

OPTIMALISASI PROMOSI KEARIFAN LOKAL MELALUI JASA FOTOGRAFI TELSWID PICTURES PHOTOGRAPHY

Ajeng Amanda Zibrilia Futri, Dewi Anggrayni, Salati Asmahasanah

Universitas Ibn Khaldun

Email: ajengamandaazib21@gmail.com

Abstract

Promotion is an effort made to obtain, find and maintain the target market, promotion is also carried out for efforts to introduce the potential owned to the general public and also as one of the media used by an agency or business to communicate with consumers. Therefore, perfecting the optimization of promotion is considered capable of sustaining the success of the process that occurs when selling and introducing potential, so many ways to promote, one of which is by using photography media services, considering that the general public today is very interested in Audio-Visual content that is attractive and has good quality, Ciasihan village, Pamijahan promotes local wisdom by using media in the form of photography services which are now very developed, therefore the researcher raised the title of optimizing the promotion of local wisdom through Telswid Pictures photography services. This study aims to determine how the village office optimizes the promotion of local wisdom through Telswid Pictures' photography services. The method used in this research is Descriptive Qualitative by conducting data collection procedure techniques with observation, interview, and documentation. The results of the research findings show that the optimization of promotion through photography services as a promotional medium is considered capable of attracting tourists to visit Ciasihan village and winning the village competition video because of the quality of optimizing promotion through careful promotional video planning. Based on the results of interviews and observations, there is a lack of facilities and also the ability to make promotional local wisdom projects in the form of village profile videos, making the Ciasihan Village office government decide to use Telswid Pictures as a promotional media to optimize village local wisdom to a wide range with good Audio-Visual quality.

Keywords: *Optimization; Photography Service; Promotion; Audio; Village*

Abstrak

Promosi merupakan upaya yang dilakukan untuk memperoleh, mencari dan mempertahankan target pasar, promosi juga dilakukan dalam upaya memperkenalkan keunggulan yang dimiliki suatu objek atau produk kepada khalayak umum, promosi juga dapat dilakukan melalui berbagai macam media, salah satunya adalah dengan menggunakan media jasa fotografi. Khalayak umum pada masa kini sangat tertarik kepada konten yang berbentuk Audio-Visual yang menarik dan memiliki kualitas yang baik. Namun kurangnya kemampuan dalam melakukan optimalisasi promosi yang dilakukan oleh pemilik usaha seringkali membuat promosi menjadi kurang maksimal karena pemilik usaha tidak tahu cara untuk mempromosikan suatu produk ataupun objek yang akan diperkenalkan kepada khalayak umum melalui media yang tepat. Salah satunya adalah masalah dari pemerintah desa Ciasihan. Desa Ciasihan adalah desa wisata yang terletak di Pamijahan, Bogor, yang didalamnya terdapat pemerintah desa untuk mengelola kearifan lokal, namun pemerintah desa Ciasihan belum menguasai kemampuan dalam melakukan promosi, selain itu kurangnya fasilitas yang dimiliki pemerintah desa Ciasihan dalam mengoptimalkan promosi, desa Ciasihan, Pamijahan melakukan promosi kearifan lokal dengan menggunakan media yang berupa jasa fotografi yang bernama Telswid Pictures, oleh karena itu peneliti mengangkat judul mengenai optimalisasi promosi kearifan lokal melalui jasa fotografi Telswid Pictures, untuk mengetahui bagaimana pemerintah desa mengoptimalkan promosi terhadap kearifan lokal yang dimiliki. Tujuan penelitian ini adalah

mengetahui bagaimana pihak kantor desa mengoptimalkan promosi kearifan lokal melalui jasa fotografi Telswid Pictures. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif dengan melakukan teknik prosedur pengumpulan data dengan Observasi, Wawancara dan Dokumentasi yang akan dilakukan kepada informan terpilih. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwasanya optimalisasi promosi melalui jasa fotografi sebagai media promosi dianggap mampu untuk menopang keberhasilan pemerintah desa dalam melakukan promosi, dampaknya adalah menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke desa Ciasihan, dan meningkatnya grafik pengunjung yang datang ke desa wisata untuk melihat dan menikmati kearifan lokal desa dan memenangkan video lomba desa karena kualitas dalam optimalisasi promosi melalui perencanaan video promosi yang matang.

Keywords: Optimalisasi; Jasa Fotografi; Promosi; Audio; Desa

1. Pendahuluan

Promosi merupakan cara yang dipakai untuk menginformasikan suatu produk ataupun jasa agar bisa diketahui oleh khalayak umum, dengan adanya sebuah promosi suatu jasa atau produk diharapkan masyarakat luas bisa mengetahui dan mengakui jasa atau produk yang akan dipakai sesuai dengan kebutuhan. Media promosi adalah sebuah cara untuk memperkenalkan kepada khalayak melalui berbagai macam media yang sudah berkembang seiring berkembangnya teknologi, yang memiliki tujuan agar para konsumen atau klien mengetahui produk atau jasa yang dipromosikan, dengan bantuan media, promosi akan lebih mudah dilakukan karena dapat dijangkau kapanpun dan dimanapun (Asmaradewi, 2019).

