

OPTIMALISASI VISUAL BRANDING DESTINASI WISATA KAMPUNG JAMBANGAN SURABAYA MELALUI BUKU VISUAL FOTOGRAFI

Sri Wulandari^{1*}, Widyasari², Bayu Setiawan³, Muhammad Raihan iqbal⁴, Musthofa Kamal⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Desain Komunikasi Visual, UPN Veteran Jawa Timur

Jl.Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya

e-mail : sri.wulandari.dkv@upnjatim.ac.id¹, Widyasari.dkv@upnjatim.ac.id²,
bayusetiawan.dkv@upnjatim.ac.id³, 210520100011@student.upnjatim.ac.id⁴,
22052010073@student.upnjatim.ac.id⁵

Paper received: 2024-09-22

revised: 2024-10-4

accepted: 2024-11-29

Abstract: Destination branding is the primary focus of this study, which examines Kampung Wisata Jambangan located in Surabaya, East Java. Kampung Jambangan is a traditional area recognized for its numerous achievements, including the Kalpataru Award (2008) and the Surabaya Tourism Awards (2023). The village possesses significant potential through its flagship programs, such as hydroponics, eco printing, eco enzymes, waste bank management, and river water management. However, both domestic and international tourists remain largely unaware of Kampung Jambangan's tourism potential. This research aims to address the low visibility of Kampung Jambangan as a tourist destination by implementing visual branding through the creation of a photography-based visual book that highlights the unique visual aspects of the village. The research employs a qualitative method with a visual ethnography approach. Visual ethnography is a research method that utilizes images and visual media as primary tools for collecting, analyzing, and presenting ethnographic data. In this context, visuals serve not only as illustrations but also as key elements that enhance the understanding and depiction of social interactions and cultural contexts. Data collection techniques include interviews, observations, and literature reviews. The outcome of this study is a photography-based visual book designed to strengthen the visual identity of Kampung Jambangan, with the intention of increasing its appeal to both domestic and international tourists.

Keywords: Destination Branding, Photography, Kampung Jambangan, Tourism Village

Abstrak: Destination branding merupakan fokus utama dalam penelitian ini, dengan objek penelitian berupa Kampung Wisata Jambangan yang berlokasi di Surabaya, Jawa Timur. Kampung Jambangan adalah kawasan tradisional yang memiliki berbagai prestasi, seperti Penghargaan Kalpataru (2008) dan Surabaya Tourism Awards (2023). Kampung ini juga memiliki potensi besar melalui program-program unggulan seperti hidroponik, eco print, eco enzym, bank sampah, serta pengelolaan air sungai. Namun, potensi tersebut belum banyak dikenal oleh wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi kurangnya eksistensi Kampung Jambangan sebagai destinasi wisata dengan mengaplikasikan visual branding melalui pembuatan buku visual berbasis fotografi. Buku ini dirancang untuk menonjolkan keunikan visual Kampung Jambangan dan memperkuat citra kampung tersebut di mata publik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan etnografi visual. Etnografi visual merupakan metode yang memanfaatkan gambar dan media visual sebagai alat utama dalam pengumpulan, analisis, serta penyajian data etnografis. Dalam pendekatan ini, visual tidak hanya berfungsi sebagai ilustrasi, tetapi juga menjadi elemen penting dalam memahami dan menggambarkan interaksi sosial serta konteks budaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan studi literatur. Hasil akhir penelitian ini adalah sebuah buku visual berbasis fotografi yang diharapkan dapat meningkatkan daya tarik Kampung Jambangan di kalangan wisatawan domestik maupun mancanegara.

Kata kunci: *Destination Branding*, Desa Wisata, Fotografi, Kampung Jambangan

1. Pendahuluan

Destination branding merupakan topik yang menarik dan diminati, baik dari kalangan akademisi maupun pembuat kebijakan. Saat ini, kota-kota, desa hingga kampung di suatu negara bersaing secara global untuk menarik wisatawan, investor, dan talenta, serta mencapai berbagai tujuan lainnya, konsep strategi merek semakin banyak diadopsi dari dunia komersial dan diterapkan dalam upaya pengembangan perkotaan, desa hingga kampung, regenerasi, dan peningkatan kualitas hidup (Dinnie, 2016). Kondisi pariwisata saat ini menunjukkan tren pemulihan pasca pandemi, hal ini dapat dilihat dengan meningkatnya minat wisatawan terhadap destinasi yang menawarkan pengalaman autentik dan berkelanjutan. Salah program pemerintah yang terus berkembang adalah program desa wisata, di mana desa-desa berupaya memanfaatkan potensi lokal seperti budaya, tradisi, alam, dan kearifan lokal sebagai daya tarik wisata. Desa wisata menjadi alternatif yang menarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman berbeda dari pariwisata massal, karena mereka menawarkan suasana yang lebih tenang, alami, dan kaya akan interaksi sosial dengan komunitas lokal. *Destination branding* adalah proses membangun citra dan identitas sebuah destinasi, seperti kota, daerah, atau desa, untuk menarik pengunjung, investasi, dan dukungan dari masyarakat lokal maupun internasional. Desa wisata dan kampung wisata adalah beberapa contoh destinasi yang dapat di-*branding* untuk menarik wisatawan dengan menonjolkan keunikan budaya, alam, atau pengalaman yang ditawarkan oleh wilayah tersebut.

Branding menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan desa wisata. *Branding* desa wisata mencakup upaya menciptakan identitas yang kuat dan unik yang mampu mencerminkan karakteristik dan keunikan suatu desa, baik dari segi budaya, produk lokal, hingga lanskap alam. *Branding* yang efektif tidak hanya membantu meningkatkan daya tarik wisatawan, tetapi juga memperkuat citra desa di kancah nasional dan internasional. Hal ini sejalan dengan gagasan Wheeler (2013) yang menjelaskan bahwa,

Branding is a disciplined process used to build awareness and extend customer loyalty. Type of branding is co branding, digital branding, personal branding, cause branding dan country branding. Country branding is an effort to attract tourists and businesses (Wheeler, 2013).

