA). Secara spesifik, solusi yang ditawarkan meliputi: penyusunan naskah naratif persuasif berbasis kerangka AIDA yang difokuskan pada pusaka unggulan tertentu (bukan promosi kelembagaan umum); penerjemahan naskah ke bahasa Inggris dengan pendekatan *communicative translation* dan *transcreation* untuk menghasilkan *voice-over* berbahasa Inggris dan *subtitle* berbahasa Indonesia yang tervalidasi; pelibatan kurator MKN dalam validasi akurasi kuratorial dan penutur asli dari UWA dalam validasi linguistik melalui proses *proofreading* dua lapis; serta pelibatan mahasiswa lintas program studi dalam proses produksi sebagai bentuk *project-based learning*. Dibandingkan dengan kegiatan sebelumnya Hapsari dkk. (2024); Putri dkk. (2022), kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi kerangka AIDA sebagai struktur naskah dengan strategi penerjemahan *transcreation* untuk narasi dwibahasa tematik serta validasi lintas negara oleh penutur asli.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan mengembangkan media promosi-edukasi digital berupa lima video MKN *Collection Series* yang tematik, persuasif, dan dwibahasa, sehingga literasi budaya masyarakat terhadap keris meningkat, fungsi MKN sebagai pusat edukasi budaya berbasis teknologi semakin optimal, dan promosi budaya keris Indonesia mampu menjangkau masyarakat nasional maupun internasional. Kegiatan ini diharapkan berkontribusi pada pencapaian SDG 4 (*Quality Education*) melalui peningkatan literasi budaya dan pengalaman *project-based learning* bagi mahasiswa, serta pada SDG 17 (*Partnerships for the Goals*) melalui kolaborasi internasional lintas institusi dan lintas negara dalam diseminasi warisan budaya.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk pendampingan partisipatif oleh tim dosen dari Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret (UNS), dengan melibatkan mahasiswa dari Program Studi D-4 Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional, D-4 Desain Media Digital,

dan D-4 Pemasaran Digital sebagai bagian dari kegiatan *project-based learning*. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Mei–Juli 2026.

Kegiatan ini melibatkan tiga mitra pelaksana. Pertama, UNS adalah pelaksana utama yang diwakili oleh sebelas orang dosen dan lima mahasiswa lintas program studi. Kedua, Museum Keris Nusantara (MKN) sebagai mitra pengabdian diwakili oleh dua orang kurator yang berperan dalam validasi konten kuratorial. Ketiga, The University of Western Australia (UWA), Perth, Australia, sebagai mitra internasional, diwakili oleh dua orang penutur asli bahasa Inggris yang berperan dalam *proofreading* dan validasi linguistik naskah terjemahan. Total personel yang terlibat langsung dalam kegiatan ini berjumlah sekitar 25 orang dari tiga institusi di dua negara.

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga fase utama. Fase pertama adalah pra-kegiatan yang meliputi koordinasi awal dengan MKN dan UWA, observasi koleksi museum, serta penyusunan rancangan konsep video. Fase kedua adalah kegiatan inti yang terdiri atas enam tahapan: (1) pemilihan koleksi bersama kurator MKN; (2) penyusunan naskah berbasis model komunikasi persuasif AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), di mana setiap naskah video disusun ke dalam lima bagian—hook, pengenalan koleksi, penyampaian informasi sejarah dan filosofi, refleksi, serta *call to action*/CTA (Sarfraz dkk., 2025); (3) penerjemahan naskah ke bahasa Inggris dengan pendekatan *communicative translation* dan *transcreation*; (4) pengambilan gambar di lokasi MKN dengan pendampingan kurator; (5) produksi video meliputi penyuntingan, *voice-over* berbahasa Inggris, *subtitle* berbahasa Indonesia, ilustrasi visual, dan musik latar sehingga menghasilkan video dwibahasa yang dapat menjangkau audiens nasional maupun internasional; serta (6) finalisasi dan publikasi melalui kanal media sosial resmi MKN. Fase ketiga adalah monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara berkelanjutan pada setiap tahapan.

Teknik pengumpulan data mencakup data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dikumpulkan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilaksanakan secara berkala bersama tim UNS, kurator MKN, dan mitra UWA, serta melalui observasi dan dokumentasi selama proses kegiatan. Data kuantitatif dikumpulkan melalui rekapitulasi jumlah koleksi yang berhasil diproduksi menjadi video, jumlah naskah yang tervalidasi, serta capaian awal keterlibatan audiens pada unggahan pertama di media sosial MKN.

Evaluasi dilakukan dalam dua tahap: (1) evaluasi saat kegiatan berlangsung, berupa penilaian ketercapaian indikator keberhasilan pada setiap tahapan menggunakan skala ordinal 1–5 dan umpan balik mitra melalui FGD; serta (2) evaluasi pascakegiatan, berupa penilaian ketepatan waktu pelaksanaan terhadap jadwal yang direncanakan, jumlah luaran (naskah dan video) yang berhasil diselesaikan sesuai target, serta tingkat kepuasan ketiga mitra terhadap kualitas dan proses kolaborasi secara keseluruhan. Indikator keberhasilan yang dinilai bersifat indikator luaran

