

## PENGARUH KOMPETISI FOTOGRAFI JURNALISTIK SEBAGAI DAYA TARIK WISATA IMLEK DI PASAR GEDE SURAKARTA

Muhammad Faizal Agung Nugroho<sup>1</sup>, Ali Akbar Rafsanjani<sup>2</sup>, Fikri Maulana<sup>3</sup>, Yolandita Angga Reza<sup>4</sup>,  
Taufan Hidayatullah<sup>5</sup>

Universitas Sains Indonesia<sup>1,2,3,4</sup>  
Universitas Komputer Indonesia<sup>5</sup>

E-mail: mfaizaljournal@gmail.com

### Abstrak

Komunitas memiliki beragam pengertian di banyak kalangan, salah satunya definisi komunitas yang baik merupakan sekumpulan manusia yang berkelompok dan berinteraksi karena memiliki kesamaan hobi, pandangan dan rasa saling melengkapi untuk selalu berbuat sesuatu yang positif, sebuah komunitas biasanya mempertahankan eksistensi dengan selalu mengikuti acara-acara dan selalu mengadakan agenda bulanan, komunitas Himpunan Senifoto Bengawan memiliki cara untuk selalu menjaga eksistensinya, dalam penelitian ini komunitas tersebut konsisten mengadakan kompetisi fotografi Imlek sejak tahun 2016 sampai 2025, media sosial menjadi platform pendukung untuk menyebarkan hasil kompetisi berupa karya-karya fotografi ke ruang publik sehingga selain kepuasan batin bagi seorang fotografer juga terdapat dampak lain yang bisa dirasakan yaitu dapat meningkatkan awareness masyarakat luas sehingga wisatawan tertarik untuk mengunjungi lokasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak kompetisi fotografi terkhusus rangkaian festival Imlek yang mampu menimbulkan daya tarik wisatawan serta dapat dinikmati oleh masyarakat secara umum. Penelitian ini berfokus bagaimana komunitas fotografi menyajikan karya melalui kompetisi sehingga dapat meningkatkan awareness wisatawan untuk datang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian berupa studi kepustakaan (*Library Research*). Penelitian ini memberikan sudut pandang baru dalam memahami nilai suatu karya fotografi, namun dapat memberikan dampak positif dengan pengemasan yang terstruktur, sistematis dan konsisten.

Kata Kunci: Komunitas, Fotografi, Imlek, Festival.

## Abstract

Community has various meanings in many circles, one of which is the definition of a good community is a group of people who group and interact because they have the same hobbies, views and a sense of complementarity to always do something positive, a community usually maintains its existence by always participating in events and always holding a monthly agenda, the Bengawan Senifoto Association community has a way to always maintain its existence, In this study, the community consistently held Chinese New Year photography competitions from 2016 to 2025, social media became a supporting platform to disseminate the results of the competition in the form of photographic works to public spaces so that in addition to inner satisfaction for a photographer, there are also other impacts that can be felt, namely it can increase public awareness so that tourists are interested in visiting the location. This study aims to determine the impact of photography competitions, especially the Chinese New Year festival series which are able to attract tourists and can be enjoyed by the public in general. This research focuses on how the photography community presents works through competitions so that it can increase the awareness of tourists to come. This research uses a qualitative method with a research approach in the form of library research. This research provides a new perspective in understanding the value of a photographic work, but can have a positive impact with structured, systematic and consistent packaging.

Keywords: Community, Photography, Chinese New Year, Festival.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan dunia digital yang sangat *massive* pada beberapa tahun terakhir sangat berpengaruh terhadap tatanan serta kebiasaan individu masyarakat yang ada saat ini, tidak hanya di Indonesia bahkan dunia, salah satunya kemunculan ragam media social di era perkembangan teknologi saat ini dapat menjadi wadah yang menampung kreativitas individu untuk dapat lebih dilihat oleh

publik yang luas, tetapi adanya sosial media tidak serta menghasilkan kebiasaan dan kegiatan positif bagi masyarakat yang menggunakan, ada juga dampak negatif yang didapatkan ketika individu salah memanfaatkannya, maka dari itu alangkah baiknya jika setiap individu lebih bijak dalam menggunakan media sosial, salah satu yang diuntungkan dan menggunakannya dengan bijak pada perkembangan teknologi dan

digital adalah komunitas fotografi yang semakin banyak di Indonesia, mulai dari komunitas street fotografi, makro fotografi hingga komunitas fotografi jurnalistik dan masih banyak lagi. Peralatan fotografi yang beragam menjadi salah satu sebab kenapa dunia fotografi ikut berkembang seiring teknologi dan dunia digital berkembang.

