

Art Photography Marketing Sebagai Promosi Wisata Di BUMDES Puri Mataram Yogyakarta

Supri Hartanto¹, Septian Ajie Permana².

Universitas PGRI Yogyakarta¹, Universitas PGRI Yogyakarta²

Email: suprihartanto@upy.ac.id¹, ajie@upy.ac.id²

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima: 12 Maret 2020

Direvisi: 17 Juni 2020

Disetujui: 18 Juli 2020

Dipublikasikan: September
2020

Keyword:

Art Photography Marketing
Photographer
Bumdes Puri Mataram

Abstract

The purpose of this service is to provide training to tour managers in Bumdes Puri Mataram, Tridadi, Sleman, Yogyakarta and photographers to use the Art of Photography Marketing in tourism promotion. In various references and journals the implementation of this service has never been done. The dedication process is done by combining photographic art techniques conceptualized in a tourist vehicle, edited with photoshop and uploaded on social media for promotional media. This Art Photography Marketing involves various parties from Puri Mataram, 80 Photographers, 4 make up artists, 6 models, and activity committees. Through this Art of Photography Marketing can increase tourism promotion which has an impact on increasing tourist income, as well as increasing the ability of photographers to produce works of photography related to increased tourism. This makes the tourist sites given this program can help more widely for the community and is expected to increase the number of tourist visitors.

Artikel ini dapat diakses secara terbuka dibawah lisensi CC-BY



 <https://doi.org/10.24176/mjlm.v2i2.4627>

Pendahuluan

Bumdes Puri Mataram merupakan salah satu aset wisata di Dusun Drono Desa Triwidadi Kabupaten Sleman yang berstatus Badan Usaha Milik Desa. Puri Mataram dikelola oleh pihak desa dengan berusaha melibatkan tata ruang dan manajemen tersendiri sehingga diharapkan dapat berkembang secara maksimal. Tata ruang yang bagus dan wahana yang ditawarkan oleh Bumdes Puri Mataram cukup beragam sehingga dapat dijadikan salah satu tujuan wisata keluarga.

Wahana yang terdapat di Bumdes Puri Mataram antara lain wahana air, wahana terapi ikan, wahana kelinci, wahana kuda, wahana, domba, wahana katus dan sebagainya. Guna mendukung aspek wisata juga dikembangkan kuliner tradisional, kafe maupun prasmanan yang dapat dimanfaatkan oleh para pengunjung apabila menginginkan makan dan minum. Bumdes Puri Mataram buka pada pukul 08.00 WIB sampai dengan 23.00 WIB.

Bumdes Puri Mataram telah berusaha memajemen wahana wisata dengan berbagai cara, dengan menggunakan promosi baleho yang di pasang di berbagai tempat strategis di Yogyakarta, melalui brosur maupun dengan menggunakan media audio visual sosial media melalui youtube, maupun instagram. Berbagai media telah

dicoba untuk dimanfaatkan dalam upaya untuk meningkatkan promosi wisata sehingga Bumdes Puri Mataram semakin diterima oleh masyarakat dan menjadi kawasan wisata andalan di Desa Tridadi.

Mitra pengabdian kepada masyarakat ini dapat dibagi menjadi dua. Mitra pertama adalah pengelola wisata Bumdes Puri Mataram yaitu memaksimalkan promosi wisata dengan berbagai cara kreatif agar dapat mensosialisasikan wisata Puri Mataram kepada masyarakat. Strategi yang telah ditempuh adalah promosi melalui media massa, pemasangan baliho, serta mencoba promosi dengan media internet. Promosi bersifat kreatif lainnya belum pernah dicoba untuk dapat dianalisis keefektifannya untuk meningkatkan income wisata di Puri Mataram.

Mitra yang kedua adalah fotografer di wilayah Jawa Tengah dan DIY. Para fotografer belum memahami secara mendalam bahwa fotografi dapat meningkatkan promosi wisata dengan cara menggabungkan konsep foto dengan destinasi wisata yang sesuai sehingga dapat menghasilkan foto-foto yang lebih artistik untuk promosi wisata. Fotografer juga belum memaksimalkan teknik editing yang tepat untuk meningkatkan hasil akhir karya fotografi.