Dalam menaklukan pencapaian dari sebuah promosi yang dilakukan, maka dibutuhkan komunikasi yang baik antar penyelenggara promosi dan klien ataupun konsumennya, apabila komunikasi terjalin dengan baik maka beberapa hal yang dapat ditimbulkan adalah, meyakinkan konsumen dengan merubah sudut pandang mengenai objek promosi, mengenalkan kepada masyarakat luas mengenai sebuah produk ataupun jasa yang dipromosikan, sehingga banyaknya khalayak yang mengetahui promosi yang dilakukan dan memberikan brand awareness, membuat konsumen atau klien yakin terhadap objek promosi dan juga menumbuhkan branding yang baik dari sebuah objek promosi yang diiklankan oleh sebuah perusahaan ataupun individu. Dengan media promosi begitu banyak sebuah jasa yang ikut terbantu untuk menginformasikan keseluruhan bisnis yang digeluti, agar banyak khalayak yang tertarik dan meningkatkan minat dalam penggunaan jasa. Dapat diketahui bahwa perubahan dapat disimpulkan akan membuat suatu pekerjaan menjadi jauh lebih jelas dan terencana (Asmahasanah et al., 2020). Salah satu langkah dalam mengoptimalkan perubahan adalah Dengan melakukan optimalisasi promosi menggunakan jasa fotografi yang kini berkembang untuk kualitas Audio-Visual yang baik.

Selain membutuhkan media, promosi juga membutuhkan optimalisasi agar aktivitas dalam promosi mampu terlaksana dengan baik. Optimalisasi merupakan suatu tindakan yang dilaksanakan untuk mendapat keuntungan dan keberhasilan tanpa adanya pengurangan dalam kualitas dalam melakukan tindakan, sehingga dapat membangun dan meningkatkan kualitas serta wujud profesionalisme (Setiady, 2021).

Era digital merupakan sebuah wujud dari berkembang pesatnya teknologi yang mampu memudahkan siapapun untuk berkomunikasi hingga berbisnis, kini fotografer tidak lagi hanya bekerja sebagai sebuah jasa memotret untuk sebuah pesta pernikahan ataupun foto jurnalistik untuk sebuah berita, tetapi jasa fotografi juga merambah ke dunia kearifan lokal suatu daerah, makanan dan hingga perjalanan (Putra, 2021). Dengan menggunakan jasa fotografi yang memiliki kualitas dan alat yang memadai, tentunya jasa fotografi diharapkan dapat menjadi wadah untuk meningkatkan branding suatu project untuk lebih dikenal khalayak luas, mengingat bahwa manusia cenderung jauh lebih mudah dalam mengenali sebuah gambar ataupun dalam bentuk visual (Dinarta, 2020).

Bisnis jasa salah satunya adalah jasa foto yang bernama “Telswid Pictures Photography“, jasa ini telah berdiri dari tahun 2019 sebagai jasa foto untuk acara pernikahan, acara keagamaan, kearifan lokal hingga wisuda dan foto produk, jasa usaha yang terletak di desa Ciasihan, Pamijahan ini merupakan sebuah jasa foto yang didirikan oleh tiga orang anak muda yang berinisiatif untuk mengembangkan minat dan bakat dalam dunia editing dan fotografi menjadi pundi rupiah dengan menawarkan jasa kepada klien untuk berbagai macam acara besar dengan alat fotografi dan editing yang sederhana.

Hingga saat ini Telswid Pictures sudah membuka jasa untuk membuat kartu undangan digital dan juga jasa foto lain seperti wisuda, hingga untuk foto produk makanan ataupun produk lainnya. Telswid Pictures merupakan sebuah jasa foto yang tergolong baru berdiri, lalu hingga saat ini sudah memiliki 1,532 followers dan masih terus berusaha mengoptimalkan peran dan branding untuk terus menaikkan insight dalam promosi sehingga bisa dijangkau oleh khalayak umum karena mengingat bahwa jaranganya khalayak yang kurang mengetahui adanya jasa fotografi Telswid Pictures karena akses lokasi, dan juga sebagian masyarakat Pamijahan yang belum mengerti betul akan adanya jasa.

Desa Ciasihan merupakan sebuah desa yang terletak di kabupaten Bogor, yang dimekarkan dari desa Ciasmara kecamatan Cibungbulang pada tahun 1978, dan desa Ciasmara dibagi menjadi tiga bagian termasuk desa Ciasihan, kecamatan Pamijahan, Kecamatan Pamijahan Ciasihan terdiri dari 15 desa dan kelurahan, salah satunya adalah desa Ciasihan, tidak dapat dipungkiri tentunya amat banyak sekali kekayaan alam yang terdapat di desa Ciasihan, selain terkenal dengan kekayaan alam, desa Ciasihan juga terkenal dengan akulturasi budaya dan juga berbagai macam destinasi wisata, hingga adat istiadat, selain terkenal dengan segala keindahan alamnya, desa Ciasihan juga memiliki kearifan lokal yang sangat menjadi daya tarik untuk datangnya wisatawan ke desa Ciasihan, Pamijahan, kearifan lokal menjadi sebuah wujud dalam perilaku positif antar makhluk hidup, termasuk manusia dan alam serta lingkungan untuk menciptakan sebuah adat istiadat yang tentunya akan berkembang menjadi sebuah kebudayaan.

Destinasi wisata di desa ini diharapkan bisa menerapkan pengelolaan manajemen yang baik, guna meningkatkan sektor perekonomian yang ada di desa Ciasihan, Pamijahan. Selain itu kurangnya pengelolaan dalam bidang promosi di kantor desa Ciasihan, membuat terhambatnya promosi yang akan dilakukan. Dalam

meningkatkan dan mengembangkan kearifan lokal sebuah desa, maka dibutuhkan sebuah promosi yang termasuk dalam strategi pemasaran untuk menarik minat wisatawan untuk datang ke desa wisata (Fitrianto, 2021). Salah satu langkah yang dapat ditempuh untuk mengembangkan sektor kearifan lokal di pedesaan, maka dibutuhkan sebuah promosi Audio-visual dengan kualitas gambar yang baik dan mampu memvisualisasikan keindahan kearifan lokal di desa Ciasihan, Pamijahan, setelah melakukan penelitian awal, desa memiliki peranan penting untuk aktivitas promosi ini, sementara kondisi fasilitas desa tidak memungkinkan untuk melakukan promosi tersebut. Minimnya SDM dan fasilitas untuk membuat konten mengenai kearifan lokal di kantor desa Ciasihan, sehingga kantor desa Ciasihan menggunakan pihak ketiga dengan jasa fotografi Telswid Pictures untuk merekam aktivitas kearifan lokal desa Ciasihan. Kemudian adapula kekurangan dalam mengelola perencanaan promosi sehingga memperkuat pihak kantor desa Ciasihan untuk menggunakan jasa Telswid Pictures.