Salah satu cara efektif untuk membangun *destination branding* adalah melalui visual *branding*, yang mencakup penggunaan logo, desain grafis, fotografi, dan media promosi lainnya yang konsisten. Visual adalah informasi yang dikomunikasikan melalui gambar atau simbol yang ditangkap oleh mata dan diproses oleh otak. Visual melibatkan elemen-elemen seperti warna, bentuk, dan gerakan untuk mempengaruhi persepsi manusia (Ware, 2008). Dalam konteks *visual branding*, elemen estetika memiliki hubungan emosional yang erat dengan konsumen. Bloch (1995) & Goldman (2005) dalam Machado (2015) menjelaskan bahwa merek dengan visual yang estetik tidak hanya memberikan kepuasan secara visual, tetapi juga berpotensi memperkuat ikatan emosional antara perusahaan dan konsumennya.

Bloch (1995) and Goldman (2005) suggest that brands with a greater aesthetic appeal not only provide the pleasure of visual gratification, but are also more likely to facilitate the formation of emotional bonds between the company in question and its customers.

Dari sini, dapat disimpulkan bahwa *visual branding* yang efektif yang melibatkan penggunaan elemen grafis, warna, dan tipografi, fotografi - membantu membangun identitas merek yang konsisten dan menarik, yang pada akhirnya juga mendukung pembentukan hubungan emosional. Aspek estetika dan *visual branding* bekerja bersama untuk meningkatkan citra merek dan keterlibatan emosional konsumen/audiens. Salah satu desa wisata yang

menarik untuk diteliti ialah Kampung Wisata Jambangan. Kampung Jambangan merupakan salah satu kawasan tradisional yang terletak di Surabaya, Indonesia. Sebagai bagian dari Surabaya, Kampung Jambangan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata yang menarik. Beberapa penghargaan yang diraih oleh Kampung Jambangan diantaranya, penghargaan Kalpataru (2008); penghargaan Surabaya Tourism Awards (2023); juara kategori *service excellent*. Warga Kampung Jambangan juga berhasil menciptakan Bank Sampah Girli (2011), yang merupakan bank sampah pertama di Surabaya. Keterlibatan warga semakin meningkat saat mereka mewakili Surabaya dalam Program Kampung Iklim (ProKlim) pada 2017, (Muhiddin, 2023).

Penelitian ini bermaksud untuk menemukan solusi atas permasalahan yang ada di Kampung Jambangan, diantaranya yaitu *pertama*, Kampung Jambangan memiliki segudang prestasi akan tetapi eksistensi kampung Jambangan di kalangan wisatawan domestik masih rendah, hal ini ditunjukkan melalui studi literatur dan wawancara kepada masyarakat Surabaya maupun di luar Surabaya yang menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan Kampung Jambangan maupun keunggulan kampung Jambangan sebagai salah satu destinasi wisata di Indonesia. *Kedua*, berdasarkan observasi langsung dan observasi virtual yaitu melalui media sosial, ditemukan masalah terkait strategi marketing khususnya pada aspek media sosial, belum ada media sosial resmi milik Kampung Jambangan. *Ketiga*, sistem pengelolaan media sosial dan promosi yang belum terintegrasi dengan baik, hal ini ditunjukkan dengan adanya beberapa akun Instagram Kampung Jambangan per RW, dan isi media sosialnya kurang menarik dan tidak menonjolkan kelebihan yang ada di Kampung Jambangan, postingan yang terupload, memiliki kualitas foto yang tidak maksimal, kurang pencahayaan, buram, dan lain-lain.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti melihat dan menganalisis perlu adanya eksplorasi dalam aspek strategi pemasarannya yaitu melalui *destinasi branding* dengan fokus pembuatan konten visual yang berbasis fotografi dalam bentuk buku fotografi. Fotografi berfungsi sebagai media utama untuk menangkap momen, keindahan, dan keunikan suatu subjek, sementara buku berbasis fotografi adalah bentuk penyajian dari kumpulan foto-foto tersebut dalam narasi visual yang lebih terstruktur. Dalam sebuah buku fotografi, gambar-gambar disusun secara berurutan dan sering kali didampingi oleh teks atau keterangan singkat, yang memberikan konteks lebih mendalam kepada audiens tentang makna dan cerita di balik setiap foto. Dengan demikian, buku fotografi menjadi alat yang lebih komprehensif untuk menyampaikan pesan, karena tidak hanya menampilkan gambar secara individu, tetapi juga membangun sebuah cerita visual yang utuh.

Buku, Fotografi, dan Kampung Jambangan memiliki hubungan erat dalam konteks *branding* desa wisata. Fotografi berperan sebagai alat yang efektif untuk menangkap dan menyampaikan keunikan visual Kampung Jambangan, termasuk elemen lingkungan hijau, komunitas solid, serta praktik berkelanjutan seperti hidroponik dan pengelolaan sampah. Melalui fotografi, esensi visual desa ini dapat diabadikan dan disebarluaskan kepada khalayak luas, memperkuat citra desa sebagai destinasi wisata yang ramah lingkungan dan inovatif. Buku berbasis fotografi menjadi salah satu media penting dalam mengemas konten visual tersebut. Buku fotografi mampu menyajikan narasi visual secara mendalam dan terstruktur, menampilkan berbagai aspek keindahan dan kehidupan di Kampung Jambangan melalui foto-foto berkualitas tinggi. Tidak hanya sekedar menampilkan gambar, buku ini juga bisa dilengkapi dengan teks yang memberikan konteks, penjelasan, atau cerita di balik setiap gambar, sehingga menciptakan pengalaman visual dan informatif yang lebih kaya bagi pembaca.

