

SOSIALISASI MANAJEMEN MEDIA SOSIAL DAN FOTOGRAFI DI BENDHUNG LEPEN

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas¹, Muhammad Fauzi²

^{1,2} Universitas Amikom Yogyakarta
Corresponding author email: pramesthi@amikom.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini mengulas kendala Bendhung Lepen dalam pengelolaan promosi dan informasi yang disampaikan dalam instagram. Selain itu, tidak adanya manajemen sosial media, berdampak pada tidak tersedia jadwal yang tertata untuk mengunggah konten atau feed, desain feed, konten, foto, maupun video. Kegiatan dilakukan bersama dengan mahasiswa tersebut, dibagi menjadi beberapa divisi dengan tahapan pelaksanaan meliputi pra pelaksanaan, pelaksanaan dan pasca pelaksanaan. Pelaksanaan kegiatan berupa sosialisasi manajemen promosi sosial media, fotografi dengan narasumber Bayu Pamungkas dari Migunani Creative. Sosialisasi yang dilaksanakan pada tanggal 3 Desember 2022, merupakan upaya untuk mengajak masyarakat sekitar agar bisa lebih membangkitkan atau mengembangkan kualitas konten. Selanjutnya, dapat mengelola media sosial sebagai media promosi di era digital. Selain itu, juga membantu mendokumentasikan kegiatan di Bendhung Lepen seperti, bank sampah dan serah terima program BUMN. Suasana atau keadaan di seputaran lingkungan juga didokumentasikan sebagai arsip mitra. Pada kegiatan tersebut, tim juga membuat twibbon sebagai template unggah foto, serta video profile berjudul Profil Desa Wisata Bendhug Lepen. Video profile tersebut sudah memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. Kegiatan serupa dapat terus diselenggarakan secara berkesinambungan, seiring perubahan dinamika wisatawan atau kunjungan ke lokasi.

Kata Kunci: Fotografi, Sosial Media, Pengabdian Masyarakat

ABSTRACT

conveyed on Instagram. In addition, the absence of social media management has an impact on the unavailability of an organized schedule for uploading content or feeds, feed designs, content, photos and videos. Activities carried out together with these students, divided into several divisions with implementation stages including pre-implementation, implementation and post-implementation. Implementation of activities in the form of outreach management social media promotion, photography with guest speaker Bayu Pamungkas from Migunani Creative. The outreach, which was held on December 3, 2022, is an effort to invite the surrounding community to further generate or develop quality content. Furthermore, you can manage social media as promotional media in the digital era. Apart from that, he also helped document activities in Bendhung Lepen, such as the waste bank and the handover of the BUMN program. The atmosphere or situation around the environment is also documented as partner archives. During this activity, the team also made a twibbon as a template for uploading photos, as well as a video profile entitled Profile of Bendhug Lepen Tourism Village. The video profile already has Intellectual Property Rights (IPR) registered with the Directorate General of Intellectual Property. Similar activities can continue to be held on an ongoing basis, as the dynamics of tourists or site visits change.

Keywords: *photography, social media, community service*

PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi yang memiliki berbagai tempat wisata menarik untuk dikunjungi. Wisata yang ditawarkan di Yogyakarta dimulai dari tempat wisata dengan nuansa alam hingga wisata perkotaan. Sebagian desa yang berada di wilayah Yogyakarta juga dikembangkan sebagai daerah wisata yang unik dan menarik. Salah satunya seperti Kali Gajah Wong yang berlokasi di Kemantren Giwangan, Umbulharjo, Kota Yogyakarta. Kali Gajah Wong sendiri merupakan desa wisata yang berhasil dikembangkan dan memiliki potensi untuk menjadi sebuah tempat wisata. Kali Gajah Wong merupakan salah satu desa wisata yang mempunyai banyak tempat menarik di dalamnya, seperti kebun kelengkeng, kebun anggur, pemancingan, dan taman yang dihiasi dengan berbagai macam bentuk. Pada setiap sudut desa wisata ini dibuat menjadi tempat yang bagus untuk dinikmati dan juga terlihat *instagramable* yang bisa dijadikan tempat berfoto. Daerah wisata Kali Gajah Wong dapat terus berkembang dan menjadi wisata tak lepas dari peran aktif dari Komunitas Bendhung Lepen.

