

**LAPORAN AKHIR PROGRAM  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT TAHUN 2024**



**OPTIMALISASI EKONOMI KREATIF SUB SEKTOR FOTOGRAFI SEBAGAI  
INFLUENCE PARIWISATA DAERAH**

**Oleh :**

**Handoko SHW. S.E., M.M  
Moh. Saiful Anam . S.E., M.M  
Sinta Nur Salsa Bella  
Wulan Agustin**

**PENGABDIAN MASYARAKAT INI DILAKSANAKAN ATAS BIAYA  
UNIVERSITAS BOJONEGORO TAHUN ANGGARAN 2023/2024  
Sesuai dengan Surat Perjanjian Kontrak Pengabdian Masyarakat Nomor :  
049/LPPM-PENGMAS/UB/IV/2024**

**UNIVERSITAS BOJONEGORO  
2024**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PROPOSAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENDANAAN PERGURUAN**  
**TINGGI**

- 1. Judul Pengabdian** : OPTIMALISASI EKONOMI KREATIF SUB SEKTOR FOTOGRAFI SEBAGAI INFLUENCE PARIWISATA DAERAH
- 2. Ketua**
- a. Nama Peneliti : Handoko SHW.S.E.,M.M
  - b. NIDN : 0712119102
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : handokoshw@gmail.com
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Kreatif dan Pariwisata
- 3. Anggota 1**
- a. Nama Dosen : Moh. Saiful Anam.S.E.,M.M
  - b. NIDN/NIM : 0719119101
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : anamsaiful9119@gmail.com
  - e. Bidang Keilmuan : Kewirausahaan
- Anggota 2**
- a. Nama Mahasiswa : Sinta Nur Salsa Bella
  - b. NIDN/NIM : 21602011144
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : nursalsabellasinta@gmail.com
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
- Anggota 3**
- a. Nama Mahasiswa : Wulan Agustin
  - b. NIDN/NIM : 21602011123
  - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
  - d. E-mail : agustinw791@gmail.com
  - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan
4. Jangka Waktu Pengabdian : 3 (Tiga) Bulan
6. Lokasi Pengabdian : Bojonegoro
7. Dana Diusulkan : Rp. 2.000.000

Bojonegoro, 4 Oktober 2024

**Mengetahui,**  
Ketua LPPM Universitas Bojonegoro

Pengusul,

**Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.**  
NIDN 07 2108 8601

**Handoko SHW. S.E., M.M.**  
NIDN. 0712119102

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur Kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Laporan Pengabdian Masyarakat dengan judul “OPTIMALISASI EKONOMI KREATIF SUB SEKTOR FOTOGRAFI SEBAGAI INFLUENCE PARIWISATA DAERAH”.

Dalam penyusunan Laporan Pengabdian Masyarakat ini, tidak luput dari kekurangan dan kesulitan baik berupa hambatan maupun rintangan sehingga penulis merasa hasil Laporan Pengabdian Masyarakat ini jauh dari kata sempurna. Namun, pelaksanaan pengabdian masyarakat ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Arief Januwarso S.sos, M.si Selaku Ketua Yayasan Universitas Bojonegoro.
2. Ibu Dr. Tri Astuti Handayani, SH., M.Hum Selaku Rektor Universitas Bojonegoro.
3. Ibu Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc. Selaku Ketua LPPM Universitas Bojonegoro.
4. Ibu Hartiningsih Astuti, SE,MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi.

Dengan demikian, penulis mengharapkan petunjuk dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun kearah perbaikan untuk kesempurnaan. Penulis berharap semoga Laporan Pengabdian Masyarakat ini dapat menambah pengetahuan bagi setiap orang yang membacanya.

**Bojonegoro, 4 Oktober 2024**

## **RINGKASAN**

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

Keterlibatan komunitas, serta dukungan pemerintah daerah memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Pengabdian ini menjadi langkah strategis bagi pemerintah Kabupaten Bojonegoro dan pelaku ekonomi kreatif untuk lebih memanfaatkan potensi fotografi dalam mendukung sektor pariwisata, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah.

## Daftar isi

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>3</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>4</b>
<b>Daftar isi</b> .....	<b>1</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>2</b>
<b>1.1. Isu dan Fokus Pengabdian</b> .....	<b>2</b>
<b>1.2. Lokasi Pendampingan</b> .....	<b>6</b>
<b>BAB II . LUARAN DAN TARGET CAPAIAN</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1. Luaran Pendampingan</b> .....	<b>7</b>
<b>1.2. Target Capaian</b> .....	<b>7</b>
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN</b> .....	<b>7</b>
<b>1.1. Teknik Pendampingan</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2. Strategi Yang Digunakan</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3. Bentuk dan Tahapan Kegiatan</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4. Solusi Permasalahan Pendampingan</b> .....	<b>9</b>
<b>BAB IV. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI</b> .....	<b>11</b>
<b>BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>12</b>
<b>5.1. Hasil Pendampingan</b> .....	<b>12</b>
<b>5.1.1. Gambaran Umum Pendampingan</b> .....	<b>12</b>
<b>5.1.2. Fotografi Dasar Untuk Wisata</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>5.1.3. Produksi Fotografi Untuk Wisata</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>5.1.4. Evaluasi Program</b> .....	<b>15</b>
<b>BAB VI</b> .....	<b>20</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>23</b>
<b>6.1. Kesimpulan</b> .....	<b>23</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1. Isu dan Fokus Pengabdian