Buku fotografi menawarkan kesan eksklusif, memiliki nilai fisik yang bisa dinikmati secara langsung, menciptakan pengalaman yang lebih personal dan mendalam. Dalam konteks *branding* desa wisata Kampung Jambangan, buku fotografi dapat digunakan sebagai media promosi eksklusif yang bisa diberikan kepada calon investor, lembaga pemerintah, atau tamu

istimewa, memberikan kesan profesionalisme dan komitmen dalam memperkuat citra desa. Selain itu, buku fotografi memungkinkan pembaca untuk menikmati narasi visual desa secara menyeluruh, tanpa gangguan, sehingga mampu menyampaikan cerita yang kuat dan kohesif tentang Kampung Jambangan sebagai destinasi wisata unggulan. Setiap foto dalam buku dapat diberikan ruang dan fokus yang lebih besar, memungkinkan audiens untuk memperhatikan elemen-elemen kecil dan keunikan yang mungkin terlewatkan dalam format fotografi lain yang lebih cepat dan terbatas, seperti media digital. Dalam hal *branding*, buku fotografi tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai artefak visual yang memperkuat citra dan identitas desa wisata secara estetis dan naratif.

Melalui pendekatan *destination branding* dengan fokus perancangan konten visual berbasis fotografi diharapkan mampu meningkatkan eksistensi Kampung Jambangan, mampu membangun citra positif dimata wisatawan, baik lokal maupun internasional. Melalui upaya *destination branding*, Kampung Jambangan Surabaya juga dapat mendorong pengembangan infrastruktur wisata yang mendukung, seperti fasilitas akomodasi, tempat makan, dan sarana transportasi yang memadai bagi pengunjung hal ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung, Kampung Jambangan juga dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal, bisnis-bisnis lokal seperti UMKM, cafe dan usaha kerajinan tangan, akan berkembang dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Dengan demikian, strategi *destination branding* melalui konten visual berbasis fotografi, dapat berperan penting dalam mengangkat potensi Kampung Jambangan Surabaya sebagai destinasi wisata yang menarik dan memperkuat identitas serta ekonomi lokalnya. Strategi *branding* yang tepat akan membantu meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan untuk mengunjungi kawasan ini, serta memberikan dampak positif bagi pengembangan pariwisata di Surabaya secara keseluruhan.

2. Metode (untuk artikel hasil penelitian)

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu April – Agustus 2024. Lokasi penelitian terletak di Kampung Jambangan, Kelurahan Jambangan, Surabaya, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan pendekatan Etnografi Visual.

In qualitative research, researchers combine visual media and ethnographic research to provide purposeful presentations of meaning relating to social occurrences (Riviera, 2010).

Maksudnya dalam penelitian kualitatif, peneliti sering menggabungkan media visual (seperti fotografi, video, atau *hypermedia*) dengan penelitian etnografi untuk menyajikan makna-makna sosial secara lebih terarah dan bermakna. Tujuannya adalah agar peneliti dapat menggambarkan peristiwa atau fenomena sosial dengan lebih mendalam, bukan hanya melalui data verbal atau teks, tetapi juga melalui elemen visual yang bisa memberikan wawasan tambahan tentang perilaku, praktik, dan dinamika budaya subjek yang sedang dipelajari. Dengan menggunakan media visual, peneliti dapat menonjolkan momen, interaksi, atau simbol tertentu yang mungkin sulit dijelaskan hanya dengan kata-kata. Penggabungan elemen visual dengan narasi etnografis ini menghasilkan presentasi yang lebih lengkap, imersif, dan sering kali lebih mudah dipahami. Hal ini membuat hasil penelitian lebih dapat diakses dan dimengerti oleh berbagai kalangan.

Menurut Pink (2007), etnografi visual adalah metode penelitian yang menggunakan gambar dan media visual sebagai alat utama untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan data etnografis. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menangkap aspek visual dari kehidupan sosial dan budaya, yang dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pengalaman manusia. Menggabungkan narasi dengan media visual memungkinkan

peneliti untuk menampilkan urutan visual yang mencerminkan kronologi tertentu. Hal ini sejalan dengan gagasan Marcus Banks (2011) yang menyatakan bahwa etnografi visual adalah pendekatan dalam penelitian sosial yang menggunakan gambar sebagai alat analisis dan presentasi data. Visual tidak hanya berfungsi sebagai ilustrasi, tetapi juga sebagai elemen kunci yang membantu memahami dan menggambarkan interaksi sosial dan konteks budaya.

Langkah-langkah dalam penelitian etnografi visual diantaranya *pertama*, observasi partisipatif yaitu terlibat dalam kegiatan di Kampung Jambangan untuk memahami konteks sosial dan budaya yang akan difoto. Peneliti berpartisipasi dalam kegiatan Masyarakat Kampung Jambangan, terutama pada lima program andalan Kampung Jambangan yaitu Bank sampah, Eco print, Eco Enzym, Hidroponik dan Pengolahan air Sungai. *Kedua*, fotografi partisipatif yaitu mengambil foto yang mencerminkan budaya, interaksi sosial, dan aktivitas sehari-hari yang mencirikan Kampung Jambangan. *Ketiga*, wawancara visual yaitu mengkombinasikan wawancara dengan warga setempat tentang arti atau simbolisme dari kegiatan/ program andalan yang difoto untuk mendapatkan perspektif lokal. *Keempat*, interpretasi visual yaitu menyusun gambar/ foto berdasarkan perspektif budaya lokal dan ciptakan narasi visual yang kuat dan relevan.

