

OPTIMALISASI EKONOMI KREATIF SUB SEKTOR FOTOGRAFI SEBAGAI INFLUENCE PARIWISATA DAERAH

Handoko SH Wijoyo^{1*}, Moh. Saiful Anam², Sinta Nur Salsa Bella³, Wulan Agustin⁴

¹Universitas Bojonegoro, Bojonegoro, Indonesia

²Universitas Bojonegoro, Bojonegoro, Indonesia

³Universitas Bojonegoro, Bojonegoro, Indonesia

⁴Universitas Bojonegoro, Bojonegoro, Indonesia

*e-mail korespondensi: handokoshw@gmail.com

Abstract

In the digital era, regional tourism has great potential to develop through the use of the creative economy, especially the photography sub-sector. Photography has the power to attract tourists' attention through interesting and engaging visuals. Seeing the large amount of public interest in photography, this time we collaborated with the Bojonegoro Regency Creative Economy Committee as a collaborator. This service aims to optimize the potential of the photography community as an effective promoter to increase the attractiveness of regional tourism. The creative economy, especially the photography sub-sector, has great potential in increasing the attractiveness of tourism, by utilizing its photography skills. The photography community compares the beauty and uniqueness of the region.

Keywords: Tourism; Photography; Creative Economy

Abstrak

Di era digital, pariwisata daerah memiliki potensi besar untuk berkembang melalui pemanfaatan ekonomi kreatif, khususnya sub sektor fotografi. Fotografi memiliki kekuatan untuk menarik perhatian wisatawan melalui visual yang menarik dan memikat. Melihat banyaknya minat masyarakat dalam fotografi kali ini kami mengandeng Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Bojonegoro sebagai kolaborator. Pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi komunitas fotografi sebagai promotor yang efektif untuk meningkatkan daya tarik pariwisata daerah Ekonomi kreatif, terutama sub sektor fotografi, memiliki potensi besar dalam meningkatkan daya tarik pariwisata, dengan memanfaatkan keahlian fotografinya komunitas fotografi membranding keindahan dan keunikan daerah.

Kata Kunci: Pariwisata; Fotografi; Ekonomi Kreatif

Accepted: 2024-10-04

Published: 2025-01-08

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah, termasuk di Indonesia. Salah satu sub sektor yang memiliki potensi besar dalam ekonomi kreatif adalah fotografi. Fotografi bukan hanya seni visual, tetapi juga memiliki kekuatan sebagai media komunikasi dan promosi yang efektif dalam berbagai bidang, termasuk pariwisata. Di era digital saat ini, fotografi semakin penting seiring dengan berkembangnya platform media sosial yang memungkinkan distribusi konten visual secara luas dan cepat. Kabupaten Bojonegoro, dengan kekayaan alam dan budayanya, memiliki potensi besar dalam mengembangkan pariwisata melalui optimalisasi sub sektor fotografi dalam ekonomi kreatif di Kabupaten Bojonegoro

Sub sektor fotografi berperan dalam membangun citra positif daerah wisata melalui penyampaian visual yang menarik dan autentik. Bojonegoro memiliki berbagai destinasi wisata yang dapat dipromosikan melalui fotografi, seperti wisata alam, budaya, dan sejarah yang belum banyak terekspos secara luas. Pemanfaatan fotografi dalam mempromosikan pariwisata tidak hanya meningkatkan daya tarik wisatawan lokal, tetapi juga internasional. Dengan potensi ini,

pengembangan sub sektor fotografi dalam ekonomi kreatif Bojonegoro menjadi penting untuk meningkatkan daya saing pariwisata daerah tersebut di tingkat nasional maupun global (Hidayat et al., 2022).

Optimalisasi fotografi sebagai media promosi pariwisata dapat dilakukan melalui peningkatan keterampilan dan kapasitas para pelaku kreatif di bidang fotografi. Pelatihan dan dukungan dari pemerintah daerah, serta kolaborasi dengan pelaku industri pariwisata, akan mendorong terciptanya konten fotografi yang berkualitas dan mampu menyampaikan keunikan daerah secara visual. Selain itu, sinergi antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif juga penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan promosi pariwisata melalui fotografi (Rahman, 2021).

Di Kabupaten Bojonegoro, pengembangan sub sektor fotografi memiliki peluang untuk menjadi penggerak utama dalam mempromosikan potensi pariwisata daerah. Selain itu, fotografi dapat menjadi salah satu cara yang efektif dalam membangun identitas daerah yang kuat, sehingga meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan berkontribusi pada peningkatan perekonomian lokal. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan strategi optimalisasi sub sektor fotografi sebagai salah satu pendorong utama dalam memajukan pariwisata di Kabupaten Bojonegoro (Wijaya, 2020).