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

Sub sektor fotografi berperan dalam membangun citra positif daerah wisata melalui penyampaian visual yang menarik dan autentik. Bojonegoro memiliki berbagai destinasi wisata yang dapat dipromosikan melalui fotografi, seperti wisata alam, budaya, dan sejarah yang belum banyak terekspos secara luas. Pemanfaatan fotografi dalam mempromosikan pariwisata tidak hanya meningkatkan daya tarik wisatawan lokal, tetapi juga internasional. Dengan potensi ini, pengembangan sub sektor fotografi dalam ekonomi kreatif Bojonegoro menjadi penting untuk meningkatkan daya saing pariwisata daerah tersebut di tingkat nasional maupun global (Hidayat et al., 2022).

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

Di Kabupaten Bojonegoro, pengembangan sub sektor fotografi memiliki peluang untuk menjadi penggerak utama dalam mempromosikan potensi pariwisata

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

Dari foto yang diunggah melalui media sosial, akan timbul minat masyarakat untuk datang mengunjungi apa yang ada di dalam foto tersebut. Semakin informatif dan menarik foto yang ditampilkan, semakin besar pula kemungkinan bagi wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara untuk datang. Sama halnya upaya yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro pun gencar melakukan perbaikan secara infrastruktur maupun sarana dan prasarana yang ada di destinasi wisata tersebut, hal ini guna untuk memperkuat promosi yang dilakukan di setiap destinasi wisata di Kabupaten Bojonegoro. Jika secara infrastruktur dan sarana prasarana sudah memadai, kemudian dilakukan kegiatan mempromosikan tempat tersebut dengan melakukan pengambilan foto kemudian diunggah melalui sosial media yang dimiliki Adapun berbagai macam destinasi di Kabupaten Bojonegoro bisa di promosikan secara baik dan dikemas sedemikian menarik yang tersebar di Bojonegoro yang di bagi dalam berbagai kategori sebagai berikut,

Tabel 1. Data Wisata di Kabupaten Bojonegoro

No	Nama Wisata
1	Dander Waterpark
2	Kayangan Api
3	Waduk Pacal
4	Masyarakat Samin
5	Taman Pinggir Gawan (Tpg)
6	Negeri Atas Angin
7	Agrowisata Belimbing
8	Agrowisata Jambu Padang
9	Wisata Edukasi Gerabah
10	Wali Kidangan
11	Teksas Wonocolo
12	Rumah Singgah
13	Go Fun
14	Waduk Bendo
15	Wisata Edukasi Mojodeso
16	Growgoland

17	Banyu Kuning
18	Outbond Toyoaji
19	Rumah Tua Padangan
20	Mumbul Kalianyar
21	Petilasan Angling Dharma
22	Puthuk Kreweng
23	Wisata Edukasi Pejambon
24	Makam Kanjeng Sumantri
25	Makam Raden Aryo Matahun
26	Makam Lancing Kusumo
27	Sumber Maha Dewi
28	Sendang Tirta Arum
29	Kampung Tumo
30	Babo
31	Segoro Biru
32	Pring Sewu
33	Wali Zakaria
34	Persanggrahan
35	Galeri Bengawan

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro

Banyaknya jumlah wisata di bojonegoro juga tidak ditunjang oleh jumlah wisatawan yang berkunjung

Tabel 1. Data Pengunjung Wisata di Kabupaten Bojonegoro

No	Nama Wisata	Wisnus	Wisaman
1	Dander Waterpark	24.702	0
2	Kayangan Api	21.810	0
3	Waduk Pacal	11.327	0
4	Masyarakat Samin	306	0
5	Taman Pinggir Gawan (Tpg)	1.569	0
6	Negeri Atas Angin	1.280	0
7	Agrowisata Belimbing	13.200	0
8	Agrowisata Jambu Padang	3.917	0
9	Wisata Edukasi Gerabah	2.458	0
10	Wali Kidangan	0	0
11	Teksas Wonocolo	942	0
12	Rumah Singgah	604	2
13	Go Fun	9.614	0
14	Waduk Bendo	696	0
15	Wisata Edukasi Mojodeso	64	0
16	Growgoland	19.294	0
17	Banyu Kuning	339	0
18	Outbond Toyoaji	81	0