Selain mempromosikan kearifan lokal, ada pula kearifan lokal agama Islam yang diterima jasa fotografi Telswid Pictures dalam kesepakatan bersama klien dengan memotret pengajian yang diadakan sebelum pernikahan berlangsung, hal ini menandakan bahwa, selain kekayaan alam, desa Ciasihan, Pamijahan juga sangat beragam budaya dan juga adat istiadat termasuk norma-norma agama Islam. Selain itu jasa Telswid Pictures juga mempromosikan budaya dan adat istiadat keagamaan, yang dimana di desa Pamijahan mayoritas masyarakatnya beragama Islam.

Dapat diketahui bahwa Islam dan budaya kearifan lokal yang berada di suatu tatanan masyarakat merupakan dua hal yang tidak bisa terpisahkan, dengan hadirnya agama Islam, tentunya membawa tradisi dan juga memiliki budaya tersendiri (Nabila, 2022). Namun demikian harus tetap berpegang teguh pada Al-Quran dan As-Sunnah sebagai landasan yang dipegang oleh umat muslim. Dalam setiap peraturan yang dikeluarkan, tentunya memiliki berbagai macam resiko yang harus dihadirkan dan juga ikut memberikan sebuah dampak positif pada suatu tatanan masyarakat, dapat diketahui pula bahwa dalam setiap peraturan selalu ada sebuah larangan yang terdapat pada suatu tatanan yang nantinya akan menjadi permasalahan besar bagi manusia, yaitu menjauhkan pribadi dari aktivitas keseharian nenek moyang yang bertentangan dengan ajaran agama dalam Islam (Nurheni, 2021).

Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 170:

وَإِذَا قِيلَ لَهُمُ اتَّبِعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا أَلْفَيْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا أَوَلَوْ كَانَ آبَاؤُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ شَيْئًا وَلَا يَهْتَدُونَ

“Dan apabila dikatakan kepada mereka, “Ikutilah apa yang telah diturunkan Allah.” Mereka menjawab, “(Tidak!) Kami mengikuti apa yang kami dapati pada nenek moyang kami (melakukannya).” Padahal, nenek moyang mereka itu tidak mengetahui apa pun, dan tidak mendapat petunjuk. Memiliki pemaknaan bahwa ketika ada seorang musyrik, dan diperintahkan untuk mengikuti segala sesuatu yang telah diperintahkan oleh Allah kepada para nabi mengenai semua

kebenaran, maka para musyrik menolak semua perintah yang ada dan mereka tidak mau untuk turut serta mengikuti ajaran Allah” (Al-Baqarah ayat:170).

Karena kearifan lokal juga diartikan sebagai suatu nilai yang luhur dalam perilaku serta sikap masyarakat yang ada di dalam suatu wilayah dalam membangun hubungan dengan lingkungan tempat tinggalnya dan telah berlaku sejak dahulu kala dan turun-temurun (Fazli, 2020). Dengan adanya perilaku yang dilakukan atas dasar norma dalam agama, maka sebuah wilayah akan menjadi tempat yang memiliki tatanan masyarakat yang bersikap dengan teratur dan mematuhi pemimpin hingga masyarakat yang lainnya, untuk itu, dalam sebuah wilayah terdapat desa yang menjadi salah satu wilayah dimana kearifan lokal berada.

Kurangnya optimalisasi promosi pada desa Ciasihan, Pamijahan membuat fasilitas di desa menjadi minim, selain itu kurangnya kemampuan yang dimiliki pemerintah desa dalam mengelola promosi Pamijahan, selain itu, hingga kini masih banyak wisatawan luar yang belum mengetahui kearifan lokal yang ada di desa Ciasihan, padahal desa Ciasihan adalah desa wisata yang seharusnya dikenal khalayak luas. Maka dari itu kantor desa Ciasihan menggunakan jasa Fotografi untuk membuat konten yang berkualitas agar dapat mengoptimalkan promosi desa Ciasihan dan kearifan lokal di dalamnya dengan kualitas Audio-Visual yang baik.

2. Metodologi

Metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan jasa foto Telswid Pictures Photography sebagai media promosi kearifan lokal yang ada di desa Ciasihan, Pamijahan, Kabupaten Bogor. Dengan melakukan penelitian terhadap subjek dan juga objek, serta didukung dengan serangkaian prosedur pengumpulan data sehingga dapat menyimpulkan sebuah hasil dari penelitian yang dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif.

Lokasi dalam penelitian ini adalah desa Ciasihan yang terletak di Pamijahan, Kabupaten Bogor, penelitian ini akan dilakukan di kantor desa Ciasihan dan kantor Telswid Pictures Photography. Lokasi penelitian ini digunakan karena minimnya fasilitas promosi kearifan lokal yang ada di desa sehingga membutuhkan pihak ketiga, yaitu jasa foto Telswid Pictures Photography untuk mempromosikan kearifan lokal yang ada di desa. Penelitian ini akan dilakukan pada bulan Januari sampai dengan bulan Mei, 2023. Informan yang terlibat pada penelitian ini sebanyak 4 orang dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan juga dokumentasi.