Wisata Bojonegoro sangat beragam dan harus di optimalkan secara promosi agar dapat menarik pengunjung lokal, nasional maupun mancanegara. Pada saat yang sama, dinas kebudayaan dan pariwisata memiliki harapan besar untuk keberlanjutan wisata dimasa depan. Dengan potensi Bojonegoro yang sedang dibangun yaitu pariwisatanya, tentunya diperlukan branding baik melalui foto maupun video, agar masyarakat umum dapat mengetahui bahwa keberadaan wisata bojonegoro sangat menarik dan cocok untuk wisatawan. Searah dengan cita cita yang diinginkan pemerintah kabupaten bojonegoro maka hasil identifikasi awal dapat dikatakan bahwa:

- a. Mengadakan program pelatihan dan workshop secara rutin untuk fotografer lokal guna meningkatkan keterampilan teknis dan kreativitas mereka. Pelatihan ini bisa mencakup teknik fotografi, editing, dan storytelling visual. Selain itu, materi tentang pemasaran digital dan penggunaan media sosial untuk promosi juga perlu disertakan. Dengan pengembangan kapasitas ini, fotografer lokal akan lebih mampu menghasilkan karya yang berkualitas tinggi dan menarik minat wisatawan melalui media visual yang menarik.
- b. Mendorong kerjasama antara fotografer dengan dinas pariwisata, pelaku usaha wisata, dan komunitas kreatif lainnya. Kolaborasi ini bisa berupa proyek bersama seperti pembuatan konten visual untuk promosi destinasi wisata, pameran fotografi yang menampilkan keindahan Bojonegoro, dan kampanye media sosial yang terintegrasi. Sinergi ini akan memperkuat daya tarik visual daerah dan memberikan eksposur yang lebih besar baik di tingkat lokal maupun nasional.
- c. Membangun platform digital yang dapat menjadi wadah bagi fotografer lokal untuk memamerkan karya mereka, seperti website atau aplikasi khusus. Platform ini dapat dilengkapi dengan fitur e-commerce untuk penjualan foto dan jasa fotografi. Selain itu, melakukan pemasaran terpadu melalui media sosial, website resmi pariwisata, dan kanal digital lainnya untuk mempromosikan destinasi wisata Bojonegoro dengan visual yang menawan. Konten yang konsisten dan menarik akan meningkatkan visibilitas Bojonegoro sebagai destinasi wisata yang menarik dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui metode sosialisasi yang menggunakan pendekatan partisipatif, dikenal sebagai Participatory Action Research (PAR). Pendekatan ini mengutamakan keterlibatan aktif seluruh pihak terkait (stakeholders) dalam menganalisis berbagai tindakan yang sedang berlangsung, dengan memanfaatkan pengalaman mereka sendiri sebagai dasar identifikasi masalah. Tujuan utamanya adalah mendorong terjadinya perubahan positif dan peningkatan kualitas dalam berbagai aspek. Dalam pelaksanaannya, peserta diminta untuk melakukan refleksi kritis terhadap berbagai latar belakang, termasuk aspek sejarah, politik, budaya, ekonomi, geografis, serta faktor lain yang memengaruhi. PAR dilandasi oleh kebutuhan untuk mencapai perubahan yang signifikan sesuai harapan (Afandi et al., 2013: 41).

