



Foto Lanskap Sebagai Media Promosi Objek Wisata

Khairunasit Taqwa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
khairunasit0@gmail.com

Abstrak

Foto lanskap bisa menjadi wadah media promosi yang manjur dalam mengembangkan banyak pengunjung wisata yang datang pada salah satu objek wisata, Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan apakah dengan foto lanskap dapat menarik rasa ingin untuk berkunjung pada suatu tempat objek wisata, foto lanskap dapat menggambarkan suatu tempat dapat berupa pantai, gunung, dan hutan. foto lanskap dapat digunakan untuk media promosi pada saat ini, secara keseluruhan foto lanskap bisa menjadi media promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran menarik perhatian para calon pengunjung.

Kata kunci: fotografi, lanskap, media promosi, wisata

Abstract

Landscape photos can be an effective promotional media in developing the number of tourist visitors who come to a tourist attraction. This research was carried out with the aim of whether landscape photos can attract the desire to visit a tourist attraction. Landscape photos can depict a place in the form of beaches, mountains, and forests. Landscape photos can be used as promotional media at the moment. Overall, landscape photos can be an effective promotional media for increasing awareness and attention of potential visitors.

Keywords: *photography, landscape, promotion media, tourism*

PENDAHULUAN

Para fotografer dari Amerika, Salah satunya Alfred Stieglitz merupakan fotografer yang memelopori dan memaparkan pertama kali bahwa fotografi adalah gambaran lain dari seni, dengan memberdayakan gaya yang dikatakan dengan *Straight Photography*. Stieglitz menciptakan apapun bentuk karya fotografi dan ia juga mempublikasikan tentang majalah kritik seni yang bisa berguna untuk fotografi sebagai sebuah karya seni. Beberapa Fotografi memiliki bermacam ragam jenis sesuai dengan standar atau kebutuhan yang diinginkan oleh fotografer.

Jenis fotografi yang kerap ditemui adalah.

1. Pemotretan foto makro

Dengan menggunakan teknik foto dari jarak yang sangat dekat kepada objek-objek kecil, Juga foto makro terdapat lensa khusus untuk memfoto objek utamanya.

2. Fotografi satwa

Jenis fotografi ini dalam *point interest* nya lebih menjurus kepada foto hewan atau kekhasan hewan tersebut. Biasanya jenis ini lebih sering dijumpai untuk penelitian hewan yang ada di hutan.

3. *Street* fotografi,

Fotografi ditujukan untuk mengambil kejadian ataupun pekerjaan harian yang ditangkap dengan spontan, fotografi ini banyak ditemui di jalanan, atau pasar-pasar dengan kata lain ini merupakan *street* fotografi.

4. *Food* fotografi

Food fotografi biasanya tampilan nya lebih menjuruskan pada makanan ataupun minuman baik itu makanan restoran, makanan pinggir jalan serta makanan apa saja yang dapat difotokan akan termasuk pada kategori *food* fotografi

5. *Landscape* fotografi,

Fotografi *landscape* mengambil gambarnya keelokan suatu lingkungan, dan dapat juga disatukan dengan manusia maupun hewan. Tetapi, agar objek dalam foto tetap berfokus pada keindahan alam sebaiknya tidak dipadukan dengan kegiatan atau aktifitas manusia didalamnya. Ada beberapa jenis pada fotografi *landscape* diantaranya *seascape* yang

tertuju kepada laut, *cityscape* bertumpu kepada perkotaan dan *skyscape* bertuju pada keindahan langit. (Pramudya & Kusumandyoko, 2021).

Fotografi pemandangan merupakan imaji sebuah pemandangan disuatu tempat, Panorama alam dan mempesona membentang dari wilayah utara hingga ke selatan, serta dari wilayah barat hingga ke timur. Foto lanskap dapat diidentifikasi sebagai media promosi yang efektif untuk objek wisata beberapa studi menunjukkan bahwa di media sosia seperti instagram merupakan platform untuk mempromosikan objek wisata dengan menggunakan fot lanskap, Selain itu juga dapat mengungkapkan potensi wisata yang masih belum terkenal atau dianggap *Hidden Gems*. Oleh karena itu hal ini memungkinkan kita untuk mengeksplorasikan pengalaman wisatawan dan mengumpulkan data yang lebih mendalam tentang bagaimana foto lanskap merubah sudut pandang para wisatawan.