Pada tahun 2019, merupakan awal mula terbentuknya Komunitas Bendhung Lepen didasari oleh keinginan dari karang taruna dan warga setempat yang ingin memajukan daerahnya. Nurwahyuni et al. (2021) menjelaskan bahwa Komunitas Bendhung lepen telah berhasil dalam membangun karakter peduli lingkungan pada warga Desa Mrican yang pada awalnya dikenal sebagai desa yang kumuh dan kotor. Hasil kerja keras dan dukungan dari masyarakat sekitar membuat daerah tersebut mengembangkan potensinya sebagai desa wisata. Hal itu memiliki berbagai dampak positif, masyarakat disekitar mendapatkan peluang membangun usaha sebagai UMKM di wilayah desa wisata ini. Salah satu potensi Kali Gajah Wong adalah banyaknya ikan hias di daerah ini memberikan sebuah ide untuk berjualan pakan ikan dan usaha lainnya yang bersifat lokalitas. Selain itu, juga terdapat panen raya ikan, yang mana hal ini juga bisa menjadi daya tarik untuk wisatawan melihat proses panen ikan dan membeli ikan yang masih segar. Tidak hanya melihat, wisatawan juga bisa ikut berpartisipasi mencoba serunya panen raya ikan. Sudarti dan Triyono (2022) melihat bahwa kondisi eksternal atraksi ikan Bendhung Lepen dalam kondisi baik. Faktor yang paling dominan adalah jumlah pesaing masih sedikit, penjualan hasil panen seimbang, dan kepadatan jumlah pengunjung objek wisata.

Desa Wisata Kali Gajah Wong termasuk daerah yang masih baru sebagai tempat wisata dan belum dikenal oleh masyarakat luas, sehingga masih kurang untuk menghadirkan wisatawan atau pengunjung. Sutanto dan H (2016) menjelaskan bahwa terdapat tiga faktor penting dalam memajukan suatu daerah tujuan wisata yakni daya tarik dari destinasi, fasilitas dari destinasi, dan kemudahan dari destinasi. Daya tarik merupakan faktor utama wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata. Salah satu upaya untuk menarik minat wisatawan agar berkunjung adalah melalui sosial media seperti instagram. Gumilar (2015) melihat bahwa instagram merupakan media sosial yang paling banyak dan dinilai paling efektif sebagai sarana promosi. Kondisi tersebut tidak lepas dari 59% keberhasilan instagram. Bendhung Lepen sendiri masih terkendala pada kurangnya pengelolaan promosi dan informasi yang disampaikan melalui akun instagram. Selain itu, tidak adanya manajemen sosial media yang berdampak pada tidak tersedia jadwal yang tertata untuk mengunggah konten atau *feed* dalam menarik pengunjung, desain *feed*, konten, foto, maupun video. Selebihnya, kurangnya pemahaman tentang teknik pengambilan foto dan video, yang berdampak pada hasil foto dan video yang kurang bagus untuk dipromosikan di social media. Oleh karena itu, Desa Wisata Kali Gajah Wong masih perlu untuk dilakukan promosi yang lebih besar agar dapat diketahui oleh wisatawan lokal maupun luar daerah.

Dengan demikian, pelaksanaan pengabdian menjadi upaya untuk membantu dalam pengembangan desa wisata.

METODE

Pengabdian masyarakat dilakukan bersama mahasiswa yang dibagi menjadi beberapa divisi meliputi humas, tim sosialisasi, tim *editor*, *media planner*, *kameraman*, grafis, perlengkapan, konsumsi dan sebagainya. Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut ;