Fotografi jurnalistik pertama kali muncul pada tanggal 16 April 1877 pada saat surat kabar harian *The Daily Graphic di New York* yang ketika itu memuat gambar berisi kebakaran hotel pada halaman pertama. Terbitan tersebut menjadi awal adanya fotografi jurnalistik pada media cetak, sejalan dengan itu menurut (Wardana,2017) Fotografi jurnalistik adalah fotografi yang dilakukan oleh pers dan foto- foto yang dihasilkan untuk media pemberitaan. Selain itu pada era perkembangan media pemberitaan yang modern terciptalah media berbentuk digital, mulai saat itu fotografi jurnalistik juga berperan penting dalam meningkatkan kebutuhan konten dan memiliki banyak kelebihan antara lain menjadi media promosi/iklan, merekam peristiwa real time dan juga merekam momen-momen

spontanitas yang mengandung nilai estetika *visual*.

Tradisi dan perayaan sebuah acara keagamaan sering dirayakan dan diselenggarakan oleh masyarakat Indonesia, tak terkecuali suku Tionghoa yang banyak mendiami tanah air, biasanya suku Tionghoa yang mendiami setiap kota akan merayakan Tahun Baru Imlek dan menggelar acara yang didukung oleh pemerintah setempat untuk merepresentasikan indahnya toleransi. Setiap perayaan imlek yang ada di berbagai kota pasti akan menimbulkan daya tarik wisatawan untuk sekedar berkunjung menikmati keindahan dekorasi imlek bersama keluarga atau bahkan mendokumentasikannya sebagai kenang-kenangan untuk dilihat kembali di masa mendatang, tak terkecuali para fotografer yang sama antusiasnya dengan adanya perayaan keagamaan tersebut, biasanya mereka beramai-ramai mendokumentasikan berbagai kegiatan yang ada di acara perayaan imlek salah satunya komunitas fotografi HSB (Himpunan Senifoto Bengawan) yang berada di kota Surakarta, selain dari komunitas fotografi HSB banyak juga mahasiswa, fotografer individu ikut

berpartisipasi dalam mengabadikan momen perayaan imlek di Surakarta.

Guna menampung kreativitas para kreator media social baik video maupun foto yang setiap tahun semakin banyak HSB sebagai komunitas fotografi tertua di kota Surakarta memiliki gagasan untuk mengadakan lomba fotografi ketika perayaan imlek digelar, gagasan tersebut muncul sejak 2016 hingga sekarang terus konsisten diadakan, pada tahun 2025 ini komunitas HSB Kembali menggelar kompetisi fotografi yang mengusung tema KEBHINEKAAN, terdapat beberapa kategori yang telah diumumkan antara lain lomba foto untuk umum, lomba foto selfie, lomba reels Instagram dan juga lomba karya jurnalistik. Selain untuk menampung kreativitas kreator kegiatan tersebut juga bertujuan untuk mempublikasikan secara luas festival imlek yang diadakan dengan harapan berdampak terhadap meningkatnya kedatangan wisatawan di kota Surakarta tak terkecuali area Pasar Gede Hardjonagoro sebagai lokasi perayaan festival imlek.

## METODE

Penelitian ini berfokus pada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke perayaan imlek di kota surakarta salah satunya yang dipengaruhi kompetisi fotografi jurnalistik yang diadakan sebagai media promosi di Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian berupa studi kepustakaan (*Library Research*). Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian studi pustaka yaitu dengan membaca, menelaah dan mencatat hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Mestika Zed (2004) menyatakan bahwa, riset kepustakaan atau sering disebut studi pustaka, ialah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian. Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada (Nazir, 1988). Tidak jauh berbeda dengan Nazir, menurut Prastowo (2012) penelitian kepustakaan adalah metode penelitian kualitatif

yang tempat penelitiannya di pustaka, dengan dokumen, arsip, dan jenis dokumen lainnya sebagai bahan penelitiannya.

Peneliti melakukan pengumpulan sumber data melalui observasi, wawancara dan juga mengumpulkan beberapa artikel-artikel jurnal ilmiah, sehingga terkumpul sumber data yang diperlukan. Teknik analisis data yang digunakan adalah model interaktif dengan tahapan reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik validitas data melalui triangulasi data dan review informan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pasar Gede Hardjonagoro merupakan salah satu ikon wisata dan juga lokasi perayaan tahun baru Imlek yang berada di kota Surakarta, Jawa Tengah, Pemasangan lampion untuk perayaan tahun Baru Imlek di kawasan Pasar Gede sebenarnya sudah dimulai sejak tahun 2007. Awalnya lampion hanya dipasang di depan Klenteng Tion Kok Sie yang berseberangan langsung dengan pintu masuk Pasar Gede, seiring berjalanya waktu pemasangan lampion mulai meluas hingga sekitaran Pasar Gede, menurut artikel yang