19	Rumah Tua Padangan	218	0
20	Mumbul Kalianyar	415	0
21	Petilasan Angling Dharma	2.719	0
22	Puthuk Kreweng	310	0
23	Wisata Edukasi Pejambon	0	0
24	Makam Kanjeng Sumantri	17	0
25	Makam Raden Aryo Matahun	101	0
26	Makam Lancing Kusumo	0	0
27	Sumber Maha Dewi	5.406	0
28	Sendang Tirta Arum	9.807	0
29	Kampung Tumo	0	0
30	Babo	6.220	0
31	Segoro Biru	9.879	0
32	Pring Sewu	5.485	0
33	Wali Zakaria	831	0
34	Persanggahan	340	0
35	Galeri Bengawan	3.410	0
TOTAL		157.361	2

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bojonegoro

Data selama satu tahun, dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung dari 35 wisata yang ada di Bojonegoro yaitu sebanyak 157.361 untuk pengunjung nasional dan 2 untuk pengunjung mancanegara. Ini juga menjadi perhatian untuk meningkatkan branding pariwisata melalui fotografi.

Pelatihan Fotografi untuk branding wisata merupakan pelatihan penting bagi bagi para pelaku fotografi. Selain itu, Oleh karena itu, melalui pelatihan fotografi ini diharapkan dapat mentransmisikan nilai-nilai budaya bangsa seperti jati diri dan jati diri tanpa harus menghilangkan esensi kreativitasnya (Wijoyo & Anitasari, 2021)

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

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

## 1.2. Lokasi Pendampingan

Pendampingan ini dilakukan di Bojonegoro Creative Hub Kabupaten Bojonegoro.

## BAB II

### LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

#### 1.1. Luaran Pendampingan

Dalam program ini, luaran yang diharapkan adalah:

1. Jasa, yang dihasilkan berupa pengajaran dan pelatihan mengenai analisis Optimalisasi subsektor Fotografi sebagai influence pariwisata daerah.
2. Metode, berupa pengetahuan tentang analisis Optimalisasi subsektor Fotografi sebagai influence pariwisata daerah
3. Publikasi ilmiah pada jurnal ber-ISSN atau terakreditasi nasional
4. Laporan hasil analisis Optimalisasi subsektor Fotografi sebagai influence pariwisata daerah

#### 1.2. Target Capaian

Adapun Monitoring dan evaluasi (metode dan proses) dari pengabdian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Monitoring Dan Evaluasi**

<i>Goal</i>	<b>Monitoring dan Evaluasi</b>
Pelaku subsektor fotografi mampu melakukan pengembangan pariwisata berdasarkan hasil analisis Optimalisasi subsektor Fotografi sebagai influence pariwisata daerah melalui pengambilan keputusan ekonomi yang tepat	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Dalam jangka waktu 1 bulan pendampingan dapat dioptimalkan</li> <li>b. Dalam jangka 1 bulan dilaksanakan <i>training</i> dan pelatihan</li> <li>a. Pada bulan ke tiga evaluasi pendampingan</li> </ol>

Kemudian, rencana tindak lanjut dari pengabdian ini adalah terciptanya sinergitas kemandirian antara para pelaku subsektor fotografi dan para pengelola pariwisata untuk meningkatkan wisata di kabupaten bojonegoro.

## BAB III

## METODE PELAKSANAAN

### 1.1. Teknik Pendampingan

Dalam kegiatan ini, peneliti menggunakan pendekatan *participatory* yang sering disebut *participatory action research (PAR)*. Pada dasarnya, PAR merupakan penelitian yang melibatkan secara aktif semua pihak-pihak yang relevan (*stakeholders*) dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung (dimana pengalaman mereka sendiri sebagai persoalan) dalam rangka melakukan perubahan dan perbaikan ke arah yang lebih baik. Untuk itu, mereka harus melakukan refleksi kritis terhadap konteks sejarah, politik, budaya, ekonomi, geografis, dan konteks lain-lain terkait, yang mendasari dilakukannya PAR adalah kebutuhan kita untuk mendapatkan perubahan yang diinginkan (Afandi *et al*, 2013: 41).

### 1.2. Strategi Yang Digunakan

Adapun strategi yang digunakan dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Collective meeting dan analisis sosial, termasuk di dalamnya adalah permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam melakukan analisis Optimalisasi subsektor Fotografi sebagai influence pariwisata daerah.
2. Menyusun rencana aksi dan merealisasikan aksi secara bersama-sama yang dimulai dari pemetaan masalah.
3. Memberikan tindakan pro-aktif dalam memupuk pengetahuan mengenai analisis Optimalisasi subsektor Fotografi sebagai influence pariwisata daerah.
4. Refleksi dan evaluasi, hal ini dilakukan untuk setiap kali aksi selesai dan atau sedang dilakukan untuk melihat seberapa jauh tingkat keberhasilan dari harapan yang sudah dibangun sebelumnya.