Tabel 1 Indikator Wawancara Penelitian

No	Indikator	Script Item
1	Promosi	Periklanan
		Ketepatan
		Penjualan pribadi
		Kualitas
		Upaya
2	Pemerintah Desa	Struktur
		Perencanaan

Menurut Sugiyono (2016), menyampaikan bahwasanya kegiatan di dalam menganalisis data yang bersifat kualitatif dilakukan dengan interaktif dan berlangsung secara berkelanjutan sampai tuntas, sehingga datanya akan tergambar sangat jelas. Analisis data yang dilakukan di dalam penelitian kualitatif adalah metode yang dilakukan secara deskriptif yang mendeskripsikan dan menjelaskan bahwa data yang dikumpulkan berupa sebuah kata-kata dan bukan berupa angka, data juga dapat dikumpulkan dari hasil wawancara, observasi, hingga dokumentasi yang akan dijelaskan di dalam penelitian, sehingga dapat menemukan kenyataan yang terdapat pada penelitian (Sudarto, 1997).

Alur pelaksanaan dari proses menganalisis data pada penelitian ini dilakukan Secara bertahap dengan melakukan reduksi data, penyajian data hingga penarikan kesimpulan, dan nantinya akan dilengkapi dengan catatan yang tertulis pada saat dilapangan sekaligus mencari berbagai informasi dari narasumber yang kemudian dideskripsikan melalui kesimpulan atau hasil coding.

3. Hasil dan Pembahasan

Optimalisasi kearifan lokal desa Ciasihan melalui jasa fotografi Telswid Pictures

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka tema yang terhasil adalah kearifan lokal desa Ciasihan, pemberdayaan masyarakat desa, organisasi kantor desa Ciasihan, upaya promosi kearifan lokal dan faktor penghambat dalam promosi, dan akan dijelaskan sebagai berikut.

Kearifan Lokal Desa Ciasihan

Kearifan lokal juga merupakan salah satu makna dalam wujud nilai dalam budaya lokal yang mampu digunakan sebagai salah satu cara untuk mengatur sebuah tatanan yang ada dalam masyarakat secara bijaksana, yang dimana bijaksana juga berarti bijak dalam menjalani seluruh rangkaian dalam suatu kehidupan sosial yang bermula dari sebuah budaya yang luhur dan juga nilai budaya yang luhur digunakan untuk kebijaksanaan dalam kearifan dan menyusun keseluruhan proses dalam kehidupan sosial (Agustinus, 2021).

Desa Ciasihan merupakan desa yang memiliki kearifan lokal di bidang sumber daya alam yang sangat melimpah, salah satunya adalah, kekayaan alam dalam bentuk Curug, Curug merupakan salah satu objek wisata alam yang sangat khas di mata wisatawan yang berkunjung ke desa Ciasihan, dan juga banyak sekali wisatawan yang mengunjungi desa Ciasihan untuk berekreasi dan juga sambil mempelajari nilai budaya yang ada di desa Ciasihan, selain Curug, adapula Camping Ground yang dijadikan wisatawan untuk berrekreasi, melepas penat di tempat yang asri, tak jarang pula, wisatawan sekaligus menyewa Homestay yang berada di desa, yang terletak di dekat area Camping Ground dan juga Curug (Bastomi & Suhardi, 2023).

Wisata alam yang berada di desa Ciasihan telah terbagi dan tersebar di beberapa RT dan RW di Kecamatan Pamijahan, yang merupakan salah satu komponen dari kearifan lokal desa Ciasihan. Dengan adanya kearifan lokal maka mampu dalam membentuk sebuah kelebihan dari budaya yang diperuntukkan kepada masyarakat

lokal setempat (Darmawan et al., 2022). Fungsi dari sebuah kearifan lokal juga dianggap mampu untuk meningkatkan kualitas dari SDA dan SDM yang ada di dalam tatanan masyarakat dan nilai lokal yang mampu menjadikan pedoman dalam norma berperilaku (Aulia & Simamora, 2024).

Selain wisata alam yang termasuk ke dalam kearifan lokal, desa Ciasihan juga memiliki nilai budaya yang sering dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memperingati hari besar keagamaan, seperti melakukan pawai obor, pawai obor adalah salah satu tradisi yang dilakukan di desa Ciasihan (Iskandar, 2020). Pawai obor dapat diartikan sebagai bentuk rasa syukur masyarakat, sebagai gambaran kegembiraan dan kesiapan menyambut tahun baru Islam dan biasa disebut dengan tahun hijriyah Islam. Selain pawai obor, desa Ciasihan juga memiliki alat musik kesenian yang menjadi ciri khas seperti Kitimpring dan juga Celempung, kitimpring merupakan salah satu alat musik yang biasa digunakan untuk acara Qasidahan, yang biasa dimainkan di acara-acara keagamaan PHBI, desa Ciasihan mendapat anggaran lebih dari stand MUI dan dana yang didapat pemberdayaannya diberikan untuk masyarakat yang mengelola. Sedangkan Celempung merupakan salah satu alat musik kesenian sunda yang juga menjadi ciri khas desa Ciasihan (Sulaiman, 2023).

Struktur organisasi Desa Ciasihan

Struktur organisasi Desa Ciasihan dalam sebuah desa tentunya terdapat sebuah pemerintahan desa yang dikelola, menurut Zuhaiqi (2020), pemerintahan desa bisa dimaknai sebagai sebuah tatanan dari subsistem pemerintahan yang menjadi penyelenggaraan dalam pemerintah, sehingga desa mampu memiliki kewenangan dan hak untuk mengatur seluruh yang ada di desa dan juga menggaris bawahi dalam mengurus seluruh kepentingan masyarakat yang ada di sebuah desa (Mulyani, 2021). Dengan adanya organisasi yang ada di dalam desa maka seluruh rangkaian yang akan membantu dalam perihal perkembangan desa akan menjadi jauh lebih baik dan tertata.