(*output*) kegiatan, bukan indikator dampak (*outcome*) terhadap penerima manfaat. Instrumen penilaian berupa lembar penilaian tahapan dengan skala ordinal 1–5 (1 = tidak tercapai; 2 = kurang tercapai; 3 = cukup tercapai; 4 = tercapai dengan penyesuaian; 5 = tercapai penuh sesuai target). Subjek penilai adalah tim pelaksana UNS bersama kurator MKN dan mitra UWA yang menilai secara konsensus pada forum FGD di akhir setiap tahapan. Prosedurnya, setiap tahapan dinilai berdasarkan kriteria target yang telah disepakati, lalu seluruh skor direkapitulasi. Teknik analisisnya bersifat deskriptif, yaitu mengonversi skor tahapan menjadi persentase ketercapaian (jumlah tahapan berskor 5 dibagi total tahapan). Dengan demikian, indikator ini mengukur keberhasilan proses dan luaran kegiatan, sedangkan dampak terhadap audiens dinilai melalui evaluasi respons yang diuraikan pada bagian Monitoring dan Evaluasi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pemilihan Koleksi dan Penyusunan Naskah Berbasis AIDA

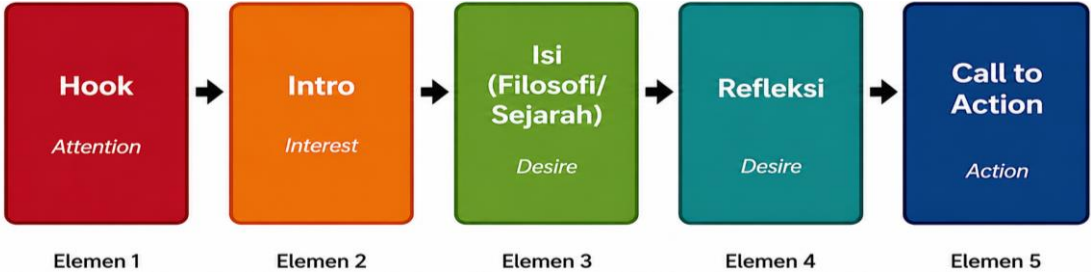
Tahapan awal kegiatan pengabdian dimulai dengan pemilihan koleksi bersama kurator MKN melalui *Focus Group Discussion* (FGD). Tim UNS bersama kurator menetapkan lima koleksi pusaka yang mewakili lima dimensi nilai budaya (kepemimpinan, nasionalisme, keadilan, spiritualitas, dan ritual) sebagai dasar penyusunan naskah bertema berbeda, tetapi saling melengkapi. Proses validasi kuratorial melalui FGD disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Validasi kuratorial naskah video promosi-edukasi bersama kurator Museum Keris Nusantara pada tahap perencanaan dan validasi kolaboratif pusaka melalui FGD bersama Tim MKN

Naskah disusun dengan struktur naratif berbasis model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) yang diwujudkan dalam lima elemen naratif berdurasi sekitar 90 detik: *hook*, *intro*, isi (filosofi/sejarah), refleksi, dan *call to action* (CTA). Struktur ini mengubah informasi koleksi yang semula deskriptif-statis menjadi narasi yang menarik secara emosional. *Hook* menjalankan fungsi *Attention* melalui pertanyaan retorik dalam sepuluh detik pertama; *intro* membangun *Interest*; isi dan refleksi menumbuhkan *Desire*; CTA mendorong *Action* berupa ajakan mengunjungi museum.

Struktur ini menerapkan kerangka dasar Lewis (1898, sebagaimana dirujuk dalam Sarfraz dkk. (2025), yang menggerakkan audiens dari kesadaran kognitif menuju keterlibatan afektif dan perilaku nyata (Cialdini, 2021). Pemetaan hubungan antara elemen naratif video dan tahapan model AIDA disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pemetaan Elemen Naratif Video terhadap Tahapan Model AIDA

Setiap naskah dibuka dengan *hook* yang dirancang untuk menahan perhatian pada detik-detik awal tayangan, yang merupakan elemen krusial dalam konten video pendek karena rentang perhatian penonton berlangsung singkat (Malik dkk., 2025). Variasi sudut pandang antarvideo—identitas nasional, kekuasaan, kemerdekaan, sisi gelap sejarah, hingga dimensi spiritual—menunjukkan bahwa prinsip persuasif dapat diterapkan secara fleksibel tanpa menghilangkan akurasi kuratorial, sekaligus menghindarkan naskah dari formula naratif yang monoton (Hapsari dkk., 2024). Temuan ini memperkuat argumen bahwa model AIDA tetap relevan pada konten digital berdurasi pendek selama setiap tahapannya dipetakan secara cermat ke dalam elemen naratif kontekstual (Rashidin dkk., 2025). Penerapan prinsip AIDA pada kelima naskah terangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Penerapan Prinsip AIDA pada Naskah ‘MKN <i>Collection Series</i> ’		
Video / Koleksi	<i>Attention (Hook)</i>	<i>Action (CTA)</i>
Keris Kyai Tengara	“Bagaimana jika nilai sebuah harapan bangsa... ditempatkan dalam sebilah keris?”	“Kunjungi Museum Keris Nusantara dan temukan makna di balik setiap pusaka.”
Tombak Kanjeng Kyai Djimat	“Bayangkan ketika kekuasaan terlihat dari sebuah pusaka.”	“Keseluruhan kisahnya bisa kamu temukan di MKN.”
Keris Kyai Eka Sapta	“Bagi orang Indonesia, angka 17... lebih dari sekadar tanggal.”	“Rasakan semangat kemerdekaan dalam setiap detailnya, hanya di Museum Keris Nusantara.”
Keris Salang	“Tidak semua sejarah terasa menyenangkan...”	“Memahami masa lalu adalah langkah pertama menuju masa depan. Mulailah perjalananmu di Museum Keris Nusantara.”
Keris Sajen & Kujang Sajen	“Tidak semua pusaka dibuat untuk bertarung.”	“Datang dan lihat bagaimana tradisi ini hidup melalui pusaka ini di Museum Keris Nusantara.”