### 1.3. Bentuk dan Tahapan Kegiatan

Pendampingan ini dilakukan dalam bentuk pemberian materi mengenai analisis Optimalisasi subsektor Fotografi sebagai influence pariwisata daerah sebagai langkah awal dalam maksimalisasi pendampingan ini, beberapa bentuk kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pertama melakukan survei secara lisan/pendataan pada pelaku ekonomi kreatif subsektor fotografi.

2. Melakukan pemberian materi/pengajaran pertama berupa teori tentang Optimalisasi subsektor Fotografi sebagai influence pariwisata daerah.
3. Melakukan pendampingan langsung dalam analisis Optimalisasi subsektor Fotografi sebagai influence pariwisata daerah.

**Tabel 3.1. Materi Kegiatan pelatihan Fotografi untuk Wisata**

No	Materi	Topik
1.	Fotografi Dasar Untuk Wisata	Langkah pertama yaitu mengenali kamera mengetahui tahap-tahap penting kamera dan juga fitur pada kemampuan kamera yang kita miliki. Sebagai fotografer pemula sebaiknya kita harus bersahabat dengan kamera. Pahami dan pelajari kegunaan dari setiap tombol yang tersebar pada kamera kita, baik kamera DSLR maupun mirrorles. Kita harus tau persis bagian mana yang bisa untuk mengatur manual fokus, autofokus dan lain sebagainya.
2.	Produksi Fotografi untuk Wisata	Fokus adalah titik dimana objek foto mendapatkan perhatian utama. Pada pemotretan, fokus sangatlah penting. Terkadang karena kita tidak menempatkan fokus dengan benar, foto kita goyang atau tidak fokus. Penggunaan fokus bukan cuma menyangkut soal lensa saja. Ada setting tambahan yang harus kita pahami cara bekerjanya bagaimana fokus itu asli kerja maksimal dari lensa dan kamera. Kesalahan menetapkan pengaturan fokus di kamera atau tidak paham akan fatal dan sangat berpengaruh dengan hasil gambar kita.
3.	Evaluasi	Evaluasi pengajar terhadap konten video yang diunggah peserta dimedia digital

#### **1.4. Solusi Permasalahan Pendampingan**

Berdasarkan hasil analisis permasalahan yang ada di lapangan maka solusi permasalahan yang diberikan dalam kegiatan pendampingan dilakukan dengan dua tahap yaitu:

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

## **BAB IV**

### **KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI**

Perguruan Tinggi yang mengusulkan program ini adalah Universitas Bojonegoro. Program pengabdian masyarakat di Universitas Bojonegoro di bawah Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Kegiatan pengabdian pada masyarakat merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh LPPM Universitas Bojonegoro. Pengabdian masyarakat merupakan salah satu bagian Tri Dharma Perguruan Tinggi. Sebagai sebuah lembaga yang menaungi seluruh kegiatan pengabdian masyarakat, LPPM Universitas Bojonegoro telah melakukan beberapa cara (seperti pelatihan penulisan proposal pengabdian) untuk meningkatkan partisipasi dosen untuk mengajukan proposal pengabdian masyarakat baik yang didanai oleh DIKTI maupun lembaga lainnya, selain itu sudah menjadi kewajiban seorang dosen untuk melakukan Tridharma perguruan tinggi. Hal ini terbukti dengan meningkatnya perolehan proposal pengabdian masyarakat yang didanai, dan apa yang telah dilakukan LPPM telah memotivasi para Dosen untuk aktif dalam menjalankan Tridharma Perguruan Tinggi. Universitas Bojonegoro terdiri dari 5 Fakultas yang terbagi menjadi 4 rumpun yaitu, Pertanian, Ekonomi, Sosial, dan Sains Teknik.

**BAB V**  
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**5.1. Hasil Pendampingan**

**5.1.1. Gambaran Umum Pendampingan**

Pemuda yang tergabung dalam Komunitas Fotografi Bojonegoro, bagi para pemuda Kopmunitas ini adalah tempat untuk tumbuh dan memperkuat sumber daya anggotanya. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan para pelaku ekonomi kreatif subsektor fotografi dengan memaksimalkan perkembangan teknologi dan informasi dan memperkenalkan pariwisata bojonegoro melalui konten fotografi untuk menarik pengunjung untuk datang berwisata di Kabupaten Bojonegoro. Sejak masyarakat Indonesia terbiasa dengan internet dan berbagai aplikasinya. Setiap orang membutuhkan informasi untuk menambah pengetahuannya tentang banyaknya wisata di kabupaten bojonegoro (Kussanti et al., 2022).