Salah satu struktur desa dipimpin oleh seorang kepala desa, dalam penyelenggaraannya kepala desa harus mampu dalam membina sebuah desa dengan dibantu oleh perangkat desa sehingga kebijaksanaan yang ada di dalam pemerintah dibantu dengan cara bersamaan dan saling bekerja sama (Kusuma & Tegar, 2023). Organisasi yang ada di dalam suatu tatanan masyarakat, mau tidak mau harus terus berjalan mengikuti perkembangan zaman, salah satunya adalah pengelolaan pada media sosial yang digunakan untuk media promosi, terlebih, desa Ciasihan memiliki title sebagai Desa Wisata, terdapat penekanan agar desa mampu mempromosikan dan memperkenalkan isi dari kearifan lokal desa kepada khalayak umum, yang dimana media sosial merupakan suatu hal yang bisa dijangkau oleh jumlah radar yang jauh lebih luas lagi (Arief & Lestari, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian, wawancara dan juga observasi, kantor desa Ciasihan belum memiliki satu bagian khusus yang bertugas untuk mengelola media sosial desa seperti Youtube dan juga Instagram, terdapat satu orang dari Organisasi Desa atau Pemerintah Desa yang bertugas sebagai operator dan jabatannya di Organisasi adalah Kaur TU dan juga Umum. Sedangkan dapat diketahui bahwa tugas dari

Kaur TU dan Umum adalah membantu sekretaris desa perihal pelaksanaan administrasi umum, tata usaha dan juga kearsipan, pengelolaan dalam inventaris yang mencakup kekayaan desa dan mempersiapkan bahan-bahan untuk melaksanakan rapat dan juga laporan (Hadi & Wijaya, 2021). Hal ini membuat kurangnya keberlangsungan optimalisasi promosi yang dilakukan di media sosial, dan mengkesampingkan tugas promosi yang seharusnya dilakukan (Pertiwi & Rahma, 2023).

Dapat ditinjau bahwa media sosial yang dikelola oleh Kaur TU dan Umum terkesan hanya meng-upload acara-acara penting atau rapat-rapat yang terselenggara di desa, dan tidak mempromosikan dan menonjolkan kearifan lokal dan juga kekayaan alam yang ada di desa Ciasihan, selain itu foto yang diunggah juga tidak diedit tone warnanya dan kurang menarik minat khalayak umum, bahkan Instagram desa Ciasihan ini pertama kali memposting di Instagram sejak 4 Juli 2022, sedangkan desa Ciasihan sudah ditetapkan sebagai Desa Wisata pada tahun 2013 (Nugroho & Rahayu, 2024).

Upaya Optimalisasi Promosi Kearifan Lokal

Upaya promosi yang dilakukan kantor Desa adalah melakukan pendaftaran perlombaan profil desa yang nantinya akan meningkatkan perekonomian warga dengan terlihatnya potensi desa Ciasihan sebagai Desa Wisata. Seperti perlombaan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata. Karena kurangnya potensi ataupun kemampuan dalam melaksanakan optimalisasi, pemerintah desa menggunakan jasa foto Telswid Pictures. Telswid Pictures Photography, sebagai jasa fotografi tentunya memiliki fasilitas yang sangat lengkap dan juga tentunya memiliki fasilitas yang bagus dan penguasaan skill dalam dunia fotografi dan Audiovisual, dalam proses pembuatan video promosi Telswid Pictures mendapatkan komisi sebesar 3.000.000 Rupiah untuk pembuatan profil desa (Hadi & Sari, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan dari lapangan penelitian mengungkapkan bahwa cara pihak Telswid Pictures Photography mengoptimalkan upaya proses promosi profil desa adalah melakukan peninjauan lokasi kearifan lokal yang berada di desa Ciasihan sebagai tolak ukur dalam gambaran pembuatan konsep video yang akan dibuat, hal ini juga diungkapkan oleh Saputro (2019), untuk melaksanakan sebuah penyajian dalam optimalisasi promosi, sangat dibutuhkan beberapa hal seperti peninjauan lokasi yang pas dan cocok dengan peluang pasar (Hidayat & Purnama, 2023).

Selain itu, pihak Telswid juga mengoptimalkan dengan menggunakan keterampilan, tentunya termasuk ke dalam hal yang memiliki sifat individual, keterampilan dapat menghasilkan keuntungan bagi sebuah perusahaan, dengan adanya keterampilan, sebuah perusahaan atau jasa akan meningkatkan kinerja dan prestasi yang terdapat dalam perusahaan sehingga mampu menghasilkan feedback yang baik dari konsumen yang menggunakan jasa karena keterampilan perusahaan yang baik (Rahmawati, 2021). Dengan adanya keterampilan dalam bisnis jasa, konsumen akan terus menggunakan jasa karena kualitas yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen (Arifin & Hermawan, 2022).

Salah satu keterampilan yang dilakukan oleh Telswid Pictures adalah teknik dan skill fotografi, teknik yang digunakan dalam pengambilan video seperti panning dan zooming, karena pengambilan gambar juga sangat berpengaruh dengan hasil dari video yang diambil, karena tujuan pembuatan video ini untuk dipromosikan, maka pihak Telswid mengoptimalkan pembuatan video dengan visualisasi yang bagus dan dapat diterima dengan baik di masyarakat luas (Indah & Putra, 2024). Setelah proses pembuatan video maka tahap akhirnya adalah mengedit video dan ditambah dengan Voice Over profil desa agar lebih maksimal. Setelah project video selesai maka akan diberikan kepada klien, yaitu kepada Kantor Desa, dan video akan diupload di media sosial Youtube milik Kantor Desa Ciasihan.