2. Penerjemahan Naskah dan Validasi Linguistik Internasional

Naskah bahasa Indonesia diterjemahkan ke bahasa Inggris untuk *voice-over* dan *subtitle* dwibahasa mengikuti tiga tahap penerjemahan oleh Nida dan Taber (dalam Li, 2026) —*analysis*, *transfer*, dan *restructuring*—berbasis prinsip kesepadanan makna (AlSaeed & Abdulwahab, 2023), dipadukan dengan pendekatan *communicative translation* (Gou, 2023) dan *transcreation* (Díaz-Millón & Olvera-Lobo, 2023). Kombinasi ini dipilih karena naskah bersifat persuasif dan ringkas, sehingga kesetaraan makna semantik semata tidak cukup untuk mereproduksi efek emosional yang dituju. Pendekatan ini sejalan dengan kajian penerjemahan audiovisual yang menunjukkan meningkatnya perhatian pada strategi adaptasi kultural (Wang & Daghigh, 2024), serta relevan dengan temuan bahwa *transcreation* memungkinkan penerjemah mempertahankan efek persuasif dan nilai simbolik yang terkandung dalam teks sumber. Analisis naskah terjemahan menunjukkan penerapan beragam teknik secara selektif sebagaimana dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Contoh Penerapan Teknik Penerjemahan pada Naskah Video

Teks Sumber (ID)	Teks Sasaran (EN)	Teknik
"...ditempa dalam sebilah keris?"	"... <i>forged into a kris?</i> "	Kesepadanan lazim
"Tidak semua pusaka dibuat untuk bertarung."	" <i>Not all heirlooms were made for battle.</i> "	Kesepadanan lazim, transposisi
"... cerminan jati diri bangsa."	"... <i>a reflection of a nation's identity.</i> "	Kesepadanan lazim
"Museum Keris Nusantara", "Keris Kyai Tenggara", dll.	(<i>nama instansi dan nama pusaka dipertahankan</i>)	Kesepadanan lazim, peminjaman murni
"Pusaka ini juga mengingatkan bahwa ikatan antara manusia dengan Tuhannya"	" <i>These heirlooms also remind us that a strong bond between humanity and the Creator...</i> "	Amplifikasi, kesepadanan lazim

Mempertahankan nama museum dan nama pusaka dalam bentuk aslinya dinilai lebih tepat daripada memaksakan padanan bahasa Inggris yang berpotensi mereduksi kedalaman maknanya (Venuti, 2017), sejalan dengan semangat *transcreation* sebagai re-kreasi pesan, bukan substitusi kata demi kata (Díaz-Millón & Olvera-Lobo, 2023). Naskah melalui dua lapis kendali mutu—kendali akademis-linguistik oleh penutur asli UWA dan kendali kultural-kuratorial oleh tim MKN—yang mempertemukan perspektif linguistik, kuratorial, dan lintas budaya. Keberhasilan kolaborasi ini merefleksikan kemitraan kampus-komunitas yang ideal (Bringle & Clayton, 2021). Relasi ketiganya menumbuhkan pembelajaran timbal balik yang konsisten dengan temuan bahwa kemitraan pembelajaran berbasis

komunitas yang efektif menuntut relasi timbal balik yang setara antara seluruh pihak (Mauro dkk., 2024).

3. Produksi Video dan Publikasi

Pengambilan gambar dilaksanakan di lokasi MKN dengan pendampingan kurator untuk menjaga konservasi dan keamanan artefak, melibatkan mahasiswa lintas program studi sebagai bagian dari *project-based learning*. Tahap produksi mencakup penyuntingan gambar, *voice-over* berbahasa Inggris, *subtitle* berbahasa Indonesia, ilustrasi visual, serta musik latar, yang direvisi bersama mitra sebelum lima video promosi final diserahkan kepada MKN untuk dipublikasikan melalui kanal media sosial resmi museum. Dokumentasi keterlibatan mahasiswa selama proses produksi video disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Produksi video promosi-edukasi koleksi pusaka MKN yang melibatkan mahasiswa pada tahap produksi konten (kiri: pengambilan *voice-over* video, kanan: pengambilan video)

Kegiatan ini memberikan pengalaman belajar langsung bagi mahasiswa yang dilibatkan, khususnya dari Program Studi D-4 Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional, D-4 Desain Media Digital, dan D-4 Pemasaran Digital untuk memperkuat kompetensi mereka pada penerjemahan teks audiovisual, produksi *voice-over*, komunikasi digital, produksi konten audiovisual, serta pengelolaan proyek berbasis kebutuhan nyata. Keterlibatan mahasiswa dalam proyek penerjemahan otentik semacam ini sejalan dengan temuan bahwa *project-based learning* menumbuhkan kompetensi penerjemahan yang bersifat emergent sekaligus keterampilan sosial dan transformatif (Neves, 2022), serta memperkuat kepercayaan diri dan kemandirian mahasiswa dalam mengelola tugas penerjemahan berbasis kebutuhan industri (Astuti dkk., 2021; Hastürkoğlu & Bayraktar Özer, 2020).