**Tabel 5.1. Kuiseioner peminatan menjadi *content creator***

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Apakah saudara mengerti tentang apa itu Fotografi untuk Wisata?	20	3
2.	Apakah saudara tertarik menjadi Fotografi Pariwisata?	19	4
3.	Saya memiliki Akun Instagram	15	8
4.	Saya memiliki akun TikTok	16	7
5.	Saya sering pergi ketempat wisata	10	13

Keadaan zaman yang berkembang mempengaruhi informasi serba guna yang dapat dikonsumsi oleh setiap orang. Pada dasarnya kebutuhan setiap individu tidak berkurang karena selama individu tersebut hidup akan menghadapi masalah yang pada akhirnya membutuhkan ilmu. Setiap orang memiliki kebutuhan informasi yang berbeda-beda dan pada dasarnya hal ini disebabkan adanya kesenjangan antara keinginan dan kenyataan. Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, komunikasi dan informasi menjadi lebih fleksibel. Dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, muncullah media sosial, dimana kini media sosial memiliki banyak kegunaan bagi penggunanya. Media sosial saat ini dapat dengan

cepat diadopsi oleh orang-orang di seluruh dunia, itulah sebabnya pengguna media sosial semakin banyak dan dapat menjadi promosi pariwisata di Bojonegoro. Misalnya fotografer mengunggah foto wisata di Bojonegoro, fotografi sebagai subsektor di ekonomi kreatif, pelaku fotografi pun beradaptasi untuk menggunakan media social sebagai sarana promosi hasil karya mereka. Oleh karena itu, pelaku fotografi harus cerdas dalam pemilihan dan penataan foto untuk didistribusikan di media digital. Beradaptasi dengan era digital sebagai budaya baru, pelaku fotografi harus berusaha untuk memproduksi karya foto yang menarik.

Pengabdian masyarakat ini dibuka sambutan dari Ketua Komite Ekonomi Kreatif Kabupaten Bojonegoro Bapak Guntur Gilang Mufasri Putra, dimana pada sambutannya, sangat menyambut baik kegiatan sharing pengetahuan yang diberikan oleh dosen-dosen Prodi ekonomi pembangunan kepada komunitas fotografi Bojonegoro. “Fotografi bukan hanya seni, tetapi juga alat yang sangat efektif dalam mengenalkan potensi pariwisata daerah kita ke kancah nasional maupun internasional. Melalui karya fotografi yang memukau, keunikan alam, budaya, dan sejarah Bojonegoro dapat tersampaikan dengan lebih kuat dan menarik. Saya berharap, kolaborasi antara dunia fotografi dan sektor pariwisata dapat terus ditingkatkan, sehingga Bojonegoro semakin dikenal dan dikunjungi oleh wisatawan, baik dari dalam maupun luar negeri. Mari bersama-sama kita dukung promosi wisata Bojonegoro melalui lensa kreatif para fotografer berbakat kita”. selain itu tanggapan positif dari Ibu Dian Setianingsih selaku kabid ekonomi kreatif di dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Bojonegoro menuturkan " pengembangan pariwisata Kabupaten Bojonegoro melalui sub sektor ekonomi kreatif, khususnya fotografi. Melalui karya visual yang dihasilkan oleh para pelaku kreatif, potensi alam, budaya, dan kearifan lokal Bojonegoro dapat diperkenalkan ke dunia luar dengan cara yang lebih menarik dan autentik. Fotografi memiliki kekuatan besar dalam memperkenalkan dan mempromosikan keindahan daerah kita. Oleh karena itu, kami berharap kegiatan ini dapat memberikan dampak positif yang nyata bagi para pelaku fotografi lokal, sektor pariwisata, serta masyarakat luas, dalam upaya bersama memajukan perekonomian Bojonegoro dan meningkatkan daya tarik wisatawan.”. Dan pada akhir sambutannya Ketua Komite Ekonomi Kreatif mengharapkan agar kedepannya hubungan antara Komunitas Fotografi Daerah Bojonegoro dengan Universitas Bojonegoro dapat berjalan dengan baik dan terus berkembang serta berharap untuk pengabdian yang akan datang dapat mengusung tema lainnya yang

tidak kalah menarik serta lebih mengedukasi.

### 5.1.2. Fotografi Dasar untuk pariwisata

Materi di bagi menjadi 2 (dua) sesi, sesi pertama adalah pengenalan dan membangun mindset konten creator. Pelaksanaan sesi pertama di lakukan Bojonegoro Creative Hub.



*Gambar 1: Pelaksanaan fotografi dasar untuk pariwisata*

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

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

hasil karya visual mereka.

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

### 5.1.3. Produksi Konten Fotografi Wisata

Pada materi ini, peserta belajar tentang alur produksi baik konten fotografi umum maupun konten fotografi wisata sesuai apa yang telah direncanakan, memahami persiapan seperti device, actor dan definisi lokasi dan fitur serta perlengkapan seperti lighting, set. -up, kamera, mikrofon, dan tripod. serta aplikasi untuk produksi konten fotografi.