- a. Pra Pelaksanaan Program
 1. Survey Lokasi dan Membuat Program serta Konsep
Survey lokasi untuk mengecek lokasi mitra dan berdiskusi dengan tim untuk menentukan program dan konsep yang akan dilakukan dan diterapkan sesuai dengan kebutuhan pihak mitra.
 2. Menyampaikan Konsep yang Matang Kepada Mitra
Berdiskusi dengan mitra untuk menyampaikan konsep program sekaligus meminta pendapat mitra tentang program yang akan dijalankan.
- b. Pelaksanaan Program
 1. Saat pelaksanaan, dilakukan set ruangan lokasi untuk kegiatan sosialisasi di mitra yang bekerjasama, agar kegiatan sosialisasi dapat berjalan dengan baik dan peserta merasa nyaman untuk berkegiatan di tempat tersebut.
 2. Melaksanakan sosialisasi manajemen promosi sosial media, fotografi, dan videografi yang sesuai dengan ilmu komunikasi. Materi yang diberikan meliputi sosialisasi manajemen promosi media sosial terkait dengan meningkatkan kemampuan mitra dalam promosi media sosial. Sosialisasi selanjutnya berkaitan dengan teknik dasar fotografi dan videografi secara sederhana agar kemampuan mitra terkait kemampuan mengambil foto dan video bisa sesuai.
 3. Dokumentasi kegiatan
Mendokumentasi kegiatan yang terdapat di Bendhung Lepen sebagai asset dokumentasi yang diberikan kepada mitra.
- c. Pasca Pelaksanaan Program
 1. *Editing video profile*
Tim editor mengedit *video profile* untuk diunggah ke instagram. Mengedit dengan maksimal agar hasil yang diberikan sesuai dengan harapan.
 2. Mengunggah video profile di Youtube
Tim media planner mengunggah video profile yang sudah selesai dari tim *editor*.
 3. Evaluasi akhir
Melakukan evaluasi terkait kegiatan yang sudah diselenggarakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan turut membantu mendokumentasi kegiatan yang rutin dilaksanakan sebulan sekali, yakni bank sampah pada tanggal 20 November 2022. Tim juga berperan dalam memilah, menimbang, dan mendokumentasikan kegiatan yang dilakukan sebulan sekali tersebut. Selain itu, juga turut

mendokumentasikan kegiatan serah terima program bersih-bersih Bendhung Lepen oleh BUMN pada tanggal 22 November 2022.



Gambar 1. Kegiatan Bank Sampah



Gambar 2. Serah Terima Program

Kegiatan inti lainnya adalah menyelenggarakan sosialisasi bertema manajemen sosial media dan pengenalan teknik dasar fotografi. Sosialisasi tersebut menghadirkan narasumber dari Migunani Creative, Bayu Pamungkas. Sosialisasi yang dilaksanakan pada tanggal 3 Desember 2022 tersebut diikuti oleh warga sekitar yang terdiri dari pemuda, pedagang umkm, dan wanita tani. Sosialisasi diselenggarakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam pengelolaan destinasi wisata. Berupaya mengajak masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas konten dan pengelolaan terhadap media sosial sebagai media promosi di era digital. Salah satunya, dengan mengenal dan mempelajari tentang teknik pengambilan gambar.



Gambar 3. Pelaksanaan Sosialisasi di Bendhung Lepen

Muadz (2022) menyampaikan bahwa teknik pengambilan gambar pada fotografi mempunyai tujuan untuk menentukan luas area yang diberlakukan kepada objek utama dalam *frame* foto. Serupa dengan Sadono (2015) yang menyatakan bahwa teknik pengambilan gambar meliputi pemilihan *point of interest*, menciptakan efek *shutter*, bukaan diaphragma, mengatur sudut pemotretan dan mengatur komposisi. Hal-hal tersebut penting dan menjadi kemampuan dasar yang wajib dikuasai fotografer. Teknik pengambilan gambar bisa meningkat sejalan dengan ketekunan. Karenanya, seorang fotografer memiliki banyak pilihan teknik pengambilan gambar, walaupun tidak memiliki kendali penuh terhadap situasi pemotretan yang dilakoninya.

Teknik pengambilan gambar juga tidak lepas dari segitiga exposure yang meliputi, *shutter speed, aperture, sensitivity*. Secara fundamental segitiga exposure memengaruhi foto yang dihasilkan. Ketiga faktor utama tersebut, menjadi cara untuk mengontrol cahaya dan menjadi keputusan kreatif dalam menghasilkan foto yang bagus (Revell, 2013). Untuk itu, secara eksternal tingkat terang foto dipengaruhi banyaknya cahaya pada skenario pemotretan yang dipantulkan dan dipancarkan objek. Lokasi yang terang, dengan objek berwarna terang atau memancarkan cahaya yang kuat akan menyediakan cahaya melimpah, dan sebaliknya (Dharsito, 2016).