Integrasi struktur AIDA dengan subtitle dwibahasa berpotensi memperluas jangkauan audiens melampaui batas linguistik, sejalan dengan

temuan bahwa konten video pendek dengan elemen naratif kuat memiliki daya tarik signifikan terhadap keterlibatan audiens. Pergeseran dari media deskriptif-informatif menuju media persuasif-tervalidasi ini sejalan dengan arah perkembangan institusi warisan budaya global yang menempatkan audiens sebagai pusat strategi komunikasi (Economou dkk., 2025), sekaligus konsisten dengan temuan bahwa keterlibatan pengguna pada platform museum digital sangat dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan dan kemudahan interaksi terhadap konten yang disajikan (Liu & He, 2025).

Dalam perspektif yang lebih luas, kegiatan ini berkontribusi langsung pada pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) sebagaimana ditetapkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (United Nations) pada 2015. Dari sisi SDG 4 (*Quality Education*), kegiatan ini meningkatkan literasi budaya masyarakat melalui media edukasi digital yang berkualitas dan tervalidasi secara akademis, sekaligus memberikan pengalaman project-based learning yang autentik bagi mahasiswa lintas program studi dalam bidang komunikasi digital, penerjemahan audiovisual, dan produksi konten kreatif. Dari sisi SDG 17 (*Partnerships for the Goals*), pola kemitraan tiga pihak lintas negara antara UNS, MKN, dan UWA mendemonstrasikan model kolaborasi internasional yang efektif dalam diseminasi warisan budaya, di mana setiap mitra berkontribusi sesuai keahliannya—otoritas kuratorial, kompetensi metodologis, dan validasi linguistik—sehingga menghasilkan produk komunikasi budaya yang berkualitas tinggi melalui sinergi keahlian yang saling melengkapi.

4. Monitoring dan Evaluasi

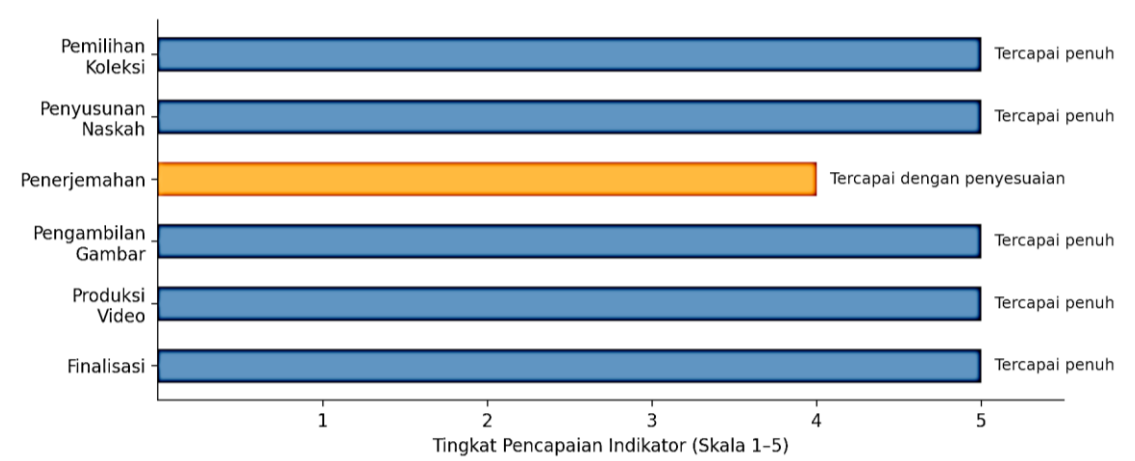
Monitoring dilaksanakan melalui observasi langsung dan FGD pada setiap tahapan kegiatan. Evaluasi kuantitatif dilakukan dengan mengonversi status pencapaian pada tiap tahapan ke skala ordinal 1–5. Pencapaian indikator keberhasilan seluruh tahapan dirangkum pada Tabel 3.

Tabel 3. Pencapaian Indikator Keberhasilan Kegiatan

Tahap	Target	Pencapaian
Pemilihan koleksi	Daftar koleksi disahkan oleh kurator MKN.	Lima koleksi pusaka dipilih dan disahkan, mewakili lima dimensi nilai budaya (kepemimpinan, nasionalisme, keadilan, spiritualitas, dan ritual).
Penyusunan naskah	Naskah divalidasi oleh MKN.	Naskah disusun dengan struktur AIDA dan divalidasi melalui FGD bersama kurator untuk memastikan akurasi sejarah, filosofi, dan kesesuaian narasi.
Penerjemahan	Naskah di- <i>proofreading</i> native speaker.	Seluruh naskah diterjemahkan dan diperiksa oleh penutur asli UWA sehingga menghasilkan subtitle yang alami, akurat, dan sesuai konteks budaya internasional.

Pengambilan gambar	<i>Footage</i> berkualitas; koleksi aman.	Pengambilan gambar dilaksanakan sesuai prosedur museum dengan pendampingan kurator; seluruh koleksi terdokumentasi tanpa mengganggu aspek konservasi.
Produksi video	<i>Rough cut</i> tersinkronisasi.	Lima video promosi dwibahasa diproduksi dengan subtitle berbahasa Indonesia, voice-over berbahasa Inggris, ilustrasi visual, musik latar, dan sinkronisasi audiovisual.
Finalisasi	Video final tayang; respons positif.	Lima video final diserahkan kepada MKN untuk dipublikasikan sebagai materi promosi digital dan edukasi publik yang berkelanjutan.