Para peserta selanjutnya akan mendapatkan informasi tentang persiapan pembuatan konten fotografi, misalnya teknik Golden Hour Photography, Rule of Thirds, Leading Lines, Long Exposure, Aerial Photography, Wide Angle Photography, Silhouette Photography, HDR (High Dynamic Range), Framing, Candid Shots.

Pada tahap produksi konten foto wisata, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dengan lebih detail, poin-poin penting yang terkait dengan pengambilan

foto wisata:

1. Golden Hour Photography

Memanfaatkan waktu terbaik untuk memotret, yaitu saat matahari terbit atau terbenam (golden hour), ketika cahaya lembut dan hangat, menciptakan bayangan yang dramatis dan warna-warna yang memukau.

2. Rule of Thirds

Teknik komposisi di mana gambar dibagi menjadi sembilan bagian menggunakan dua garis horizontal dan dua garis vertikal. Subjek utama ditempatkan di sepanjang garis atau di titik pertemuan garis-garis tersebut, memberikan keseimbangan dan membuat foto lebih dinamis.

3. Leading Lines

Menggunakan garis-garis alami dalam foto (seperti jalan setapak, sungai, atau deretan pohon) untuk mengarahkan mata penonton ke fokus utama foto, menciptakan kedalaman dan perspektif yang kuat.

4. Long Exposure

Teknik ini digunakan untuk menangkap pergerakan seperti air terjun, awan yang bergerak, atau lalu lintas kendaraan di malam hari. Menggunakan shutter speed yang lambat akan memberikan efek halus dan dramatis pada objek yang bergerak.

5. Aerial Photography

Mengambil foto dari ketinggian, biasanya menggunakan drone, untuk mendapatkan perspektif luas dari suatu lokasi wisata. Teknik ini efektif untuk menampilkan pemandangan alam atau kota dari sudut pandang yang unik.

6. Wide Angle Photography

Menggunakan lensa sudut lebar (wide-angle lens) untuk menangkap ruang atau pemandangan yang lebih luas dalam satu bingkai, sangat berguna untuk foto lanskap atau arsitektur wisata.

7. Silhouette Photography

Memotret objek dalam kondisi backlight, seperti saat matahari terbenam, sehingga objek tampak gelap dengan latar belakang yang terang, menciptakan kesan dramatis dan misterius.

8. HDR (High Dynamic Range)

Menggabungkan beberapa foto dengan tingkat eksposur yang berbeda

untuk menghasilkan gambar yang memiliki detail optimal di area yang terang dan gelap. Ini berguna untuk memotret tempat-tempat dengan pencahayaan yang beragam.

#### 9. Framing

Menggunakan elemen-elemen alami atau buatan (seperti pintu, jendela, cabang pohon) sebagai bingkai di sekitar subjek utama untuk menambah fokus dan memperkuat komposisi foto.

#### 10. Candid Shots

Mengambil foto tanpa subjek sadar sedang dipotret, menciptakan gambar yang alami dan otentik, yang sangat efektif dalam menangkap kehidupan lokal atau aktivitas wisatawan di suatu destinasi. Selama proses pengambilan video, komunikasi yang efektif antara kru produksi sangat penting. operator kamera, operator cahaya, dan asisten produksi harus berkoordinasi untuk memastikan bahwa semua aspek teknis dan kreatif terpenuhi dengan baik sesuai dengan tujuan produksi konten video.



Gambar 3: Materi sesi praktik pembuatan konten

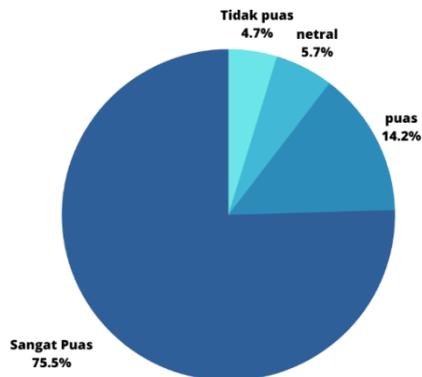
### 5.1.4. Evaluasi Program

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

untuk program pengabdian masyarakat:

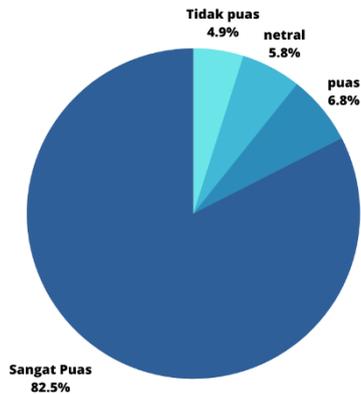
1) Apakah tujuan tersebut tercapai dengan baik?