Guna memberikan solusi terhadap permasalahan mitra tersebut maka dilakukan sebuah terobosan marketing pariwisata dengan menggabungkan konsep pemotretan model dengan destinasi wisata yang sesuai. Strategi ini disebut dengan *Art Photography Marketing* yaitu sistem marketing melalui sosial media dengan menampilkan foto-foto menarik seputar spot-spot wisata yang akan dijadikan icon sehingga para wisatawan ingin mencoba wahanya tersebut.

Promosi wisata tersebut akan melibatkan para fotografer-fotografer yang notabene memiliki kemampuan yang tangguh dalam mengambil angle dalam fotografi. Sistem promosi tersebut dengan mengupload foto-foto hasil pemotretan tersebut di sosial media di beri keterangan lokasi dan di tag ke instagram milik Puri Mataram yaitu *puri_mataram*. Konsekuensi dari strategi itu adalah banyaknya masyarakat yang akan melihat hasil foto tersebut yang difoto dan diunggah oleh fotografer Jawa Tengah dan DIY sehingga promosi tempat wisata tersebut meluas. Dampak dari promosi wisata tersebut tidak hanya dirasakan selama sehari namun terus menerus dalam beberapa hari, dan promosi tersebut tetap melekat pada instagram para fotografer selama aktif menggunakan instagram.

Pengabdian kepada masyarakat dengan mengambil tema *Art Photography Marketing* ini memiliki rencana capaian yang ditujukan kepada staff pengelola wisata serta fotografer yang ada di Jawa Tengah dan DIY yaitu:

1. Memaksimalkan promosi wisata di Bumdes Puri Mataram Desa Tridadi dengan menggunakan foto wisata yang terkonsep melalui sosial media.
2. Memberi dampak peningkatan pendapatan Bumdes Puri Mataram melalui peningkatan kunjungan wisata.

3. Bagi fotografer memberikan gambaran tentang strategi pemotretan gabungan antara model dan destinasi wisata sehingga dapat menghasilkan foto yang artistik.
4. Meningkatkan kemampuan fotografer dalam editing fotografi

Metode

Pendekatan pengabdian kepada masyarakat tentang *Art Photography Marketing* ini adalah sistem pelatihan dan praktek langsung. Materi diberikan pada saat diadakan sesi pertama agar konsep pemotretan wisata dapat disamakan. Materi diberikan secara paparan dengan memberikan contoh-contoh dan teknik-teknik pemotretan yang sesuai. Koordinasi antara pihak pengelola wisata, fotografer, panitia dan pelaksana pengabdian sangat solid dan semua pihak terlibat. Kontribusi masing-masing pihak mempengaruhi yaitu pendekatan keinginan bersama untuk meningkatkan karya-karya fotografi yang dapat meningkatkan promosi wisata khususnya di Bumdes Puri Mataram Desa Tridadi.

Metode pelaksanaan selanjutnya adalah pemotretan yang terbagi menjadi dua sesi. Setiap sesi melibatkan 6 model dengan 6 konsep, sedangkan pada sesi kedua juga disediakan 6 model dan 6 konsep yang berada di lokasi wahana wisata di Bumdes Puri Mataram. Setelah pemotretan maka diadakan kurasi foto dan evaluasi foto yang dilakukan secara online di sosial media serta hasil pemotretan di tag ke Bumdes Puri Mataram sebagai strategi inti untuk promosi wisata.

Hasil dan Pembahasan

A. Hasil

Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan kolaborasi antara pengabdian, manajemen Bumdes Puri Mataram, Mahasiswa, makeup artis, model serta fotografer yang berada di kawasan Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada tahap awal persiapan pelaksanaan diadakan koordinasi antara pihak manajemen wisata Bumdes Puri Mataram dengan Mahasiswa dan Pengabdian untuk mencari solusi permasalahan mitra yang menginginkan adanya promosi kreatif untuk mempromosikan wisata.