Pemotretan suatu lingkungan dan pariwisata merupakan hal yang kerap saling berkaitan satu sama lainnya. Foto adalah media promosi sebagai penarik bagi wisatawan wisatawan yang ingin berkunjung dan menikmati keindahan obyek wisata yang ada. Sebagai Media promosi, fotografi adalah salah satu hal yang sangat penting untuk menampilkan Tempat wisata yang merupakan suatu yang menjadi pusat daya tarik dan bisa memberikan kebahagiaan terutamanya para wisatawan (Hudhar, 2018).

Fotografi lanskap juga seni memotret pemandangan alam atau alam, hal yang menjadi fokus utamanya adalah menangkap keindahan alam dan lingkungan sekitar yang bisa menumbuhkan emosi dan perasaan orang yang melihatnya, kebanyakan ciri-ciri umum dari foto lanskap adalah sedikitnya bahkan tidak adanya unsur manusia yang beraktivitas didalam imajinya, sehingga yang menjadi fokus utamanya adalah pada alam sekitarnya.

Selain itu, dalam fotografi lanskap juga lebih banyak diambil ketika *Golden Our* yaitu pada saat matahari tebenam atau terbit, saat cahaya lembut, hangat sehingga menghasilkan

imaji yang menarik.

Dari sekian banyak wisata yang ada di Indonesia belum tentu semuanya telah diketahui oleh khalayak, maka dari itu muncul lah beberapa permasalahan yang akan dibahas:

1. Bagaimana foto lanskap bisa sebagai media promosi dari objek wisata?
2. Teknik apa saja yang diperlukan dalam proses pembuatan foto lanskap?

TINJAUAN PUSTAKA

Lanskap fotografi bisa berupa pemandangan gunung, laut, pantai, sungai, danau hutan tebing karang ataupun air terjun. Fokus utama dalam fotografi lanskap berupa pemandangan yang memperlihatkan keindahan. fotografi lanskap bisa dengan tepat jika digunakan sebagai media untuk memperlihatkan keindahan dari tempat-tempat objek wisata, melalui foto saja kita dapat memberi gambaran dari sebuah tempat. (Suwardi et al., 2021).

Pemandangan alam yang sangat banyak dijumpai terutama nya di Indonesia, sangat memungkinkan pariwisata juga memiliki peran penting dalam perekonomian nasional maupun perekonomian daerah setempat. Menurut UU No 10 tahun 2009 , Terdapat tujuan dari sektor pariwisata ini, salah satunya agar meningkat nya perkembangan perekonomian. dengan peluang wisata yang begitu besar, tempat wisata di Indonesia adalah salah satu sektor yang cocok sebagai alat dongkrak pada perkembangan ekonomi negara serta menjadi penyumbang uang asing yang masuk ke Indonesia sehingga memperoleh pendapatan yang lebih banyak bagi perekonomian Indonesia. Dari informasi yang disampaikan dalam situs detik.com (2017), devisa dari segi tempat wisata pada tahun 2016 sebanyak US\$ 13,568 miliar yang ada di posisi ke-2 setelah CPO US\$ 15,965 miliar.

Di tahun 2015, devisa pada sektor tempat wisata sebesar US\$ 12,225 miliar atau menduduki di posisi keempat setelah migas US\$ 18,574 miliar, CPO US\$ 16,427 miliar, dan batu bara US\$ 14,717 miliar. Jumlah tersebut akan selalu berkembang seiringnya waktu, dengan harapan itu, dengan persiapan pemerintah yang

menginginkan agar devisa dari segi pariwisata dapat mencapai atau melebihi jumlah US\$20,74 miliar di tahun 2019. Data yang diperoleh tersebut menunjukkan jika pariwisata bisa menjadi sebagai suatu aset yang tepat sehingga dapat menggerakkan pengembangan bangunan pada tempat-tempat tertentu yang memiliki peluang daya tarik dari suatu tempat wisata.(Zulaefa, 2018).

LANDASAN TEORI

Metode merupakan dari bahasa Yunani *methodos* yang cara atau jalan yang dijemput. Metode berarti cara pengumpulan data dan analisis. Dari analisis data yang didapatkan Kemudian peneliti menerima hasil, baik itu berupa penegasan atas teori yang pernah ada (*confirmation*) atau penemuan baru(*discovery*).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk mengumpulkan data atau informasi tentang bagaimana foto lanskap sebagai media promosi. Informasi yang didapatkan dijelaskan sesuai dengan fakta yang ada dan ditampilkan berupa kata-kata maupun kalimat yang akan ditarik dalam sebuah kesimpulan.