Berdasarkan Tabel 3, dari enam tahapan kegiatan, lima tahapan (83%) tercapai penuh sesuai target (skor 5), sedangkan satu tahapan—penerjemahan—tercapai dengan penyesuaian (skor 4) akibat perpanjangan siklus *proofreading* karena perbedaan zona waktu Surakarta–Perth. Distribusi capaian per tahapan divisualisasikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Tingkat Pencapaian Indikator Keberhasilan per Tahapan Kegiatan

Secara kualitatif, evaluasi kepuasan mitra dihimpun melalui umpan balik pada akhir setiap tahap kolaborasi dan dikategorikan ke dalam tiga aspek—akurasi kuratorial, kealamian bahasa, dan tata kelola kolaborasi—sebagaimana dirangkum pada Tabel 4.

Tabel 4. Ringkasan Tema Evaluasi Kualitatif Kepuasan Mitra

Aspek Evaluasi	Kurator MKN	Mitra UWA	Tim UNS
Akurasi kuratorial dan historis	Positif — narasi menyeimbangkan daya tarik komunikatif dengan akurasi kuratorial	Tidak menjadi fokus utama penilaian	Positif — validasi FGD memperkuat kepercayaan pada substansi naskah
Kealamian dan	Tidak menjadi fokus utama penilaian	Positif — ungkapan bahasa Inggris dinilai	Positif — proses dua lapis kendali

Aspek Evaluasi	Kurator MKN	Mitra UWA	Tim UNS
kesesuaian bahasa sasaran		alami dan sesuai konteks budaya internasional	mutu dinilai efektif
Tata kelola kolaborasi lintas negara	Positif — koordinasi tatap muka berjalan lancar	Cukup — siklus umpan balik lebih panjang akibat perbedaan zona waktu	Cukup — memerlukan protokol komunikasi asinkron yang lebih terstruktur

Ringkasan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa capaian kegiatan tidak hanya dapat dilihat dari indikator prosedural pada Tabel 3, tetapi juga dari persepsi kualitatif ketiga mitra terhadap kualitas dan proses kolaborasi, memperkuat argumen bahwa evaluasi kegiatan pengabdian berbasis kolaborasi internasional perlu menggabungkan indikator kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan agar gambaran keberhasilan lebih menyeluruh.

Dalam kegiatan ini, dilakukan pula evaluasi awal respons audiens untuk memperoleh gambaran dampak seri video. Indikator yang dinilai merupakan indikator keberhasilan luaran (proses dan produk), bukan indikator dampak terhadap penerima manfaat. Penilaian keberhasilan luaran video pada tahap ini diperoleh dari evaluasi awal respons terhadap lima audiens internasional, yaitu Mesir, Bangladesh, Turkmenistan, Inggris, dan Timor-Leste. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner berbasis model AIDA yang mencakup dimensi perhatian, ketertarikan, keinginan, dan tindakan, ditambah dimensi persepsi peningkatan literasi budaya, kualitas video dwibahasa, dan kepuasan, dengan skala penilaian 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Data dianalisis secara deskriptif dengan menghitung rata-rata skor pada tiap dimensi dan persentase capaiannya. Secara umum, Tabel 5 merepresentasikan penerimaan yang sangat positif, tapi belum cukup untuk menyimpulkan peningkatan literasi budaya secara umum karena jumlah responden terbatas. Pengukuran dampak yang lebih menyeluruh melalui analitik media sosial dan uji pratindak–pascatindak (*pretest–posttest*) pada sampel yang lebih besar direncanakan sebagai tindak lanjut.

Tabel 5. Rata-rata Skor Respons Audiens Internasional per Dimensi
(Skala 1–5)

Dimensi	Mesir	Bangladesh	Turkmenistan	Inggris	Timor Leste	Rata-rata
Perhatian (<i>Attention</i>)	4,5	4,5	4,5	4,5	5,0	4,6
Ketertarikan (<i>Interest</i>)	4,5	4,5	4,5	4,5	5,0	4,6
Keinginan (<i>Desire</i>)	5,0	4,0	4,0	4,0	5,0	4,4

Dimensi	Mesir	Bangladesh	Turkmenistan	Inggris	Timor Leste	Rata-rata
Tindakan (<i>Call to Action</i>)	4,0	4,0	4,0	4,5	5,0	4,3
Literasi Budaya	4,7	4,7	4,7	4,7	5,0	4,7
Kualitas & Kepuasan	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Rata-rata keseluruhan	4,64	4,50	4,50	4,57	5,00	4,64

Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh dimensi memperoleh skor rata-rata tinggi, berkisar antara 4,3 pada dimensi tindakan hingga 5,0 pada dimensi kualitas dan kepuasan, dengan rata-rata keseluruhan 4,64 dari 5 atau setara dengan 92,9%. Dari 70 respons yang terkumpul (lima responden dikali empat belas butir), sebanyak 45 respons (64,3%) berada pada skor 5 dan 25 respons (35,7%) pada skor 4, sehingga tidak ada satu pun respons pada kategori di bawah setuju. Butir kepuasan keseluruhan memperoleh skor 5 dari kelima responden. Pola yang konsisten di lima negara berbeda ini mengindikasikan bahwa seri video “MKN *Collection Series*” diterima secara positif oleh audiens lintas latar belakang budaya. Sebagai catatan tambahan, pada bagian prapenayangan, rata-rata pernyataan responden bahwa mereka telah memahami nilai sejarah dan filosofi keris hanya 1,6, sedangkan setelah menonton, pernyataan bahwa pemahaman mereka bertambah mencapai 5,0; kontras ini memberi indikasi awal adanya peningkatan pemahaman, meskipun bersifat persepsi diri dan bukan hasil tes pengetahuan. Karena jumlah responden masih sangat terbatas ($n = 5$), hasil ini diposisikan sebagai bukti awal respons audiens internasional dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi; pengukuran berskala lebih besar yang disertai tes pengetahuan tetap direkomendasikan sebagai tindak lanjut.