Berdasarkan hasil observasi pendahuluan tersebut maka diputuskan untuk mengambil langkah mempromosikan wisata dengan menggunakan sosial media yang melibatkan banyak fotografer yang mempunyai follower yang banyak sehingga promosi wisata dapat dijalankan secara maksimal. Tema yang diangkat dalam acara ini adalah *Art Photography Marketing* sebuah istilah yang digunakan untuk kegiatan pemotretan wahana wisata yang akan dipromosikan dengan dikemas ke dalam konseptual fotografi.



Gambar 1. Contoh Detail Konsep Pemotretan

Pengabdian dibantu oleh mahasiswa mencari mitra lainnya untuk mensukseskan acara ini dengan melibatkan 6 model dan 4 make up artis sebagai icon model dalam wahana wisata yang akan dipromosikan. Tema-tema yang akan diangkat dalam pemotretan ini telah dipersiapkan secara matang yaitu *White Angle*, *Mataram Princess*, *Lost in Forest*, *Fantasy*, *my winter Goddess*, *The Last Pocahontas*, *Darkness*, *hot Ridding*, *Sense of Color*, *Dryad Princess* dan *India*. Semua tema tersebut difoto di spot wahana wisata yang akan dipromosikan seperti wahana kelinci, wahana kuda, wahana domba, wahana katus, kebun, maupun taman-taman yang ada di Bumdes Puri Mataram Yogyakarta.

Pengabdian ini selain melibatkan mitra dari manajemen Puri Mataram Yogyakarta juga melibatkan 80 Fotografer se Jawa Tengah dan DIY untuk memotret konsep yang ada serta mempromosikan di sosial media yang dimilikinya. Strategi inilah yang menjadi kunci promosi wisata, karena banyak fotografer yang mempunyai jumlah pengikut (*follower*) yang banyak sehingga foto-foto yang akan ditayangkan dapat menjadi ajang promosi bagi Bumdes Puri Mataram Yogyakarta.

Guna mensosialisasikan kegiatan ini pengabdian tidak mengalami kesulitan karena strategi sosialisasi dapat dilakukan melalui internet secara gratis. Pada sosialisasi regional di DIY maka digunakan even organizer yaitu Event Jogja yang dapat mensosialisasi di tingkat kawasan Yogyakarta dan sekitarnya. Guna mempromosikan tingkat nasional maka digunakan program Cheers yang merupakan aplikasi promosi android bagi para fotografer untuk mengadakan event.



Gambar 2. Flyer Art Photography Marketing

Fotografer yang akan memotret acara ini juga turut dilibatkan dalam pembiayaan kegiatan yaitu dengan membayar sebesar 40.000 rupiah sebelum hari pelaksanaan secara transfer dan 50.000 rupiah pada saat pendaftaran di lokasi. Pihak manajemen Puri Mataram juga mempunyai kontribusi yang besar, selain menyediakan subsidi dana sebesar 2.000.000 juga memberikan akses free kepada para fotografer untuk masuk ke semua wahana wisata yang ada di Bumdes Puri Mataram Yogyakarta.

Pada saat pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, dibuka oleh Manajemen Puri Mataram Yogyakarta kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi dan konsep oleh Pengabdian. Tujuan dari paparan ini adalah memberi gambaran konsep dan tujuan dari pemotretan serta memberi materi tentang cara memotret yang baik, serta teknik editing yang sesuai dengan konsep yang akan disajikan. Konsep fotografi yang disajikan memang berlainan dengan konsep lainnya karena model akan diberikan kostum yang sesuai dengan konsep wahana wisata di Bumdes Puri Mataram Yogyakarta.



Gambar 3. Puluhan Fotografer Jawa Tengah dan DIY yang Mengikuti Event *Art Photography Marketing*

Pada sesi pertama pemotretan di wahana wisata di Bumdes Puri Mataram terdapat 6 model yang memerankan 6 konsep utama yaitu *White Angle, Mataram Princess, Lost in Forest, Fantasy, Winter Goddess, The Last Pocahontas*. Pada pemotretan ini dilakukan di pagi sampai dengan siang hari. Pada saat pemotretan fotografer dibagi menjadi enam kelompok dengan ditandai dengan gelang tangan yang berwarna, serta diberi waktu 15 menit untuk memotret satu tema.