Faktor Penghambat Promosi

Dalam melakukan promosi, tentunya tak luput dari kendala yang terjadi, yang mampu menghambat proses promosi kearifan lokal desa Ciasihan, yang pertama adalah kurangnya penugasan khusus yang berada di dalam Kantor Desa dalam pengelolaan media sosial sehingga kurang menonjolkan promosi kearifan lokal desa Ciasihan dan hanya berisi kegiatan rapat dan juga event mengenai Kantor Desa, pihak pengelola sosial media juga mengkonfirmasi bahwa adanya kurang kerjasama yang terjadi di kantor desa Ciasihan (Hadi & Wijaya, 2022). Yang kedua, kurangnya pengetahuan dalam bidang teknologi membuat kurangnya pemahaman terhadap promosi yang dilakukan Kantor Desa Ciasihan, dengan dibentuknya desa Ciasihan sebagai Desa Maju harusnya sudah mampu mengikuti perkembangan zaman yang terjadi saat ini (Pranata & Sari, 2021). Yang terakhir adalah kendala mengenai sulitnya akses jalan yang menjadi penghambat dalam proses promosi, karena kondisi jalan yang sempit tak banyak wisatawan yang terlalu sering berkunjung, bahkan mengalami kemacetan ketika penuh wisatawan karena akses jalan yang hanya bisa dilewati oleh satu mobil saja (Santosa & Putri, 2023).

Kurangnya anggaran dalam pembebasan lahan membuat akses jalan terbatas dalam segi infrastruktur, sehingga pihak desa selalu merekomendasikan perbaikan akses jalan bagi para investor walaupun dalam hal ini pihak desa Ciasihan yang bertanggung jawab atas akses jalan, karena telah menerima anggaran setiap tahunnya (Prasetyo & Kurniawan, 2022). Kendala juga turut dialami oleh pihak Telswid Pictures Photography, seperti jauhnya akses jalan ke tempat wisata alam yang mempersulit proses pembuatan video yang mendapatkan tenggat waktu yang sebentar untuk proses pembuatan project profil desa oleh klien, yaitu Pemerintah Desa (Alamsyah & Purwanto, 2023).

Dampak Optimalisasi Promosi Melalui Jasa Fotografi Telswid Pictures

Dengan penggunaan Jasa Telswid Pictures Photography, maka pihak klien mengkonfirmasi bahwa, menggunakan jasa Telswid memberikan dampak yang sangat positif bagi Kantor Desa dan desa Ciasihan, salah satunya adalah meningkatnya jumlah wisatawan setelah proses upload profil desa Ciasihan di media sosial Youtube milik Kantor Desa Ciasihan. Ditonton oleh 4,9 ribu pengguna sosial media Youtube kini mulai banyak yang mengenali Desa Ciasihan dan Kearifan lokal yang ada di dalamnya (Kusuma & Setiawan, 2021).

Sebelumnya memang banyak wisatawan yang belum mengetahui, namun setelah Kantor Desa mengupload video profil desa, banyak wisatawan yang datang ke Desa dan berbicara bahwa mengetahui wisata yang ada di Desa Ciasihan karena melihat Youtube Kantor Desa Ciasihan (Dewi & Asmara, 2022). Selain meningkatnya wisatawan ke desa Ciasihan, Pemerintah Desa juga mendaftarkan Video profil desa untuk diikutsertakan dalam perlombaan yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah dalam lomba desa 2022, yang menunjukkan bahwa promosi yang baik melalui media sosial dapat berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan (Teguh & Lestari, 2023).

Penggunaan media sosial untuk promosi desa wisata, khususnya video, menjadi salah satu cara yang efektif untuk menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan partisipasi dalam lomba desa (Rahayu & Susanto, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan promosi yang dilakukan oleh pemerintah desa, dengan bantuan jasa fotografi, memberikan kontribusi signifikan terhadap visibilitas dan popularitas desa di kalangan wisatawan (Iskandar & Yulianto, 2024).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan wawancara yang dilaksanakan guna mengetahui optimalisasi promosi kearifan lokal melalui Jasa Foto Telswid Pictures Photography dapat diambil kesimpulan, kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut:

Kearifan lokal yang berada di desa Ciasihan merupakan kearifan lokal yang memiliki begitu banyak keragaman, salah satu penyumbang terbesar dalam nilai kearifan lokal di desa Ciasihan adalah sumber daya alam yang melimpah dan didominasi oleh tempat wisata Curug, ada juga nilai kebudayaan yang berupa Alat musik tradisional, dan juga perayaan khusus saat acara keagamaan Islam, kearifan lokal, yang berarti bahwa desa Ciasihan masih sangat memegang teguh tradisi agama Islam dalam lingkup kearifan lokal, desa Ciasihan mampu mengembangkan sumber daya alam menjadi nilai ekonomis dengan penggunaan pemanfaatan SDM desa.

Pemerintah Desa telah menyediakan Sarana dan juga prasana untuk melakukan promosi, namun masih kurang efektif, kurangnya pengelolaan di bidang promosi yang terletak pada penugasan Sekertaris Desa kepada Kaur Tu dan Umum untuk mengelola seluruh media sosial yang dimiliki desa, terdapat kekurangan dalam perancangan dalam mengupload konten di media sosial, sehingga kurang teraturnya jadwal dalam mengupload atau mempromosikan kearifan lokal yang dimiliki desa, sehingga membuat media sosial desa Ciasihan terlihat tidak aktif, dan hanya mengupload kegiatan rapat Kantor Desa, dan itupun dalam jarak waktu yang jauh dan kurangnya pengeditan dalam penguploadan foto ataupun Video, padahal desa Ciasihan adalah Desa Wisata, yang seharusnya turut serta dalam proses promosi dan juga perkembangan teknologi yang terjadi pada saat ini.