Dibandingkan dengan kegiatan pengabdian terdahulu di MKN, hasil kegiatan ini menunjukkan kemajuan yang jelas. Yuwono dkk., (2022) dan Hapsari dkk. (2024) berhasil meningkatkan kapasitas dasar SDM museum dalam pembuatan konten narasi dan penulisan caption dwibahasa, tetapi belum sampai pada produksi video tematik yang terstruktur secara persuasif dan tervalidasi lintas negara. Kegiatan ini melengkapi kesenjangan tersebut dengan mengintegrasikan kerangka AIDA sebagai struktur naskah, strategi transcreation untuk narasi dwibahasa, serta validasi linguistik oleh penutur asli. Temuan ini sejalan dengan Economou dkk. (2025) dan Liu & He (2025) , yang menegaskan bahwa keterlibatan emosional dan persepsi kebermanfaatan konten menentukan efektivitas media museum digital.

Ditinjau per dimensi, tingginya skor pada Perhatian (4,6), Ketertarikan (4,6), dan Keinginan (4,4) memberi dukungan empiris awal terhadap premis bahwa konten video pendek dengan narasi kuat mampu menarik keterlibatan audiens digital (Malik dkk., 2025; Rashidin dkk., 2025) dan

bahwa *storytelling* video pendek efektif membangun koneksi emosional serta mendorong minat berkunjung (Waskita dkk., 2025). Hasil ini menunjukkan bahwa penataan pesan berbasis kerangka AIDA (Cialdini, 2021; Sarfraz dkk., 2025) tidak hanya relevan secara teoretis, tetapi juga terbukti dalam praktik pada audiens lintas negara.

Pada aspek dwibahasa, skor sempurna pada dimensi Kualitas dan Kepuasan (5,0) serta penerimaan positif dari responden lima negara memberi bukti awal bahwa pendekatan *communicative translation* (Gou, 2023) dan *transcreation* (Díaz-Millón & Olvera-Lobo, 2023) mampu mereproduksi efek persuasif sekaligus menjaga nilai simbolik istilah budaya keris. Temuan ini menguatkan pandangan Wang & Daghigh (2024) bahwa penerjemahan teks budaya merupakan praktik kolaboratif lintas bidang, bukan sekadar pengalihan kode, dan sejalan dengan argumen Venuti, (2017) bahwa mempertahankan istilah budaya dalam bentuk aslinya justru memperkaya pemahaman audiens internasional—hal yang tercermin dari tingginya persepsi peningkatan pemahaman responden setelah menonton.

5. Kendala yang Dihadapi dan Saran Solusi

Selama pelaksanaan kegiatan, teridentifikasi tiga kendala utama beserta saran solusinya. Pertama, perbedaan zona waktu antara Surakarta (WIB, UTC+7) dan Perth (AWST, UTC+8) memperpanjang siklus umpan balik pada tahap penerjemahan dan validasi linguistik. Saran solusi untuk kendala ini adalah penyusunan protokol komunikasi asinkron yang lebih terstruktur, meliputi penjadwalan tenggat revisi secara bertahap, penandaan versi naskah secara sistematis, dan pemanfaatan platform kolaborasi daring yang memungkinkan komentar dan revisi berlapis tanpa bergantung pada pertemuan sinkron.

Kedua, kompleksitas penerjemahan istilah teknis perkerisan seperti nama-nama pusaka, istilah filosofi Jawa, dan terminologi khusus dunia keris menuntut diskusi mendalam antara penerjemah, kurator, dan penutur asli untuk memastikan keseimbangan antara kesetiaan makna dan kealamian bahasa sasaran. Saran solusi untuk kendala ini adalah penyusunan glosarium dwibahasa istilah teknis perkerisan yang tervalidasi secara kuratorial sebagai acuan standar bagi kegiatan penerjemahan di masa mendatang.

Ketiga, keterbatasan peralatan audiovisual di pihak museum memengaruhi efisiensi proses produksi, khususnya pada tahap pengambilan gambar yang memerlukan pencahayaan dan sudut kamera tertentu untuk menampilkan detail koleksi secara optimal. Saran solusi untuk kendala ini adalah penguatan dukungan teknis produksi melalui kerja sama dengan laboratorium multimedia kampus atau unit produksi media profesional, serta pengalokasian anggaran khusus untuk penyediaan peralatan dokumentasi koleksi yang memadai.

Meski terdapat keterbatasan tersebut, model kerja ini berpotensi digunakan kembali untuk koleksi dan tema lain, mengingat ketersediaan templat naskah berbasis AIDA, panduan teknik penerjemahan, serta prosedur validasi lintas institusi yang memungkinkan museum mengembangkan konten secara lebih mandiri. Selain itu, dampak konten terhadap audiens belum diukur secara kuantitatif karena fokus kegiatan masih pada tahap pengembangan dan validasi. Oleh karena itu, direkomendasikan agar kegiatan lanjutan mengintegrasikan pengukuran keterlibatan audiens melalui analitik media sosial untuk memperoleh data dampak yang lebih terukur.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan pengembangannya, yaitu menghasilkan lima video promosi-edukasi dwibahasa yang tematik, persuasif, dan tervalidasi berbasis kolaborasi internasional di Museum Keris Nusantara sebagai media yang berpotensi meningkatkan literasi budaya masyarakat, dengan respons audiens internasional awal yang sangat positif (rata-rata 4,64 dari 5). Melalui enam tahapan yang saling berkelanjutan, mulai dari pemilihan koleksi hingga finalisasi, tim UNS, kurator MKN, dan mitra UWA berhasil mentransformasikan informasi kuratorial yang semula bersifat deskriptif dan statis menjadi lima video MKN Collection Series yang persuasif, akurat secara historis, dan tervalidasi secara linguistik.