Setelah jam istirahat sesi pertama peserta diistirahatkan dapat dapat menikmati makan siang di rumah makan yang ada di Puri Mataram. Hal ini dapat meningkatkan juga income pihak Puri Mataram dalam peningkatan kunjungan wisatawan dan pendapatan kuliner. Istirahat juga digunakan oleh para model dan make up artis untuk mengganti kostum dan make up model untuk diganti oleh tema yang lain.

Pada siang hari setelah istirahat maka disiapkan 6 konsep yang dapat difoto oleh para fotografer yaitu tema *Heaven Dreams, Darkness, Hod Ridding, Sense of Color, Dryad Princess* dan *India*. Enam konsep tersebut masih menggunakan wahana-wahana yang ada di Bumdes Puri Mataram. Pada kesempatan ini semua fotografer boleh bebas memilih model dan tempat yang akan dijadikan spot pemotretan, sehingga proses pemotretan dapat dilaksanakan lebih cepat.

Pasca pemotretan maka diadakan klinik foto yang dilakukan secara kontinyu secara online. Teknik kurasi foto dilakukan dengan sosial media dengan mengadakan komunikasi di whatsapp grub serta dapat juga dilakukan di instagram. Seluruh peserta kemudian mengupload foto yang telah dieditnya dengan persyaratan dengan memilih lokasi upload di Bumdes Puri Mataram Yogyakarta, ditag difotonya di Bumdes Puri Mataram, di berikan caption di lokasi instagram Puri Mataram serta diberikan hastag #Puri Mataram.

B. Pembahasan

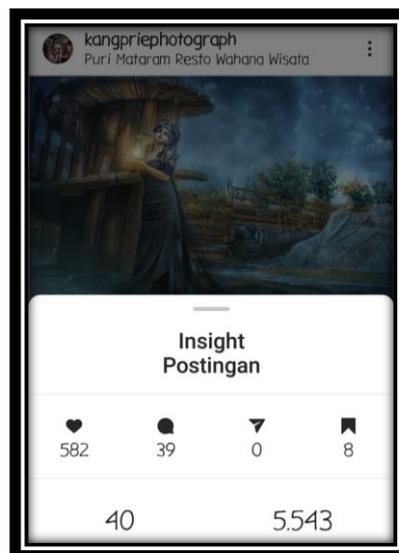
Tujuan awal dari kegiatan *Art Photography Marketing* ini adalah peningkatan promosi wisata dengan teknik yang kreative. Dengan menggunakan teknik promosi lewat foto di instagram maka promosi wisata sangat luas dilakukan. Hal ini dapat dianalisis dengan pengikut (follower) fotografer yang telah banyak sekitar 17.300 lebih pengikutnya. Ini berarti setiap fotografer yang mengupload foto wisata Bumdes Puri Mataram Yogyakarta akan dilihat sekitar 17.300 san orang. Hal tersebut apabila dilakukan satu fotografer sedangkan dalam acara tersebut diikuti oleh 80 fotografer se Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penggunaan sosial media khususnya instagram dapat mempromosikan secara permanen foto yang di tag dan dihubungkan dengan Instagram Bumdes Puri Mataram Yogyakarta. Terdapat empat hal yang menjadikan promosi Bumdes Puri Mataram secara nyata yaitu:

1. Pada instagram lokasi yang diupload oleh fotografer adalah Bumdes Puri Mataram
2. Setiap foto yang diupload oleh fotografer dihubungkan (link) di instagram puri_mataram.
3. Caption yang ditulis oleh para fotografer menyebutkan bahwa pemotretan tersebut di Puri Mataram
4. Hastag untuk instagram juga menyebutkan #purimataram.