Merujuk pada Langkah-langkah penelitian etnografi visual, maka teknik pengambilan data dalam penelitian ini berupa wawancara, observasi dan studi literatur. Wawancara dilakukan kepada beberapa narasumber yaitu Lurah Kampung Jambangan, pelaku UMKM di Kampung Jambangan dan beberapa warga Kampung Jambangan. Sedangkan data observasi dilakukan dengan mengunjungi Kampung Jambangan dan mencari lokasi-lokasi yang menarik di Kampung Jambangan serta berpartisipasi dalam lima program andalan Kampung Jambangan. Selain itu, Teknik pengumpulan data yang terakhir diperoleh melalui studi literatur yaitu berupa buku, artikel berita online maupun jurnal akademis. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan dijadikan bahan untuk menyusun konsep buku fotografi Kampung Jambangan, selanjutnya konsep tersebut diimplementasikan dalam buku Fotografi Kampung Jambangan.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan terbagi atas dua kategori yaitu *pertama*, analisis data yang diperoleh dari observasi, wawancara dan studi literatur. *Kedua*, Interpretasi visual yang terdiri dari konsep verbal, konsep visual dan implementasi konsep/perancangan.

3.1 Analisis Data

Analisis data terdiri atas analisis data observasi partisipatif (langsung maupun virtual), fotografi partisipatif, dan wawancara visual.

Observasi Partisipatif

Tim Peneliti melakukan observasi partisipatif yang mencakup kunjungan dan pengamatan langsung ke Kampung Jambangan. Dalam kegiatan ini, tim berusaha mencari lokasi-lokasi menarik yang ada di kampung tersebut, sekaligus ikut serta dalam lima program unggulan Kampung Jambangan. Hasil observasi menunjukkan beberapa temuan penting. *Pertama*, Kampung Jambangan sebenarnya memiliki banyak lokasi yang menarik untuk dikunjungi. Namun, lokasi-lokasi tersebut tidak terdokumentasikan dengan baik, terutama terlihat dari akun media sosial Instagram Kampung Jambangan. Foto-foto yang diunggah tampak diambil secara asal-asalan, sehingga lokasi yang sebenarnya menarik menjadi terlihat kurang memikat bagi audiens. *Kedua*, Kampung Jambangan memiliki lima program unggulan, yaitu hidroponik, *eco print*, *eco enzym*, bank sampah, dan pengolahan air sungai. Setiap program tersebut dilakukan berdasarkan jadwal atau kesepakatan yang telah ditetapkan bersama oleh warga dan perangkat desa, Hal ini menunjukkan adanya koordinasi yang baik di dalam pelaksanaannya.



Gambar 1. Dokumentasi observasi

Fotografi Partisipatif

Fotografi partisipatif yaitu mengambil foto yang mencerminkan budaya, interaksi sosial, dan aktivitas sehari-hari yang mencirikan Kampung Jambangan.

Participatory photography can help researchers in eliciting information and obtain better understanding of participants' context [...]. (Gomez, 2020).

Fotografi partisipatif dapat membantu peneliti dalam menggali informasi dan memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai konteks partisipan. Fotografi partisipatif dalam proyek ini memiliki fokus untuk menangkap esensi budaya, interaksi sosial, dan aktivitas sehari-hari yang mencirikan Kampung Jambangan. Pengambilan foto yakni lokasi-lokasi menarik yang terkait dengan lima program andalan Kampung Jambangan, memperjelas bahwa setiap foto harus mampu mewakili karakteristik unik dari program-program tersebut, seperti hidroponik, *eco print*, *eco enzym*, bank sampah, dan pengolahan air sungai. Meskipun tidak ada batasan jumlah maksimal foto yang diambil pada setiap program, proses penyuntingan berfungsi untuk menyeleksi foto-foto yang paling representatif. Pada akhirnya, setiap program akan memiliki setidaknya 5-7 foto terbaik yang akan digunakan dalam pembuatan buku visual fotografi Kampung Jambangan. Hal ini menunjukkan bahwa pengambilan foto diarahkan tidak hanya pada dokumentasi visual, tetapi juga pada upaya menampilkan citra yang paling otentik dan menarik dari Kampung Jambangan.

Wawancara Visual

Wawancara adalah percakapan yang bertujuan untuk menggali pemikiran, konsep, pengalaman pribadi dan cara pandang narasumber guna memperoleh informasi tentang kejadian yang tidak dapat diamati secara langsung oleh peneliti atau berkaitan dengan kejadian yang sudah berlalu (Soewardikoen, 2019). Sedangkan wawancara visual yaitu mengkombinasikan wawancara dengan warga setempat tentang arti atau simbolisme dari kegiatan/ program andalan yang difoto untuk mendapatkan perspektif lokal. Wawancara ini menunjukkan bagaimana perspektif lokal memperkaya pemahaman tentang simbolisme dan makna di balik program-program unggulan Kampung Jambangan.

Melalui wawancara visual, penggabungan foto dengan wawancara warga bertujuan untuk menggali makna mendalam dari kegiatan seperti bank sampah, hidroponik, dan program lingkungan lainnya. Wawancara dengan Pak Sanny Noerma Safaah selaku Lurah dari Kelurahan Jambangan, memberikan gambaran yang lebih luas tentang prestasi Kampung Jambangan, seperti penghargaan Kalpataru (2008), Surabaya Tourism Awards (2023), serta peran warga dalam menciptakan Bank Sampah Girli (2011) dan keterlibatan dalam Program Kampung Iklim

(ProKlim) pada 2017. Hal ini menegaskan bahwa setiap foto yang diambil bukan hanya sekadar visual, tetapi juga mencerminkan pencapaian, kontribusi warga, dan simbol kebanggaan kolektif kampung tersebut.