Kegiatan ini dilaksanakan di Kabupaten Bojonegoro dengan peserta kegiatan ini adalah pemuda yang tergabung dalam Komunitas Fotografi Bojonegoro. Kegiatan ini dilaksanakan dengan harapan dapat memperkaya pengetahuan dan memperluas wawasan para pelaku ekonomi kreatif di bidang fotografi. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi, kegiatan ini juga berupaya mengenalkan potensi pariwisata Bojonegoro melalui konten fotografi, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke wilayah tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemuda yang tergabung dalam Komunitas Fotografi Bojonegoro, bagi para pemuda Kopmunitas ini adalah tempat untuk tumbuh dan memperkuat sumber daya anggotanya. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan para pelaku ekonomi kreatif subsektor fotografi dengan memaksimalkan perkembangan teknologi dan informasi dan memperkenalkan pariwisata bojonegoro melalui konten fotografi untuk menarik pengunjung untuk datang berwisata di Kabupaten Bojonegoro. Sejak masyarakat Indonesia terbiasa dengan internet dan berbagai aplikasinya. Setiap orang membutuhkan informasi untuk menambah pengetahuannya tentang banyaknya wisata di kabupaten bojonegoro (Kussanti, Dyah Mustika Wardhani, et al., 2022) Pada bagian ini uraikanlah bagaimana kegiatan dilakukan untuk mencapai tujuan. Jelaskan indikator tercapainya tujuan dan tolak ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Ungkapkan keunggulan dan kelemahan luaran atau fokus utama kegiatan apabila dilihat kesesuaiannya dengan kondisi masyarakat di lokasi kegiatan. Jelaskan juga tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan dan peluang pengembangannya kedepan. Artikel dapat diperkuat dengan dokumentasi yang relevan terkait jasa atau barang sebagai luaran, atau fokus utama kegiatan. Dokumentasi dapat berupa gambar proses penerapan atau pelaksanaan, gambar prototype produk, tabel, grafik, dan sebagainya.

1. Fotografi Dasar untuk pariwisata

Pada sesi materi ini, peserta mendapatkan materi tentang prinsip dasar seorang pelaku Fotografi, tujuan utama menjadi seorang Pelaku Fotografi yaitu menciptakan karya foto yang dapat menarik pengunjung wisata, pemahaman tentang keterampilan dasar kepemilikan sebuah aset digital, strategi pemasaran foto melalui media sosial, isyarat etis, dan prinsip dasar fotografi disediakan. Materi pertama mencakup "prinsip dasar fotografi untuk pariwisata", artinya semua karya foto harus berkualitas tinggi dan memiliki motivasi untuk membuat orang tertarik. Alasannya karena foto yang berkualitas menciptakan audiens yang terlibat dalam jangka panjang, setiap pesan harus memiliki audiens yang terlibat aktif dan selalu berinteraksi.

Gambar 1. Kegiatan Materi

Materi dilanjutkan dalam pengenalan tentang Teknik foto yang tepat untuk menghasilkan gambar yang berkualitas dan menarik. Beberapa elemen dasar dalam teknik fotografi meliputi pengaturan komposisi, pencahayaan, fokus, dan angle. Komposisi membantu mengarahkan mata penonton ke subjek utama dalam foto, sementara pencahayaan yang tepat memberikan mood dan kedalaman pada gambar. Penggunaan aperture, shutter speed, dan ISO adalah kunci untuk mendapatkan eksposur yang baik. Pemilihan fokus juga memengaruhi ketajaman gambar, terutama saat memotret objek bergerak atau dalam kondisi pencahayaan rendah. Selain itu, sudut pengambilan gambar (angle) dapat memberi perspektif unik yang memperkuat narasi visual dari foto tersebut. Menguasai teknik-teknik ini memungkinkan fotografer untuk tidak hanya sekadar mengambil gambar, tetapi juga bercerita melalui hasil karya visual mereka.

Materi berikutnya berkaitan dengan strategi pemasaran karya fotografi, Branding wisata melalui fotografi merupakan salah satu strategi efektif dalam membangun identitas dan citra suatu destinasi wisata. Fotografi berfungsi sebagai medium visual yang dapat menangkap esensi keindahan alam, budaya, serta keunikan suatu tempat, sehingga mampu menarik perhatian calon wisatawan. Dalam branding wisata, foto-foto berkualitas tinggi dan autentik dari destinasi tertentu dapat mempengaruhi persepsi dan minat wisatawan, terutama melalui distribusi di media sosial dan platform digital lainnya. Sebuah destinasi yang dikemas dengan baik melalui fotografi memiliki peluang lebih besar untuk dikenali dan diingat oleh publik, karena gambar-gambar tersebut dapat membangkitkan emosi dan keinginan untuk berkunjung. Oleh karena itu, penting bagi destinasi wisata untuk memanfaatkan potensi fotografi dalam mengkomunikasikan pesan-pesan utama yang merepresentasikan daya tarik wisata, baik dari segi keindahan visual maupun nilai-nilai lokal (Putra, 2021).