Partisipasi Peserta :



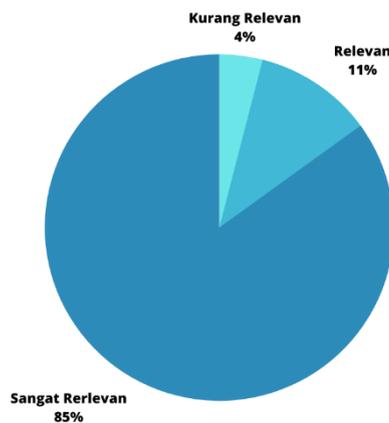
Gambar 4 : Grafik relevansi tujuan program

2) Bagaimana Kualitas Materi dan Pengajaran:



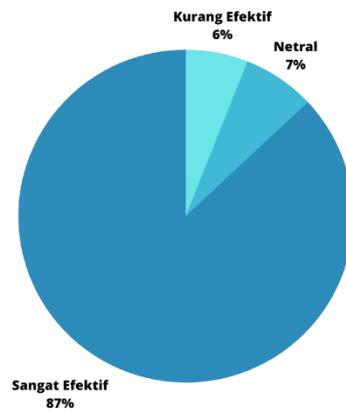
Gambar 5 : Grafik Keaktifan Instruktur

3) Apakah materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan dan minat peserta?

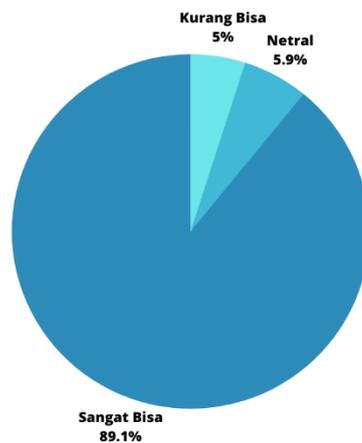


Gambar 6 : Grafik relevansi kebutuhan peserta

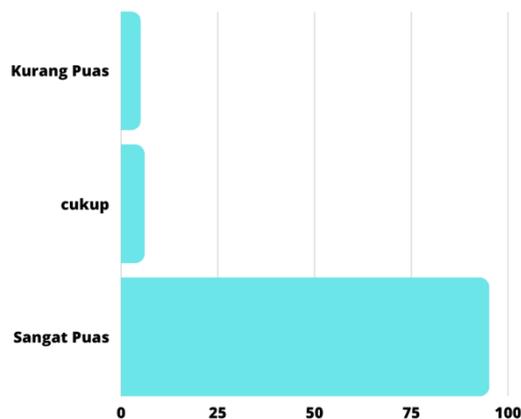
- 4) Bagaimana kualitas pengajaran yang diberikan oleh fasilitator? Apakah metode pembelajaran yang digunakan efektif?



- 5) Apakah anda dapat mengembangkan keterampilan dalam menciptakan fotografi untuk branding pariwisata? Misalnya, apakah anda mampu menghasilkan foto yang dapat menarik wisatawan setelah mengikuti program ini?

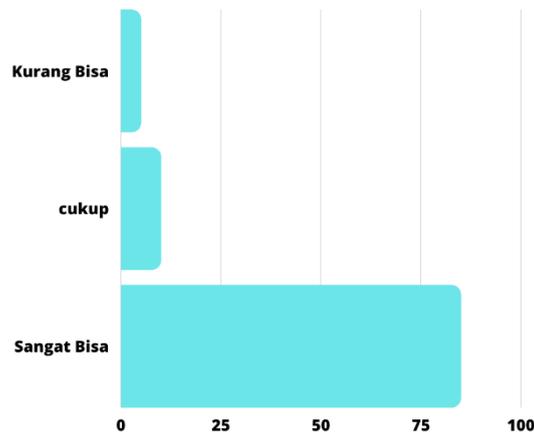


- 6) Apakah peserta memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang



optimalisasi ekonomi kreatif sub sektor fotografi sebagai influence pariwisata daerah?

- 7) Apakah program ini memberikan manfaat yang signifikan bagi diri anda dan masyarakat ? Misalnya, apakah anda dapat memanfaatkan keterampilan yang mereka peroleh untuk tujuan pribadi atau profesional?



Selain poin-poin di atas, evaluasi program pengabdian masyarakat juga melibatkan pengumpulan data, seperti survei peserta, wawancara, atau observasi langsung untuk memperoleh informasi yang lebih rinci. Hasil evaluasi ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi keberhasilan program, memperbaiki kelemahan, dan membuat perubahan yang diperlukan untuk program pengabdian masyarakat berikutnya.