Gambar 2. Dokumentasi wawancara (kiri) Kampung Jambangan memperoleh penghargaan (kanan)

3.2 Interpretasi Visual

Interpretasi visual yaitu menyusun gambar/ foto berdasarkan perspektif budaya lokal dan ciptakan narasi visual yang kuat dan relevan. Gillian Rose (2022) mengemukakan bahwa interpretasi visual mencakup cara seseorang memberikan makna pada gambar berdasarkan konteks sosial, historis, dan kultural. Ia menekankan bahwa interpretasi visual tidak hanya melibatkan elemen visual yang terlihat, tetapi juga interaksi sosial dan makna yang lebih mendalam yang dihasilkan dari gambar tersebut. Interpretasi visual merupakan proses penting dalam memahami dan memberikan makna pada gambar, yang mencakup konteks sosial, historis, dan kultural di mana gambar tersebut dihasilkan dan dilihat. Dalam konteks perancangan buku visual fotografi Kampung Jambangan, interpretasi visual berperan krusial dalam menyusun narasi dan menyampaikan pesan yang diinginkan. Dengan memperhatikan elemen-elemen visual dan konteks yang melatarbelakangi setiap foto, peneliti dapat menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi pembaca. Misalnya, gambar-gambar yang diambil dari Kampung Jambangan tidak hanya merepresentasikan keindahan visual, tetapi juga menggambarkan nilai-nilai lokal, praktik keberlanjutan, dan interaksi sosial masyarakat. Interpretasi visual dalam penelitian terbagi atas konsep verbal, konsep visual dan hasil akhir.

Konsep Verbal

Menyajikan narasi yang mendalam mengenai kehidupan dan keunikan desa ini melalui rangkaian cerita yang berfokus pada program-program unggulan dan interaksi sosial warga. Buku ini akan dibuka dengan pengantar yang menjelaskan latar belakang Kampung Jambangan, termasuk sejarah, nilai-nilai komunitas, dan visi keberlanjutan yang diusung oleh desa. Setiap bab akan menyoroti satu program unggulan, seperti hidroponik, *eco print*, *eco enzyme*, bank sampah, dan pengelolaan sungai, disertai dengan cerita-cerita inspiratif dari warga yang terlibat langsung. Setiap program akan dijelaskan dengan detail, menggambarkan proses, manfaat, dan dampaknya terhadap lingkungan dan kehidupan masyarakat. Narasi ini akan memperkuat koneksi emosional antara pembaca dan isi buku, menciptakan pemahaman yang lebih baik mengenai upaya komunitas dalam menjaga keberlanjutan dan lingkungan. Bahasa yang digunakan dalam perancangan buku visual fotografi Kampung Jambangan ialah Bahasa Indonesia yang baku dengan gaya komunikasi yang santai. Hal ini dilakukan agar pembaca semakin *enjoy* saat membaca buku fotografi Kampung Jambangan.

Konsep Visual

Konsep visual mencakup elemen-elemen seperti supergrafis, warna, tipografi, gaya fotografi dan *layout*.

a. Warna dan Supergrafis

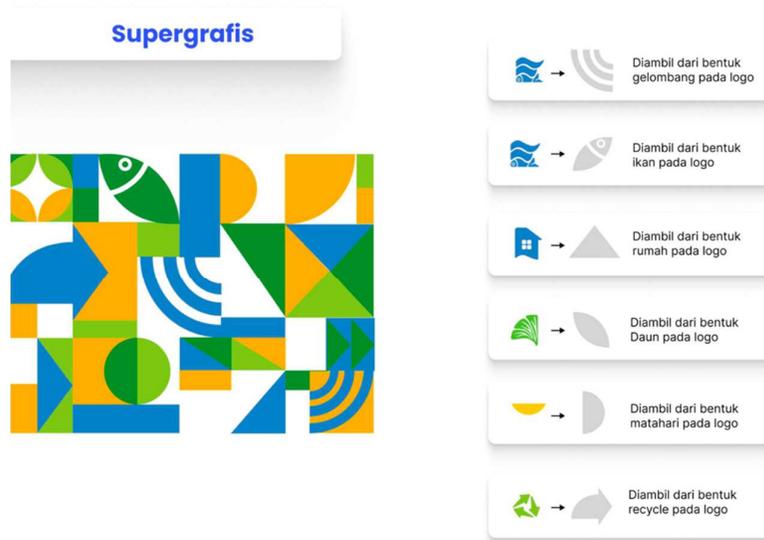
Bentuk dan warna yang dipilih dalam desain ini merujuk pada palet warna dari logo Kampung Jambangan, sedangkan supergrafis yang digunakan dalam buku fotografi ini merupakan deformasi dari bentuk Logo Kampung Jambangan. Pemilihan bentuk supergrafis dan warna ini sangat penting karena berkaitan erat dengan branding visual destinasi wisata, di mana keselarasan antara logo dan media lainnya berperan dalam memperkuat citra Kampung Jambangan. Dengan demikian, setiap elemen visual saling mendukung untuk menciptakan identitas yang kohesif dan menarik bagi pembaca.