METODE PENELITIAN

Cara yang diaplikasikan dalam media promosi adalah dengan AIDCA. *Attention*, Mempromosikan objek wisata dengan foto lanskap yang memperlihatkan keindahan dari suatu objek wisata dengan tampilan yang menarik. *Interest*, untuk menarik pengunjung yang berkeinginan untuk mengunjungi objek wisata dengan keunikan dan keindahan tersendiri dari tiap-tiap objek wisata. *Desire*, menarik peminat para wisatawan dengan sesuatu yang menarik dan menjadi ciri khas dari salah satu objek wisata dibandingkan tempat-tempat lainnya. *Conviction*, menumbuhkan rasa kepercayaan untuk wisatawan dalam bentuk foto lanskap dengan menggambarkan suasana dari suatu objek wisata serta memberikan gambaran yang jelas ketika wisatawan ingin berkunjung pada tempat wisata tersebut. *Action*,

menarik atau mengajak para wisatawan agar datang ke suatu tempat dan objek wisata tersebut menjadi tujuan bagi wisatawan yang ingin mendatangi tempat wisata tersebut dengan harapan agar semakin ramai wisatawan yang datang ketempat suatu objek wisata yang dituju.

Menurut Undang-Undang No. 9 Tahun 2009, pariwisata merupakan kegiatan apa saja para wisatawan dan dibantunnya apapun prasarana serta layanan yang disediakan oleh penduduk, pemodal usaha, instansi negara, maupun instansi daerah. Artian lain tentang pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang dapat memberikan perkembangan sektor perekonomian yang laju dalam menciptakan lapangan kerja, dalam upaya meningkatkan pendapatan, standar hidup juga memajukan sektor-sektor produktivitas lainnya (Hudhar 2018).

Tidak hanya itu, dari segi bidang yang kompleks juga melingkupi industri-industri yang lama yang sebetulnya, merupakan industri pembuatan kerajinan dan buah mata, tempat tidur sementara, dan juga alat transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai pabrik. Arti wisata itu dapat berupa perjalanan ataupun kegiatan yang dilakukan oleh individu ataupun sekumpulan orang yang mendatangi objek wisata wisata itu sendiri dengan tujuan liburan ataupun mengetahui yang menarik daya tarik suatu wisata.

PEMBAHASAN

Karya Foto Berjudul “Nusa Penida-nya Yogyakarta”



Foto 1. “Nusa Penida-nya Yogyakarta”, 2022
(Sumber: Fathur Hidayanto, 2022)

Karya yang berjudul Nusa Penida-nya Yogyakarta terletak di Bukit pengilon di desa Purwodadi, Kecamatan tepus, Gunung Kidul, Yogyakarta. Jarak Bukit pengilon ± 80 Km dari kota jogja atau sekitar 2 jam-an jika berkendara roda dua maupun roda empat, tergantung kondisi jalan. Sekitar tempat tersebut juga tersedia area *camping* sehingga dapat menikmati suasana pantai di sore hari dari ketinggian. Jika berkunjung atau pun *camping* ketempat ini pastikan membawa perbekalan makanan ataupun peralatan yang dibutuhkan karena Tempat tersebut jauh dari pemukiman warga setempat.

Foto diambil dengan menggunakan kamera Sony A7 II dengan lensa samyang 14mm, pada sore hari.

Karya Foto Berjudul “Negeri Atas Awan di Yogyakarta”



Foto 2. “Negeri Atas Awan di Yogyakarta, 2022
(Sumber: Fathur Hidayanto, 2022)

Karya yang berjudul Negeri diatas awan Yogyakarta ini dipotret di Gunung Ireng, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta. Jarak Lokasinya dengan kota Yogyakarta sekitar ±50 menit, dan dapat dijangkau dengan kendaraan roda empat maupun roda dua. Gunung Ireng ini cocok untuk menikmati pemandangan pada pagi hari. HTM nya pun sangat terjangkau mulai dari Rp. 5000, dan parkir Rp2000 (harga dapat sewaktu-waktu berubah). Terdapat juga fasilitas seperti musholla, warung, toilet, juga terdapat area untuk ber *camping*.

Karya Foto Berjudul “A Beach Cliff Café at Gunung Kidul”



Foto 3. “A Beach Cliff Café at Gunung Kidul”, 2022
(Sumber: Fathur Hidayanto, 2022)

Karya yang ketiga berjudul *A beach cliff café at Gunung Kidul*, terletak di Dukuh Wiloso, Desa Girikarto, Kecamatan Panggang, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta. Jarak dari kota jogja ke tempat ini ± 1 jam 20 menit jika menggunakan kendaraan roda dua. Puncak Segoro ini memiliki dua tingkat, pada tingkatan yang dibawah (*Cliff Bar*), HTM-nya Rp50.000 termasuk voucher makanan dan tingkat di atasnya (*Segoro Hinggil*), HTM-nya sekitar Rp75.000 termasuk voucher makanan + tiket gondola untuk naik kepuncaknya. Terdapat Spot yang sangat cocok untuk berfoto-foto.