## 5.2. Pembahasan

Pembahasan ini membahas tiga aspek penting dalam pembuatan karya fotografi yang dilakukan oleh pelaku fotografi bojonegoro, yaitu **Fotografi Dasar untuk pariwisata, Produksi Konten Fotografi Wisata**, dan evaluasi program ini. Setiap tahap ini memegang peranan penting dalam menciptakan konten fotografi yang efektif demi tujuan branding wisata di Kabupaten Bojonegoro.

### 1. Fotografi Dasar untuk Pariwisata

Fotografi wisata merupakan elemen penting dalam promosi destinasi karena visualisasi yang dihasilkan mampu menarik perhatian calon wisatawan. Untuk menghasilkan foto wisata yang efektif, penguasaan

teknik dasar fotografi sangat diperlukan. Beberapa aspek dasar yang harus dikuasai adalah komposisi, pencahayaan, dan pemilihan sudut pandang. Misalnya, penggunaan teknik rule of thirds dan leading lines dapat membantu menghasilkan komposisi yang menarik secara visual. Golden hour atau waktu terbaik untuk fotografi di pagi dan sore hari juga memainkan peran kunci dalam menciptakan gambar yang penuh emosi dan atmosfer. Pelaku fotografi wisata di Bojonegoro dapat menggunakan teknik ini untuk menangkap keindahan alam dan budaya lokal, seperti pemandangan hutan jati, Sungai Bengawan Solo, atau festival budaya yang diselenggarakan di sana. Keterampilan dasar dalam fotografi ini penting untuk meningkatkan kualitas visual yang disebarluaskan melalui berbagai platform promosi.

## 2. Produksi Konten Fotografi Wisata

Proses produksi konten fotografi wisata tidak hanya melibatkan pengambilan gambar, tetapi juga harus memperhatikan aspek storytelling dan narasi visual yang kuat. Dalam konteks Bojonegoro, produksi konten harus mampu menampilkan daya tarik utama daerah seperti destinasi wisata alam, budaya, dan kuliner. Penggunaan aerial photography dengan drone dapat menampilkan sudut pandang yang berbeda dan memperlihatkan panorama indah Bojonegoro dari ketinggian. Selain itu, long exposure dapat digunakan untuk menciptakan efek dramatis di sekitar air terjun atau sungai. Pelaku fotografi perlu bekerja sama dengan sektor pariwisata dan pemangku kepentingan lokal untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi mencerminkan identitas dan nilai-nilai lokal. Selain itu, distribusi konten melalui media sosial, website pariwisata, dan platform digital lainnya sangat penting untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk wisatawan mancanegara.

## 3. Evaluasi Keberhasilan Program Pelaku Fotografi sebagai Influence Pariwisata di Bojonegoro

Evaluasi keberhasilan program pelaku fotografi sebagai penggerak pariwisata di Bojonegoro dapat dilakukan melalui beberapa indikator. Salah satu cara untuk mengukur keberhasilannya adalah dengan melihat peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Bojonegoro setelah kampanye visual dilakukan. Data statistik pariwisata sebelum dan sesudah

program promosi berbasis fotografi dapat menjadi salah satu tolok ukur. Selain itu, interaksi media sosial seperti jumlah likes, shares, dan komentar juga menjadi indikator penting dalam mengevaluasi efektivitas konten fotografi sebagai alat promosi. Program pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi para pelaku fotografi di Bojonegoro juga perlu dievaluasi, misalnya dengan melakukan survei terhadap pelaku fotografi dan pihak terkait mengenai peningkatan keterampilan mereka setelah mengikuti pelatihan. Indikator lain adalah pengakuan dari masyarakat lokal dan pelaku industri pariwisata terkait peran fotografi dalam mempromosikan daerah. Dengan evaluasi yang komprehensif, dapat diidentifikasi aspek mana yang berhasil dan mana yang memerlukan peningkatan untuk keberlanjutan program di masa depan.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1. Kesimpulan**

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

#### **6.2. Saran**

Untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan, beberapa langkah perlu diambil. Pertama, perlu adanya **program pelatihan berkelanjutan** bagi para pelaku fotografi agar mereka dapat terus mengembangkan keterampilan dan mengikuti perkembangan tren dalam fotografi serta pemasaran digital. Kedua, kolaborasi yang lebih erat antara pelaku fotografi, pemerintah daerah, dan pelaku industri pariwisata harus diperkuat untuk menciptakan sinergi dalam mempromosikan destinasi wisata. Ketiga, penggunaan media sosial dan platform digital lainnya harus dimaksimalkan untuk memperluas jangkauan promosi konten fotografi, termasuk mengadakan **kompetisi foto** atau kampanye yang melibatkan masyarakat untuk meningkatkan partisipasi. Terakhir, evaluasi berkala terhadap program ini harus dilakukan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang baru, sehingga strategi yang diambil dapat disesuaikan dan dioptimalkan demi kemajuan ekonomi kreatif dan pariwisata di Bojonegoro.

## DAFTAR PUSTAKA

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

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