Gambar 3. Logo Kampung Jambangan



Gambar 4. *Color pallete* buku fotografi Kampung Jambangan



Gambar 5. Supergrafis buku fotografi Kampung Jambangan

b. Tipografi

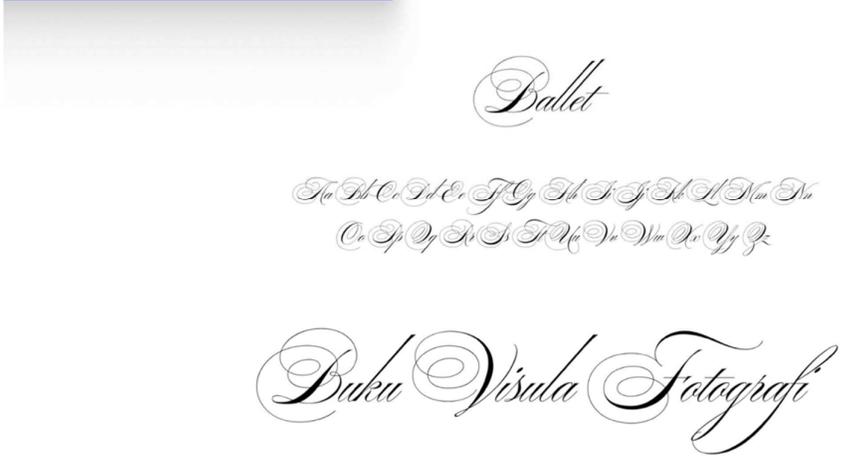
Buku visual fotografi Kampung Jambangan menggunakan tiga jenis huruf untuk tipografi. Jenis huruf *Tungsten* dipilih untuk *heading* atau judul, *Ballet* untuk *subheading* atau subjudul, dan *Poppins* untuk *body text*. Surianto Rustan (2023) menjelaskan bahwa dalam sebuah *layout*, perbedaan antar elemen teks harus jelas (kontras) agar mudah dibedakan. Misalnya, *heading* harus memiliki perbedaan yang mencolok dengan *sub heading*, begitu pula antara *subheading* dan *body text*. *Emphasis & sequence*, kedua prinsip *layout* ini akan membantu pembaca memahami urutan baca dan isi naskah. Kontras paling mudah diciptakan melalui bentuk dan ukuran (Rustan, 2020).

Dalam buku ini, huruf *Poppins* dipilih untuk *body text* karena bentuknya yang jelas dan mudah dibaca, dengan ukuran 12 pt. Penentuan ukuran ini mempertimbangkan target audiens buku yang mencakup semua kalangan umur. Orang dewasa umumnya merasa nyaman membaca teks dengan ukuran 8–11 pt, sementara anak-anak dan lansia membutuhkan ukuran 12–14 pt agar dapat membaca dengan nyaman (Rustan, 2023).



Gambar 6. Tungsten font (kiri), Poppins font (kanan)

Tipografi (Sub Judul)

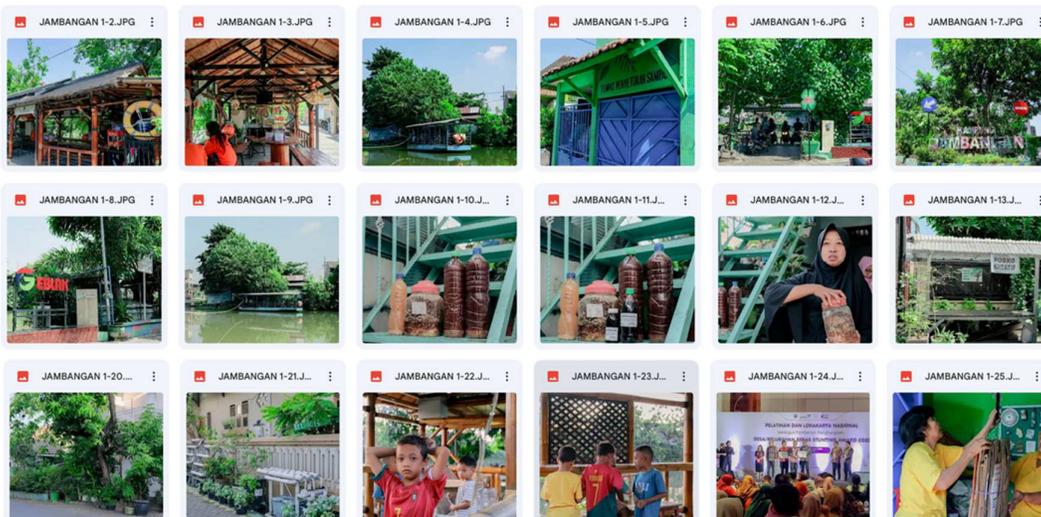


Gambar 7. Ballet font

c. Fotografi

Perancangan buku visual fotografi Kampung Jambangan, diterapkan gaya fotografi yang menggabungkan tiga jenis: fotografi lanskap, potret, dan jalanan. Fotografi lanskap berfungsi untuk menampilkan keindahan pemandangan alam, kota, atau lingkungan sekitar. Sementara itu, fotografi potret menekankan karakter dan ekspresi subjek yang diabadikan. Sedangkan Fotografi jalanan, mengabadikan momen-momen sehari-hari di ruang publik.

Seluruh foto diambil menggunakan kamera *Fujifilm XS10* dengan lensa *Viltrox 27 mm f/1.2*, dan proses *editing* dilakukan dengan menggunakan software *Adobe Lightroom*. *Tone* yang diterapkan dalam foto adalah *naturetone* karena merupakan representasi dari slogan Kampung Jambangan yaitu *Green and Clean*.