Dari sisi capaian, 83% indikator keberhasilan (lima dari enam tahapan) tercapai sepenuhnya sesuai target, sementara satu tahapan (penerjemahan) tercapai dengan sedikit penyesuaian waktu akibat perbedaan zona waktu. Evaluasi kualitatif dari ketiga mitra menunjukkan respons positif terhadap aspek akurasi kuratorial dan kealamian bahasa sasaran, yang mengindikasikan peningkatan kapasitas (*hard skill*) tim MKN dalam menyusun narasi koleksi berbasis kerangka persuasif AIDA serta peningkatan kompetensi (*soft skill*) mahasiswa dalam komunikasi digital, penerjemahan audiovisual, dan pengelolaan proyek lintas budaya melalui pengalaman project-based learning yang autentik. Pencapaian ini menunjukkan bahwa penerapan model AIDA yang dipadukan dengan strategi communicative translation dan transcreation mampu menjembatani kepentingan komunikasi persuasif dengan keautentikan nilai budaya, sehingga koleksi pusaka Nusantara dapat dikomunikasikan secara efektif kepada audiens domestik maupun internasional.

Kegiatan ini berkontribusi pada pencapaian SDG 4 (*Quality Education*) melalui penyediaan media edukasi budaya yang tervalidasi dan pengalaman pembelajaran berbasis proyek nyata bagi mahasiswa, serta pada SDG 17 (*Partnerships for the Goals*) melalui demonstrasi model kolaborasi internasional tiga pihak yang efektif dan saling menguntungkan dalam diseminasi warisan budaya. Berdasarkan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, disarankan beberapa tindakan lanjutan. Pertama, kegiatan pengabdian

berikutnya perlu mengintegrasikan pengukuran dampak konten terhadap audiens secara kuantitatif melalui analitik media sosial, seperti jumlah tayangan, tingkat retensi penonton, dan rasio interaksi, serta melalui uji pratindak–pascatindak (*pretest–posttest*) pada sampel audiens internasional dari berbagai negara, agar efektivitas video sebagai media literasi budaya dapat diukur secara lebih akurat. Kedua, perlu disusun protokol komunikasi asinkron lintas negara yang lebih terstruktur—meliputi tenggat revisi bertahap, penandaan versi naskah, dan pemanfaatan platform kolaborasi daring agar siklus validasi menjadi lebih efisien. Ketiga, penyusunan glosarium dwibahasa istilah teknis perkerisan yang tervalidasi secara kuratorial perlu dilakukan sebagai acuan standar bagi kegiatan penerjemahan warisan budaya di masa mendatang. Keempat, model kolaborasi kampus-komunitas-mitra internasional ini layak direplikasi dan diperluas pada koleksi lain di MKN maupun di institusi warisan budaya lainnya, sehingga dampak peningkatan literasi budaya digital dan diplomasi budaya berbasis media dapat dirasakan secara lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sebelas Maret atas dukungan pendanaan kegiatan Pengabdian Internasional Mandatory (nomor kontrak 461/UN27.22/PT.01.03/2026), serta kepada Museum Keris Nusantara dan The University of Western Australia atas kolaborasi dan partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR RUJUKAN

- AlSaeed, A. A. M., & Abdulwahab, M. M. (2023). Functional equivalence in legal translation: Legal contracts as a case study. *Global Journal of Politics and Law Research*, 11(3), 72–150. <https://ejournals.org/gjplr/vol11-issue-3-2023/functional-equivalence-in-legal-translation-legal-contracts-as-a-case-study/>
- Astuti, D., Syukri, S., Nurfaidah, S., & Atikah, D. (2021). EFL students' perceptions of the benefits of project-based learning in translation class. *EFL Students' Perceptions of the Benefits of Project-Based Learning in Translation Class*, 2(1), 12–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.31332/ijtk.v2i1.14>
- Bringle, R. G., & Clayton, P. H. (2021). Civic learning: A sine qua non of service learning. *Frontiers in Education*, 6, Article-606443. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/educ.2021.606443>
- Budiharjo, B., Nuraeni, A., Saptaningsih, N., Murti, B. D., & Rusjayanti, A. (2022). Persuasion in tourism promotion bilingual texts: The importance of syntactic forms and choices. *Leksema: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/ljbs.v7i1.4419>
- Budiharjo, B., Saptaningsih, N., Rusjayanti, A., Murti, B. D., & Nuraeni, A. (2023). *Memukau khalayak dengan buklet promosi pariwisata dwibahasa*. Deepublish Digital.
- Cialdini, R. B. (2021). *Influence, new and expanded: The psychology of persuasion*. Harper Business.