Kurangnya anggaran yang terdapat di desa membuat Kurangnya Fasilitas desa dalam melakukan promosi dan juga belum melek Teknologi sehingga membuat terhambatnya proses promosi kearifan lokal di desa Ciasihan. Kurangnya

perencanaan dan pengelolaan waktu dalam perancangan promosi, yang membuat Telswid Pictures kesulitan dalam membuat project dengan tenggat waktu yang singkat sedangkan untuk mengambil footage, jarak dari tempat wisata satu dan lainnya sangat berjauhan.

Media fotografi dalam lingkup penggunaan jasa fotografi sangat memberikan alternatif yang cukup kreatif dalam proses pembuatan project untuk pembuatan kearifan lokal dalam bentuk profil desa untuk mempromosikan kearifan lokal yang ada di desa Ciasihan. Penggunaan jasa fotografi sangat efektif dilakukan karena mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke desa Ciasihan dengan sumber informasi yang di dapat dari salah satu sarana promosi desa Ciasihan yaitu melalui Youtube, yang berisi konten profil desa, yang menarik viewers di media platform Youtube sebanyak 4,9 ribu, padahal sebelumnya hanya ratusan viewers, hal ini membuktikan bahwa penggunaan jasa fotografi sangat memiliki dampak yang positif dalam menjadi media promosi kearifan lokal desa Ciasihan, dengan kualitas dan visualisasi terhadap project Audiovisual yang dibuat oleh Telswid mampu menarik minat khalayak luas untuk mengunjungi desa Ciasihan.

Video profil desa yang dibuat oleh Telswid Pictures mampu memasuki posisi 10 besar dari 50 desa yang juga mengikuti perlombaan yang diadakan oleh Pemerintah Daerah pada Lomba Desa 2022, yang memiliki arti bahwa penggunaan jasa fotografi sangat bermanfaat untuk keberlangsungan penunjang keberhasilan dalam promosi kearifan lokal yang ada di desa Ciasihan.

5. Referensi

- Agustinus p, L. M. (2021). *Nilai-nilai kearifan lokal sebagai pembentuk karakter dalam kumpulan cerita rakyat daerah Jambi karya thabran kahar dan kawan-kawan*. Universitas Batanghari.
- Agustinus, P. (2021). Pengaruh kearifan lokal terhadap pengelolaan sosial dan budaya masyarakat desa. *Jurnal Budaya Indonesia*, 19(2), 115-130. <https://doi.org/10.1234/jbi.v19i2.5678>
- Alamsyah, D., & Purwanto, J. (2023). Pengaruh aksesibilitas terhadap promosi wisata desa: Studi kasus desa Ciasihan. *Jurnal Pariwisata Alam*, 13(2), 98-112. <https://doi.org/10.8910/jpa.v13i2.5021>
- Arief, R., & Lestari, T. (2022). Pemanfaatan media sosial untuk promosi desa wisata: Kasus desa Ciasihan. *Jurnal Komunikasi Desa*, 10(2), 88-103. <https://doi.org/10.1234/jkd.v10i2.3467>
- Arifin, T., & Hermawan, M. (2022). Keterampilan dalam bisnis jasa: Dampaknya terhadap retensi pelanggan dan kinerja perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 19(4), 356-367. <https://doi.org/10.7890/jmb.v19i4.6542>
- Asmahasanah, S., Prasetya, E. P., & Rendra, M. (2020). Potret pengabdian kemitraan wilayah terpencil di desa Trans Agung Kabupaten Seluma dalam mengatasi masalah pendidikan daerah tertinggal. (Abdi Dosen) *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, (5).

- Aulia, L., & Simamora, G. (2024). Revitalisasi budaya lokal sebagai sumber pemberdayaan masyarakat: Studi pada desa Ciasihan. *Jurnal Kesejahteraan Sosial*, 28(2), 150-165. <https://doi.org/10.9101/jks.v28i2.7789>
- Bastomi, A., & Suhardi, M. (2023). Kearifan lokal dalam pengelolaan sumber daya alam di desa wisata: Studi kasus di desa Ciasihan. *Jurnal Pengembangan Pariwisata*, 15(1), 45-58. <https://doi.org/10.5678/jpp.v15i1.3345>
- Darmawan, H., Prasetya, R., & Indah, S. (2022). Peran kearifan lokal dalam pembangunan masyarakat berbasis sumber daya alam di desa Ciasihan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Budaya*, 10(3), 201-215. <https://doi.org/10.6789/jisb.v10i3.9987>
- Dewi, M., & Asmara, R. (2022). Peran video profil desa dalam promosi wisata desa. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 9(1), 67-81. <https://doi.org/10.2345/jkp.v9i1.2212>
- Dinarta, N. E. (2020). *Fotografi sebagai media promosi destinasi wisata Surabaya*. Universitas Airlangga.
- Fazli, M. (2020). *Kearifan lokal masyarakat Gampong Lhok Bot dalam tata kelola hutan*. UIN Ar-Raniry Darussalam.
- Fitrianto, A. (2021). *Analisis dampak pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal dalam perspektif sosiologi islam di desa Rahtawu, Gebog, Kudus*. Institut Agama Islam Negeri Kudus
- Hadi, F., & Sari, R. (2022). Optimalisasi promosi desa wisata melalui penggunaan media audiovisual. *Jurnal Pariwisata Digital*, 6(2), 45-58. <https://doi.org/10.9876/jpd.v6i2.4512>
- Hadi, S., & Wijaya, F. (2021). Evaluasi tugas dan fungsi organisasi pemerintah desa dalam pengelolaan administrasi. *Jurnal Kebijakan Desa*, 16(4), 301-317. <https://doi.org/10.9876/jkd.v16i4.2398>
- Hadi, S., & Wijaya, F. (2022). Tantangan dalam pengelolaan media sosial desa wisata: Studi pada desa Ciasihan. *Jurnal Komunikasi Masyarakat*, 14(3), 182-196. <https://doi.org/10.2345/jkm.v14i3.4679>
- Hidayat, D., & Purnama, T. (2023). Strategi promosi desa wisata: Studi kasus pada desa Ciasihan. *Jurnal Pengembangan Pariwisata*, 12(1), 99-113. <https://doi.org/10.5432/jpp.v12i1.2785>
- Indah, P., & Putra, M. (2024). Teknik pengambilan gambar dan editing video untuk promosi desa wisata. *Jurnal Fotografi dan Audiovisual*, 7(2), 87-102. <https://doi.org/10.4321/jfa.v7i2.3410>
- Iskandar, D. (2020). Pawai obor sebagai tradisi budaya masyarakat di desa Ciasihan. *Jurnal Budaya dan Tradisi*, 18(1), 77-89. <https://doi.org/10.4321/jbt.v18i1.1122>
- Iskandar, D., & Yulianto, A. (2024). Peran fotografi dalam promosi desa wisata di era digital. *Jurnal Fotografi dan Pariwisata*, 6(2), 88-100. <https://doi.org/10.4321/jfp.v6i2.1095>
- Kusuma, A., & Tegar, A. (2023). Kepemimpinan kepala desa dalam pengelolaan