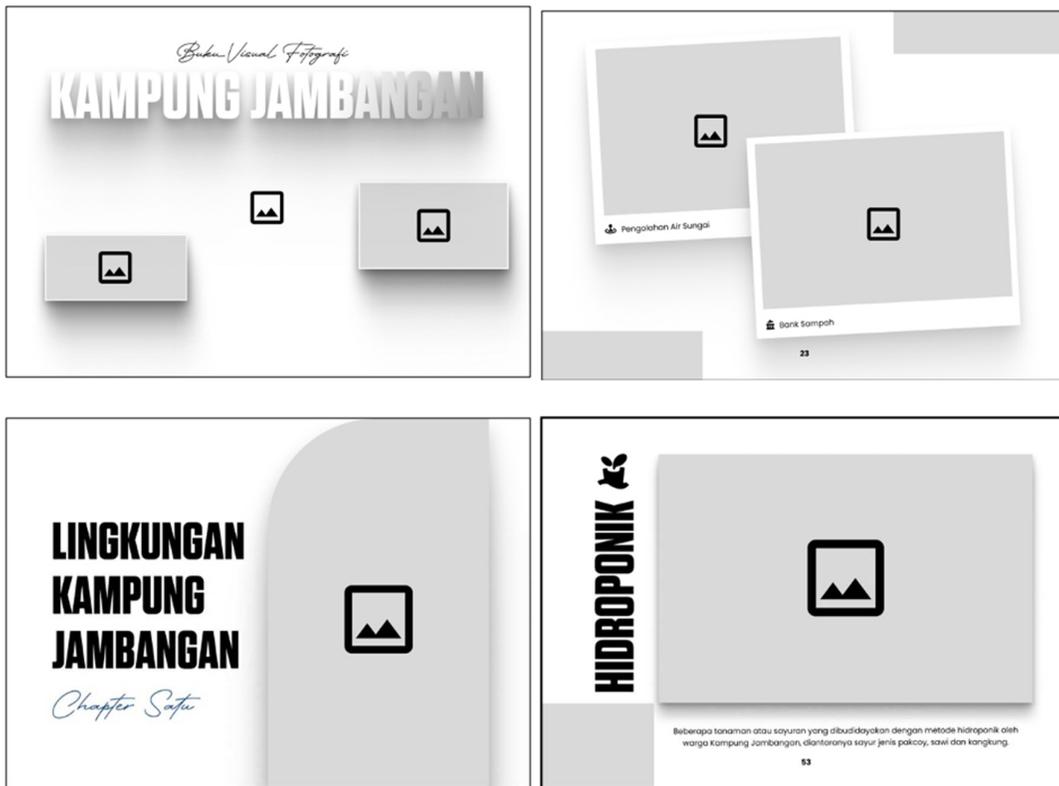
Gambar 8. Beberapa karya fotografi yang sudah melalui tahap editing dan seleksi

d. Layout Buku Fotografi Kampung Jambangan

Setiap individu memiliki metode atau kebiasaan tersendiri dalam membuat *layout*. Secara umum, terdapat enam tahapan dalam proses pembuatan *layout* yaitu *creative brief*, penentuan media dan spesifikasi, penyaringan konten, *brainstorm thumbnails*, pembuatan *prototype* di komputer, dan terakhir, *test print* serta persiapan akhir. Tahapan ini biasanya diterapkan oleh pemula di bidang desain, sedangkan desainer profesional umumnya sudah memiliki metode dan formula yang telah mereka kembangkan sendiri (Rustan, 2023).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tahapan melayout yang mencakup diantaranya:

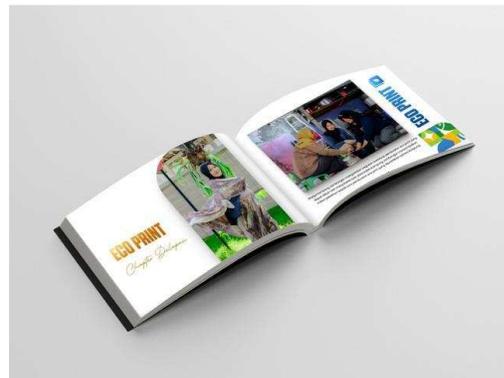
- Penyusunan konsep visual dan verbal yang didalamnya sudah termasuk *creative brief*, memilah konten, dan *brainstorm thumbnails*. Detail konsep verbal dan konsep visual buku fotografi Kampung Jambangan sudah dijelaskan diatas.
- Penentuan media dan spesifikasi yaitu buku fotografi Kampung Jambangan dicetak dengan ukuran 23x16,3 cm, menggunakan jenis kertas *Copenhagen*, dijilid *hardcover*, serta laminasi doff. Buku fotografi Kampung Jambangan terdiri dari 64 halaman.
- *Rough Layout* dan desain final yang meliputi *prototype* di komputer, *test print*, dan persiapan akhir. Berikut ini adalah *rough layout* buku Fotografi Kampung Jambangan.



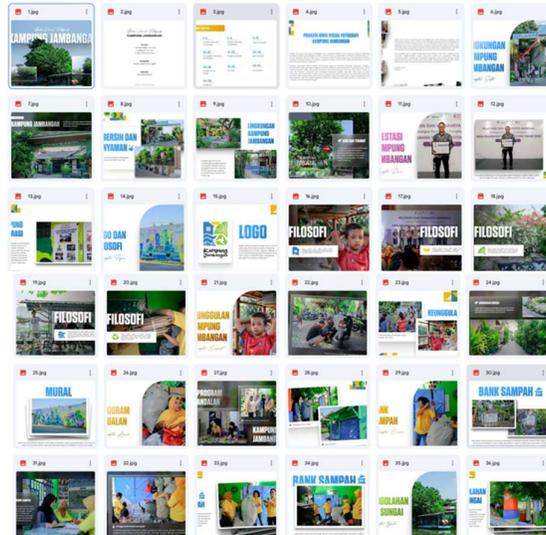
Gambar 9. Rough Layout Buku Fotografi Kampung Jambangan