Secara nyata di Puri Mataram Yogyakarta telah mendapatkan promosi 4 kali setiap uploadan foto. Hal ini menyebabkan volume kunjungan di sosial media Puri Mataram meningkat 4 kali setiap fotografer mengupload foto, Sedangkan fotografer yang mengikuti acara Art Photography Marketing berjumlah 80 fotografer. Berdasarkan pantauan di instagram Puri Mataram maka terdapat lonjakan kunjungan instagram di Puri Mataram Yogyakarta. Hal ini berarti bahwa promosi wisata menjadi lebih meningkat.

Berdasarkan hasil analisis maka dapat dicermati bahwa setiap fotografer mengupload foto yang dihasilkan di Puri Mataram, maka foto tersebut mendapatkan banyak apresiasi dari masyarakat. Hal ini terlihat dari analisis Insign, program untuk melihat perkembangan sebuah foto.



Gambar 4, *Insign* Foto yang Diambil dari Fotografer di Puri Mataram Yogyakarta

Salah satu hal yang dapat dicermati tentang promosi dengan menggunakan teknik *Art Photography Marketing* setiap foto yang di upload di internet fotografer mempunyai basis massa yang berbeda-beda. Basis massa tersebut akan mempengaruhi promosi untuk Puri Mataram. Contohnya foto di atas memiliki 582 like, dikomentari oleh 39 orang, disimpan oleh 8 orang, dan dari semuanya melihat kunjungan profil di Bumdes Puri Mataram 40 orang karena baru melihat, serta menjangkau 5543 pengunjung untuk dilihat, Apabila jumlah fotografer yang terlibat 80 fotografer maka promosi Bumdes Puri Mataram Yogyakarta dapat dilaksanakan dengan maksimal.

Hal lain yang bisa dicermati dengan kegiatan *Art Photography Marketing* adalah konsep yang ditawarkan adalah pemotretan konseptual, artinya semua model yang terlibat diberikan kostum yang sesuai dengan wahana yang ada di Bumdes Puri Mataram. Hal ini menyebabkan foto yang dihasilkan adalah eksklusif. Fotografer juga dapat belajar untuk memilih angel yang tepat untuk pemotretan sehingga banyak belajar tentang teknik dan komposisi fotografer. Tidak hanya itu saja, para fotografer juga akhirnya belajar untuk teknik editing, karena foto yang dihasilkan akan lebih dramatik apabila menggunakan teknik editing menggunakan photoshop sebelum di upload di sosial media.

Hasil karya fotografer yang bagus tersebut setelah diedit akan menyebabkan orang yang melihatnya berkeinginan untuk meniru pemotretan yang ada di Bumdes Puri Mataram tersebut. Hal ini juga akan menarik beberapa fotografer lainnya untuk mengadakan pemotretan baik personal shoot maupun prewedding di Bumdes Puri Mataram. Dampak ini menjadi beruntun, tidak saja dinikmati manfaatnya oleh Manajemen Bumdes Puri Mataram, namun juga akan dinikmati oleh fotografer sebagai sarana belajar menghasilkan karya dekoratif dengan sentuhan editing dengan photoshop.



Gambar 5. Sebelum dan Setelah

Hasil awal dan akhir setelah pengeditan menghasilkan karya yang artistik. Fotografer tidak hanya belajar tentang teknik pemotretan namun juga cara pengeditan dengan program photoshop. Proses editing yang dilakukan oleh

fotografer tidak hanya editing memperbaiki foto namun juga memanipulasi foto tersebut sesuai dengan konsep yang telah ditawarkan oleh *Art Photography Marketing*. Editing menggunakan teknik layering dengan tidak mengubah lokasi di Puri Mataram. Hal ini dimaksudkan untuk membuat karya artistik dengan tidak mengubah wahana yang ada.

Berdasarkan dari dampak tersebut sebenarnya fotografer akhirnya berusaha untuk meningkatkan kemampuannya dalam mendalami masalah editing dalam fotografi. Hasil akhir dari editing tersebut akhirnya juga akan meningkatkan promosi wisata di Bumdes Puri Mataram Yogyakarta karena foto yang dihasilkan difoto di lokasi Bumdes Puri Mataram yang diupload oleh fotografer. Promosi untuk meningkatkan promosi Bumdes Puri Mataram juga dilakukan dengan menggunakan mass media yang ada yaitu Bernas. Pemuatan berita tersebut juga dapat membantu promosi Puri Mataram secara lebih meluas tentang kegiatan yang telah dilaksanakan.