2. Produksi Konten Fotografi Wisata

Para peserta selanjutnya akan mendapatkan informasi tentang persiapan pembuatan konten fotografi, misalnya teknik Golden Hour Photography, Rule of Thirds, Leading Lines, Long Exposure, Aerial Photography, Wide Angle Photography, Silhouette Photography, HDR (High Dynamic Range), Framing, Candid Shots. Pada tahap produksi konten foto wisata, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dengan lebih detail, poin-poin penting yang terkait dengan pengambilan foto wisata

**Gambar 2.** Pelaksanaan kegiatan

3. Evaluasi Program

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku fotografi di bojonegoro dalam menciptakan fotografi untuk promosi pariwisata yang menarik dan dapat menarik minat wisatawan untuk datang. Evaluasi program ini penting untuk mengevaluasi keberhasilan program, mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, dan mengukur dampak yang dihasilkan. Berikut adalah beberapa poin evaluasi yang digunakan untuk program pengabdian masyarakat

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat dengan tema "Optimalisasi Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fotografi sebagai Influence Pariwisata Daerah" di Kabupaten Bojonegoro menunjukkan potensi yang sangat besar dalam meningkatkan daya tarik wisata serta perekonomian lokal. Melalui penguasaan teknik fotografi dasar, produksi konten berkualitas, dan kolaborasi antara pelaku fotografi dan sektor pariwisata, program ini dapat menciptakan citra positif dan memperkenalkan keunikan serta keindahan Bojonegoro kepada publik yang lebih luas. Evaluasi keberhasilan program menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan pelaku fotografi serta promosi yang efektif dapat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dan pendapatan dari sektor pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Hastuti, H., Tamsir, I., Vindi, W. O., & Leni, L. (2022). Peningkatan Peran Perempuan Dalam Upaya Mendorong Kemandirian Ekonomi Keluarga Melalui Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 2(1), 10–16. <https://doi.org/10.51214/japamul.v2i1.205>
- Kussanti, D. P., Dyah Mustika Wardhani, Rohani Lestari Napitupulu, & Atun Yulianto. (2022). Sosialisasi Content Creator Pemula Bagi Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara Sebagai Pendorong Industri Kreatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(2), 161–172. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v1i2.497>
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>
- Majid, N. W. A., Fauzi, A., Sari, D. P., Ridwan, T., Widodo, S., Meyriska, N., Adawiyah, R. A. Al, & Nurunnisa, M. (2022). Pengembangan Keterampilan Digital Content Creator Pelajar Tingkat Menengah Atas di Kabupaten Purwakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(2), 283. <https://doi.org/10.30595/jppm.v5i2.9898>
- Pavlova, M. (2009). *Technology and Vocational Education for Sustainable Development : Empowering Individuals for the Future*.
- Riesta Ayu Oktarina, Kristiyono, J., Sari, R. P., & Suprihatin. (2023). Pendampingan Talenta Digital Kreatif dengan Keterampilan Video Content Creator Kota Palembang. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 3(1), 17–26. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v3i1.430>
- Roberts, E., & Townsend, L. (2016). The Contribution of the Creative Economy to the Resilience of Rural Communities: Exploring Cultural and Digital Capital. *Sociologia Ruralis*, 56(2), 197–219. <https://doi.org/10.1111/soru.12075>
- Seekis, V., & Kennedy, R. (2023). The impact of #beauty and #self-compassion tiktok videos on young women's appearance shame and anxiety, self-compassion, mood, and comparison processes. *Body Image*, 45, 117–125. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.006>

- Wijoyo, H. S. H., & Anitasari, H. (2021). Pemetaan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 4(2), 125–142. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v4i2.3205>
- Zappin, A., Malik, H., Shakshuki, E. M., & Dampier, D. A. (2021). YouTube Monetization and Censorship by Proxy: A Machine Learning Prospective. *Procedia Computer Science*, 198(2021), 23–32. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.207>
- Kussanti, D. P., Dyah Mustika Wardhani, Rohani Lestari Napitupulu, & Atun Yulianto. (2022). Sosialisasi Content Creator Pemula Bagi Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara Sebagai Pendorong Industri Kreatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(2), 161–172. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v1i2.497>
- Wijoyo, H. S. H., & Anitasari, H. (2021). Pemetaan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 4(2), 125–142. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v4i2.3205>
- Hidayat, M., et al. (2022). "Peran Fotografi dalam Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata Lokal." *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Pariwisata*, 15(2), 134-150.
- Rahman, A. (2021). "Kolaborasi Ekonomi Kreatif dan Pariwisata untuk Peningkatan Promosi Daerah." *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 19(1), 45-62.
- Wijaya, R. (2020). "Strategi Pengembangan Fotografi sebagai Media Promosi Pariwisata Daerah." *Jurnal Seni dan Desain*, 8(3), 89-103.