Pada kesempatan tersebut, juga disampaikan materi terkait media sosial sebagai media promosi. Pelatihan tersebut dapat diaplikasikan untuk promosi wisata Bendhung Lepen Giwangan. Puspitarini dan Nuraeni (2019) melihat bahwa media sosial mempunyai banyak kelebihan ketika digunakan sebagai media promosi. Misalnya, dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada audiens atau konsumen tanpa membutuhkan biaya dan tenaga. Augustinah dan Widayati (2019) menyampaikan bahwa tujuan komunikasi pemasaran, yang didalamnya menggunakan media sosial berguna untuk menumbuhkan minat beli konsumen. Selain itu, penggunaan internet yang meningkat setiap tahunnya di Indonesia memperlihatkan bahwa tiga media sosial seperti facebook, instagram dan whatsapp ini banyak dimanfaatkan untuk promosi produk. Terlebih saat ini ketika sarana promosi semakin berkembang pesat, seiring dengan upaya promosi yang efektif. Karena itu, untuk menunjang pelatihan tersebut, agar nantinya bisa bermanfaat lebih banyak, tim juga membuat twibbon untuk template unggah foto. Harapannya, sarana promosi melalui instagram semakin tertata, sehingga berdampak pada meningkatkan kunjungan wisata.



Gambar 4. Twibbon

Dalam pelaksanaannya, tim juga memproduksi video profile mitra dengan mengambil beberapa *footage-footage* suasana Bendhung Lepen. Video profile tersebut berisi informasi umum berupa kegiatan yang dilaksanakan di desa tersebut. Harapan dari adanya video tersebut adalah agar Bendhung Lepen semakin dikenal masyarakat luas. Video profile berjudul Profil Desa Wisata Bendhug Lepen tersebut juga sudah memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual dengan nomor permohonan EC00202301114. Selain mengambil *footage* untuk video profile, juga mengambil beberapa

gambar dokumentasi lingkungan sebagai arsip mitra. Dokumentasi tersebut diberikan agar dapat diunggah di sosial media mitra.

KESIMPULAN

Serangkaian kegiatan yang diselenggarakan ini mengajak mitra untuk lebih menyadari dan memahami manfaat serta pentingnya pengelolaan promosi, sekaligus informasi terkait wisata. Mitra bisa melihat dan mengambil peluang yang terbuka untuk mempromosikan usaha yang digeluti secara lebih luas melalui pengelolaan promosi di media massa. Kecakapan dalam fotografi yang didapatkan bisa diterapkan jika mitra ingin menginformasikan segala kegiatan yang berlangsung atau terselenggara ke lingkup yang lebih luas. Rekomendasi kegiatan ini yaitu diperlukannya sosialisasi dan program yang berkesinambungan, seiring tingginya kunjungan audiens ke sosial media ataupun datang langsung ke lokasi. Perlu juga melibatkan pihak mitra lain di luar sehingga lebih memberikan kemanfaatan yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Augustinah, F., & Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 1–20.
- Dharsito, W. (2016). *Dasar Fotografi Digital 3 : Menguasai Exposure*. PT Elex Media Komputindo.
- Gumilar, G. (2015). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sarana Promosi oleh Pengelola Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, V(2), 77–84. <https://doi.org/10.34010/JIPSI.V5I2.228>
- Muadz. (2022). *Membongkai Momen dengan Kamera*. Unisri Press.
- Nurwahyuni, I. L., Cahyani, L. I., & Fitriana, N. (2021). Peran Komunitas Bendhung Lepen dalam Membangun Karakter Peduli Lingkungan di Desa Mrican, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta. *Jurnal Empati*, 10(06), 436–446.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Revell, J. (2013). *Exposure : Dari Foto Biasa Jadi Luar Biasa*. PT Elex Media Komputindo.
- Sadono, S. (2015). *Serial Fotomaster : Komposisi Foto*. PT Elex Media Komputindo.
- Sudarti, S., & Triyono, M. B. (2022). Strategic Management of Local Potential-Based Entrepreneurship Through Community Empowerment on Fish Attractions Bendhung Lepen in Mrican Village Yogyakarta. *Journal of Community Service and Empowerment*, 3(3), 132–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jcse.v3i3.20230>
- Sutanto, D. H., & H, E. S. (2016). Pentingnya Promosi Guna Meningkatkan Minat Wisatawan Wisata Sejarah di Kota Lama Semarang. *Jurnal Pesona*, 18(01), 1–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jpp.v1i1.372>