Gambar 6. Pemberitaan Mass Media

(<https://bernasnews.com/promosikan-bumdes-puri-mataram-sleman-datangkan-fotografer-jateng-diy/>)

Para pelaksanaan *Art Photography Marketing* ini pihak mitra mempunyai andil yang sangat besar, selain menyediakan wahana-wahana wisata yang akan digunakan untuk pemotretan juga membebaskan fotografer dari pembiayaan masuk di wahanya wisata. Pihak Mitra juga akan menyediakan subsidi dana untuk pelaksanaan kegiatan ini. Mitra lainnya adalah fotografer yang akan memberikan htm sebesar 40.000 sampai dengan 50.000 sehingga kegiatan ini akan bisa berjalan. Mitra lainnya yang terlibat adalah sponsor make up artis, model serta wardrobe yang beberapa diantaranya menyumbangkan tenaganya untuk kegiatan pengabdian ini.

Simpulan

Art Photography Marketing yang dilaksanakan di Bumdes Puri Mataram Desa Tridadi Kabupaten Sleman Yogyakarta telah dapat melibatkan peran mitra dan meningkatkan promosi wisata di Puri Mataram. Ide dari kegiatan ini adalah menggunakan teknik promosi kreatif dengan mengadakan pemotretan di wahana-wahana yang ada di Puri Mataram dan mengundang para fotografer untuk memotretnya. Kegiatan ini melibatkan 80 fotografer dari Jawa Tengah dan DIY dan didukung oleh 6 model, wardrobe serta 4 make up artis. Tema pemotretan yang diambil disesuaikan dengan wahana di Puri Mataram sebanyak 12 konsep.

Dampak dari kegiatan ini dapat meningkatkan promosi Puri Mataram Yogyakarta dengan cara fotografer mengupload foto ke instagram, dengan 5 cara yaitu membuat story tentang Puri Mataram, mencantumkan lokasi di Puri Mataram, di tag di instagram Puri_Mataram, mencantumkan caption di lokasi instagram Puri_Mataram, dan di tag dengan #purimataram. Melalui strategi ini Instagram Puri Mataram sebagai media untuk promosi mendapatkan banyak kunjungan virtual, dan banyak masyarakat yang dapat melihat hasil-hasil foto yang dihasilkan di Puri Mataram untuk menarik perhatian.

Kegiatan yang bermitra dengan manajemen Bumdes Puri Mataram dan Fotografer Jawa Tengah dan DIY ini tidak saja dirasakan manfaatnya bagi Manajemen Puri Mataram, namun juga dirasakan oleh fotografer. Para fotografer dapat belajar tentang manajemen foto untuk promosi wisata, belajar tentang pengeditan foto, serta dapat tambahan masukan tentang foto yang dibuatnya. Fotografer dapat saling berinteraksi satu sama lain sehingga dapat meningkatkan kompetensinya dalam bidang fotografi dengan melihat foto-foto lainnya.

Daftar Pustaka

- Arry Maulana Syarif. (2006). *Digital Imaging Menggunakan Photoshop*. Jakarta: Elex Media
- Dinas Pariwisata. (2019). *Buku Panduan Sadar Wisata dan Sapta Pesona*. (Online). (<https://dinaspariwisatalombokbarat.blogspot.com/2012/03/buku-2.html>)
- Hadwin Saleh. (2013). *Pariwisata dan Manajemen Pariwisata*. (Online). (<https://hadwinsaleh.blogspot.com/2013/01/pariwisata-dan-manajemen-pariwisata.html>).
- Ratna Dewi Alfionita. (2013), *Manajemen Pemasaran Online Pariwisata di Yogyakarta*. (Online), (http://digilib.uin-suka.ac.id/24751/1/12730086_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf).
- Yulius Widi Nugroho. (2011). *Panduan Fotografi dengan Kamera Digital dan DSLR*. Yogyakarta: Familia.