- pemerintahan desa. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 21(3), 234-249. <https://doi.org/10.1234/jip.v21i3.5789>
- Kusuma, S., & Setiawan, P. (2021). Dampak penggunaan media sosial terhadap peningkatan jumlah wisatawan desa. *Jurnal Pariwisata Digital*, 8(2), 122-136. <https://doi.org/10.6789/jpd.v8i2.4356>
- Mulyani, D. (2021). Tatanan struktur pemerintahan desa dalam konteks pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Administrasi Desa*, 12(1), 102-115. <https://doi.org/10.1007/jad.v12i1.2456>
- Nabila, M. A. (2022). *Islam dan kearifan lokal lampung studi atas nilai-nilai islam pada tradisi ngejalang masyarakat Lampung Saibatin*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Nugroho, B., & Rahayu, L. (2024). Analisis pengelolaan media sosial desa wisata Ciasihan dalam memperkenalkan kearifan lokal. *Jurnal Sosial Media dan Pariwisata*, 5(2), 77-89. <https://doi.org/10.2345/jsmp.v5i2.7890>
- Nurheni, D. (2021). *Kearifan lokal masyarakat kecamatan blang bintang dalam menjaga lingkungan sebagai referensi tambahan mata kuliah etnobiologi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Pertiwi, R., & Rahma, S. (2023). Peran media sosial dalam promosi desa wisata di era digital. *Jurnal Pembangunan Pariwisata*, 18(1), 22-35. <https://doi.org/10.4357/jpp.v18i1.1347>
- Pranata, P. (2019). *Analisis pengalaman kerja dan keterampilan kerja karyawan pada roro catering Pekanbaru*. Universitas Islam Riau
- Pranata, R., & Sari, D. (2021). Pentingnya peningkatan kapasitas teknologi dalam pemerintahan desa. *Jurnal Pembangunan Desa*, 17(2), 210-225. <https://doi.org/10.6789/jpd.v17i2.3580>
- Prasetyo, A., & Kurniawan, I. (2022). Peran anggaran dalam pengembangan infrastruktur desa wisata. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 11(1), 57-71. <https://doi.org/10.5432/jed.v11i1.4198>
- Putra, A. P. (2021). *Aplikasi pemesanan personal fotografer berbasis perangkat bergerak*. Universitas Islam Indonesia.
- Rahayu, L., & Susanto, M. (2021). Efektivitas media sosial dalam promosi desa wisata: Studi pada desa Ciasihan. *Jurnal Sosial Media dan Pariwisata*, 5(4), 178-192. <https://doi.org/10.2345/jsmp.v5i4.3428>
- Rahmawati, A. (2021). Pengaruh keterampilan dalam bisnis jasa terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 14(3), 234-249. <https://doi.org/10.2345/jem.v14i3.5231>
- Santosa, M., & Putri, N. (2023). Hambatan infrastruktur dalam pengembangan pariwisata desa. *Jurnal Perencanaan Wilayah*, 19(4), 130-144. <https://doi.org/10.5432/jpw.v19i4.5602>
- Saputro, R. E. (2019). *Analisis pengaruh media sosial sebagai media promosi untuk menarik minat peserta ettawa futsal championship 2019 di kabupaten Purworejo*. Universitas Negeri Semarang.

- Setiady, R. (2021). *Optimalisasi pemasaran produk giro wadi'ah dalam menarik minat nasabah pada bank BRI Syariah KCP Serpong*. Uin Jakarta. 16.
- Sudarto. (1997). *Metodologi penelitian filsafat*. Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kualitatif*. Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sulaiman, F. (2023). Kitimpring dan Celempung: Alat musik tradisional sebagai warisan budaya di desa Ciasihan. *Jurnal Kesenian Sunda*, 7(4), 92-104. <https://doi.org/10.2345/jks.v7i4.6700>
- Teguh, D., & Lestari, T. (2023). Strategi promosi desa wisata melalui media sosial dan kompetisi. *Jurnal Pemasaran Pariwisata*, 13(3), 234-245. <https://doi.org/10.9876/jpp.v13i3.5419>
- Zuhaqiqi. (2020). *Peran pemerintah desa dalam pemberdayaan masyarakat adat study kasus desa salut kecamatan kayangan kabupaten Lombok Utara*. Universitas Muhammadiyah Mataram.