Karya Foto yang Berjudul “Pyramid”



Foto 4. “Pyramid”, 2022
(Sumber: Fathur Hidayanto, 2022)

Karya yang berjudul *Pyramid* berada pada perbatasan Kabupaten Kulon Progo dengan Jawa Tengah. Tepatnya berada di Desa Pagerharjo, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Yogyakarta. Jarak yang ditempuh dari kota Jogja menuju tempat tersebut

memakan waktu sekitar 1 jam-an. Foto diambil pada pagi hari dengan menggunakan kamera Sony a7 II dengan lensa Sony 28-70mm OIS.

Karya Foto Berjudul “Paradise Hole at Watu Lumbang Beach”



Foto 5. “Paradise Hole at Watu Lumbang Beach”, 2022
(Sumber: Fathur Hidayanto, 2022)

Karya yang kelima ini berada di Pantai Watu Lumbang, yang berlokasi di Desa Balong, Kecamatan Girisubo, Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jarak yang ditempuh untuk menuju pantai Watu Lumbang ini sekitar 2 jam-an dari kota Jogja. Lokasi pantai ini juga dekat dengan bukit Pengilon. Dalam pengambilan foto tersebut menggunakan *Shutter Speed* yang rendah, atau disebut juga dengan *Slow Speed*. Pantai ini memiliki bibir pantai yang dipenuhi bebatuan dan karang.

Karya Foto Berjudul “Jembatan Purba lokasi Shooting KKN di Desa penari”



Foto 6. “Jembatan Purba lokasi Shooting KKN di Desa Penari”, 2022
(Sumber: Fathur Hidayanto, 2022)

Karya yang berjudul *Jembatan purba*

lokasi *shooting* kkn di desa penari ini bernama jembatan Plunyon Kalikuning, berada di Dukuh Kedung Sari, Umbulharjo, Kecamatan Cangkringan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Jarak dari kota Jogja sekitar \pm 25 Km dengan jarak tempuh sekitar 45 menit-an. Tempat ini menawarkan pemandangan *view* gunung Merapi secara langsung, dan juga pemandangan hutan yang masih hijau, dan harga tiket untuk masuk nya Rp. 7.000 pada hari biasa dan Rp. 9.500 pada hari libur. Sebaiknya sebelum menuju lokasi ini sudah memperkirakan bahwa cuacanya akan cerah agar dapat menikmati pemandangan gunung Merapi. Pagi hari adalah waktu yang tepat untuk mengunjungi tempat ini, agar terasa asrinya dan sejujnya suasana disana.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dari uraian, dapat diperoleh beberapa kesimpulan, diantara beberapanya foto lanskap dapat memberikan upaya untuk mendorong sektor pariwisata dari segi media promosi, tidak hanya itu, perlu diketahui untuk mempromosikan objek wisata kita juga perlu untuk mengetahui teknik-teknik dalam pemotretan juga untuk memberikan kesan indah dalam foto yang akan untuk dijadikan media promosi.

Tujuan mempromosi objek wisata tidak hanya untuk menarik minat terhadap objek wisata kepada masyarakat yang berada di sekitiar wilayah objek wisata tersebut. Melainkan dengan cara seperti mempromosikannya melalui foto. Masyarakat dimanapun tidak terkecuali di daerah yang jauh juga bisa mengetahui adanya suatu wisata ditempat yang ingin dikunjungi. Juga Tujuan promosi untuk memaparkan para wisatawan agar mereka lebih mengetahui informasi yang dapat dan mengerti dimana saja tempat untuk akan mereka kunjungi.

DAFTAR PUSTAKA

- Hudhar, D. S. L. (2018). Fotografi sebagai Alat Publikasi Pariwisata. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 02(01), 669–675.
- Pramudya, S. E., & Kusumandyoko, T. C. (2021). Mengenalkan alam desa selotapak mojokerto melalui foto landscape berbasis instagram. *Jurnal Barik*, 3(1), 133–144. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/44728>
- Suwardi, A. N., Saryana, I. M., & Nindhia, C. I. P. (2021). Pesona Jember Dalam Fotografi Landscape. *Retina Jurnal Fotografi*, 1(2), 58–68. <https://doi.org/10.59997/rjf.v1i2.786>
- Zulaefa, E. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Objek Wisata Punthuk Setumbu. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/15797>