e. *Final Design*

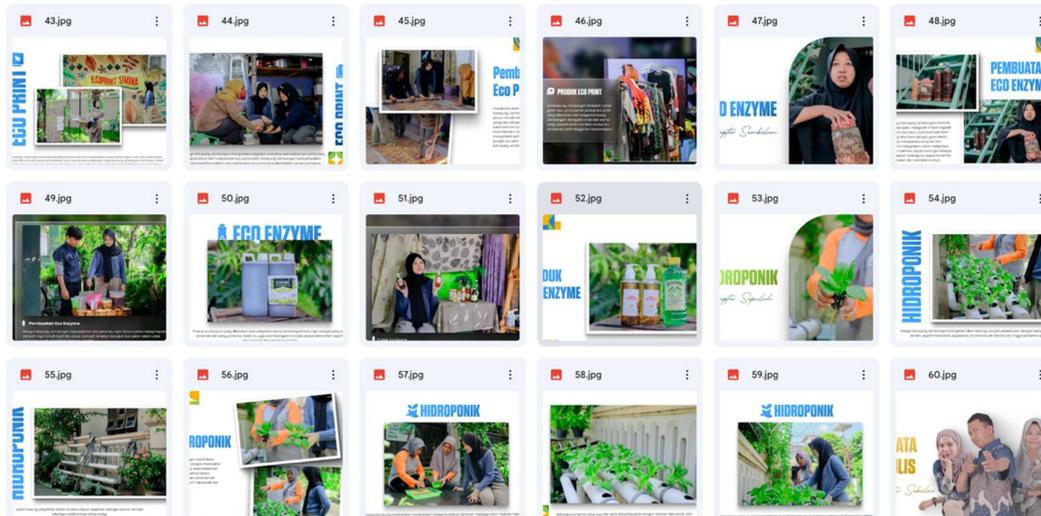
Berikut ini merupakan hasil akhir dari perancangan buku fotografi Kampung Jambangan.



Gambar 10. Mockup Buku Fotografi Kampung Jambangan



Gambar 11. Isi Buku Fotografi Kampung Jambangan



Gambar 12. Isi Buku Fotografi Kampung Jambangan

4. Simpulan

Penelitian ini menyoroti beberapa permasalahan utama yang dihadapi Kampung Jambangan dalam hal eksistensi dan strategi pemasaran, terutama pada media sosial. Meskipun kampung ini memiliki prestasi dan potensi yang luar biasa sebagai destinasi wisata, seperti berbagai program unggulan (hidroponik, *eco print*, *eco enzym*, bank sampah, dan pengelolaan air sungai), eksistensinya di kalangan wisatawan domestik masih rendah. Permasalahan tersebut diperburuk dengan kurangnya pengelolaan media sosial. Akun media sosial yang ada tidak terintegrasi dengan baik, dan kualitas konten visualnya, terutama foto-foto, tidak menonjolkan keunggulan Kampung Jambangan. Maka dari itu, penelitian dilakukan untuk menawarkan solusi terbaik yaitu melalui strategi destination *branding* berupa konten visual berbasis fotografi dalam bentuk buku fotografi.

Fotografi dipilih sebagai media utama karena kemampuannya untuk menangkap dan menyampaikan keunikan visual kampung ini, termasuk lingkungan hijau, praktik berkelanjutan, dan kehidupan sosial warganya. Buku fotografi juga menjadi media eksklusif yang mampu

menyampaikan narasi visual secara terstruktur, memberikan pengalaman visual yang mendalam bagi pembaca. Melalui strategi ini, diharapkan mampu meningkatkan eksistensi Kampung Jambangan di mata wisatawan lokal dan internasional, serta dapat membantu mendorong pengembangan infrastruktur wisata yang lebih baik. Dengan demikian, strategi *branding* berbasis fotografi tidak hanya memperkuat citra Kampung Jambangan sebagai destinasi wisata ramah lingkungan, tetapi juga memberikan dampak positif pada perekonomian lokal dan memperkuat identitas desa wisata tersebut di tingkat nasional.

Daftar Rujukan

Artikel Jurnal :

- Bloch, P.H. (1995). Seeking the ideal form: product design and consumer response. *Journal of Marketing*, Vol. 59 No. 3.
- Gomez, Ricardo (2020). Photostories: a participatory photo elicitation visual research method in Information Science. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML)* 9,1: 47-63, 2020. <https://qqml-journal.net/index.php/qqml/article/view/588>
- Harper, D. (2012). *Visual Sociology* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203872673>
- Machado, Joana & Carvalho, Leonor. (2015). Brand Logo Design: Examining Consumer Response to Naturalness. *Journal of Product & Brand Management* Vol. 24: <http://dx.doi.org/10.1108/JPBM-05-2014-0609>
- Pink, S. (2007). *Doing visual ethnography*. SAGE Publications, Ltd, <https://doi.org/10.4135/9780857025029>
- Riviera, D. (2010). Picture This: A Review of *Doing Visual Ethnography: Images, Media, and Representation in Research* by Sarah Pink. *The Qualitative Report*, 15(4), 988-991. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2010.1192>

Buku:

- Banks, M. (2011). *Visual methods in social research*. SAGE Publications, Ltd, <https://doi.org/10.4135/9780857020284>
- Goldman, Alan (2005). The aesthetic. In Berys Nigel Gaut & Dominic Lopes (eds.), *The Routledge Companion to Aesthetics*. New York: Routledge.
- Rose, G. (2022). *Visual Methodologies: An Introduction to Researching with Visual Materials* (5th ed.). SAGE Publications.
- Rustan, Suriyanto. (2020). *Layout: Mengenal Layout Cetak, UI/UX, Website & Apps – Buku 1*. Jakarta: CV. Nulis buku Jendela Dunia.
- Rustan, Suriyanto. (2023). *Layout: Mengenal Layout Cetak, UI/UX, Website & Apps – Buku 2*. Jakarta: CV. Nulis buku Jendela Dunia.
- Soewardikoen. (2019). *Metode Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: PT. Kanisius
- Ware, C. (2008). *Visual Thinking for Design*. US: Morgan Kaufmann Publisher
- Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. John Wiley & Sons.

Artikel Surat Kabar :

- Muhiddin S. (2023). Yang Terbaik di ajang surabaya tourism awards 2023: Water front city di kampung wisata jambangan. Diakses pada 8 feb 2024. Available from: <https://harian.disway.id/read/708671/yang-terbaik-di-ajang-surabaya-tourism-awards-2023-water-front-city-di-kampung-wisata-jambangan-2>