- Díaz-Millón, M., & Olvera-Lobo, M. D. (2023). Towards a definition of transcreation: A systematic literature review. *Perspectives*, 31(3), 495–512. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/0907676X.2021.2004177>
- Economou, M., Young, H., & Sosnowska, E. (2025). Digital storytelling for emotional engagement in museums: Design and evaluation of the Hunterian Antonine Wall EMOTIVE experiences. *International Journal of Heritage Studies*, 32, 324–355. <https://doi.org/10.1080/13527258.2025.2591613>
- Gou, X. (2023). An analysis of Newmark's translation view. *Journal of Education and Educational Research*, 2(2), 70–74. <https://doi.org/10.54097/jeer.v2i2.6443>
- Hapsari, P. W., Nuraeni, A., Wikanditha, K., Yuwono, A. A., Murti, B. D., Rusjayanti, A., Saptaningsih, N., & Adika, D. (2024). Pengembangan kompetensi SDM Museum Keris Nusantara melalui pelatihan penulisan storyline dan caption dwibahasa. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 9(2), 247–255. <https://publikasi.polije.ac.id/j-dinamika/article/view/4377>
- Hastürkoğlu, G., & Bayraktar Özer, Ö. (2020). A project-based approach in translation classroom: From the students' perspectives. *International Journal of Languages' Education and Teaching*, 8(2), 335–344. <https://doi.org/10.29228/ijlet.42653>
- Li, Y. (2026). A Comparative Study of Nida's and Koller's Translation Theories. *Advances in Applied Sociology*, 16(2), 65–73. <https://doi.org/10.4236/aasoci.2026.162005>
- Liu, Y., & He, Y. (2025). Factors influencing user engagement and usage behavior in digital museums: An extended TAM approach. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/21582440251396378>
- Malik, N. I., Ramzan, M. M., Malik, Z., Tariq, I., & Shafiq, S. (2025). The rise of reels: Analyzing the communicative power of short-form videos on social media. *Qlantic Journal of Social Sciences*, 6(2), 138–145. <https://doi.org/10.55737/qjss.vi-ii.25350>
- Mauro, E., Manià, K., Ubels, N., Holroyd, H., Towle, A., & Murray, S. (2024). Reciprocity in community-engaged learning: A case study of an undergraduate knowledge exchange project in an over-researched urban community. *Michigan Journal of Community Service Learning*, 30(1), 1-20. <https://doi.org/10.3998/mjcs.3795>
- Neves, J. (2022). Project-based learning for the development of social transformative competence in socially engaged translators. *The Interpreter and Translator Trainer*, 16(4), 465–483. <https://doi.org/10.1080/1750399X.2022.2084258>
- Nida, E. A., & Taber, C. R. (1969). *The theory and practice of translation*. E. J. Brill.
- Nugroho, A. A., Purwanta, H., & Kurniawan, D. A. (2020). Peranan Museum Keris Nusantara sebagai media pembelajaran sejarah SMA di Surakarta. *CANDI: Jurnal Pendidikan Dan Penelitian Sejarah*, 20(2), 1–18. <https://jurnal.uns.ac.id/candi/article/view/44777>
- Portolés, J. B. (2018). *Museum Keris Nusantara, Indonesia*. Asia-Europe Foundation.
- Putri, N. P., Nurdiawati, R., Pratama, R., Marsita, D., & Sukistri. (2022). Optimalisasi Museum Keris Nusantara sebagai edukasi dan wisata baru di Kota Surakarta. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 13(3), 95–106. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/covalue/article/view/2153>
- Rashidin, M. S., Taheri, B., Javed, S., & Rana, M. M. (2025). Impact of social media reels on entrepreneurial intentions in the hospitality sector: Extended concept of new entrepreneur. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 37(13), 190–212. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2025-0256>
- Resmiyanto, R. (2022). Keris Jawa sebagai mahakarya integrasi-interkoneksi: Sebuah kajian etnosains. *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan*

- Sains*, 4(1), 247–254. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/saintek/kiiis/article/view/3258>
- Rodríguez-Vera, A. del P., de las Heras-Pedrosa, C., & Jambrino-Maldonado, C. (2024). Instagram communication strategies of European museums. *Cogent Arts & Humanities*, 11(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2360793>
- Sarfraz, M., Al Kurdi, B., & Rafiq, M. (2025). How digital marketing shapes consumer decision-making employing (AIDA) model with respect to consumer knowledge and consumer experience. *International Journal of Management and Marketing Intelligence*, 2(1), 39–48. <https://doi.org/10.64251/ijmmi.66>
- UNESCO. (2005). Indonesian kris. In *UNESCO Intangible Cultural Heritage*. Retrieved <https://ich.unesco.org/en/RL/indonesian-kris-00112>
- Venuti, L. (2017). *The Translator's Invisibility: A History of Translation* (3rd ed.). Routledge.
- Wang, Y., & Daghigh, A. J. (2024). Two decades of audiovisual translation studies: A bibliometric literature review. *SAGE Open*, 14(3), 1–15. <https://doi.org/10.1177/21582440241274575>
- Waskita, G. S., Ashari, D. R. W., Rifa'i, A., & Al Haris, M. B. (2025). Selling in seconds: A phenomenological exploration of short video marketing on Instagram Reels in entrepreneurial ventures. *International Journal of Economic Literature (INJOLE)*, 3(3), 827–842. <https://sociohum.net/index.php/INJOLE/article/view/1103>
- Wikanditha, K., Hapsari, P. W., Nuraeni, A., Adika, D., Murti, B. D., Rusjayanti, A., Saptaningsih, N., & Yuwono, A. A. (2024). Enhancing student engagement at Museum Keris Nusantara: The role of bilingual educational book and interactive kids' corners. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (SEMANTIKS)*, 234–248. <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks/article/view/100259>
- Yuwono, A. A., Murti, B. D., Nuraeni, A., Saptaningsih, N., Rusjayanti, A., & Hapsari, P. W. (2022). Peningkatan kompetensi SDM Museum Keris Nusantara dalam pembuatan konten narasi digital. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 1582. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i4.6416>