dikutip dari laman berita Suarasurakarta.id komunitas Paguyuban Pasar Gede, Klenteng Tion Kok Sie dan warga Sudiroprajalah yang menginisiasi dan bekerjasama untuk menghias kawasan tersebut dengan lampion. Kegiatan pemasangan lampion guna perayaan Imlek di Pasar Gede sempat terhenti ketika pandemi Covid-19 datang, tetapi setelah terjadinya kebijakan *New Normal* kegiatan tersebut Kembali terselenggara, bahkan pada Imlek tahun 2023 yang lalu sekitar 5000 buah lampion kembali dipasang dan dinyalakan serentak. Festival Imlek yang terus diadakan dan menghiasi area Pasar Gede dan sekitarnya tidak hanya menjadi daya tarik wisatawan lokal maupun daerah lain tetapi juga menjadi simbol toleransi dan kerukunan umat beragama di Surakarta.

Melihat adanya antusias warga lokal Surakarta ketika festival Lampion yang diadakan maka terdapat inisiasi dari sejumlah kalangan fotografer amatir maupun profesional untuk mengadakan kompetisi Fotografi dengan tema Imlek, HSB ( Himpunan Senifoto Bengawan ) adalah salah satu komunitas fotografi tertua yang ada di kota

Surakarta dan berdiri sejak 19 Juli 1990, komunitas tersebut memulai kampanyenya untuk membuat kompetisi fotografi bertema Imlek untuk memeriahkan acara serta mendokumentasikannya mulai tahun 2016.

### 1. Kompetisi Fotografi bertema Imlek



**Gambar 1. Pamflet Acara Kompetisi Fotografi Imlek di kawasan Pasar Gede Surakarta**  
(Sumber: Instagram HSB\_solo)

Himpunan Senifoto Bengawan (HSB) hampir setiap tahun selalu konsisten mengadakan lomba fotografi untuk memeriahkan acara Imlek yang berada di area Sudioprajan Pasar Gede, kompetisi fotografi tersebut pertama kali dimulai tahun 2016 hingga sekarang ini 2025 masih tetap ada, beberapa kali kesempatan tidak dilaksanakan karena memang

terjadi pandemi Covid-19, jika menilik halaman media sosial Instagram @HSB\_solo terdapat banyak sekali agenda kegiatan yang posting, beberapa ada acara *workshop* dan juga sarasehan, selain itu juga terdapat informasi penting untuk agenda kegiatan fotografi seperti kompetisi Imlek tersebut, mulai dari jadwal acara hingga pemenang para kompetisi yang diselenggarakan.

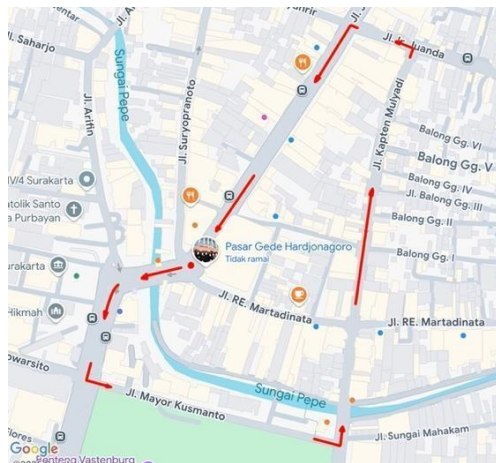
### 2. Karnaval Budaya



**Gambar 2. Acara Karnaval Budaya untuk Hunting Kompetisi Fotografi** (Sumber: Instagram HSB\_solo)

Festival Imlek yang diadakan sebenarnya memiliki beberapa rundown acara yang disusun dengan matang, dikutip dari media RRI.co.id acara tersebut juga dihadiri Menteri

Pariwisata Widiyanti Putri Wardhana dan Wakil Menteri Pariwisata Ni Luh Puspa . Didampingi Pj Gubernur Jawa Tengah Nana Sudjana dan Wali Kota Solo Teguh Prakosa untuk hadir menyaksikan tradisi yang sudah berjalan 16 tahun di Kota Bengawan. Salah satu agenda yang banyak menyita atensi masyarakat luas adalah pawai / Karnaval Budaya yang menggunakan rute dimulai dari area Pasar Gede menuju Jalan Jendral Sudirman kemudian berbelok ke kiri melalui Jalan Mayor Kusmanto, Jalan Kapten Mulyadi, Jalan Ir Juanda, Jalan Jendral Urip Sumoharjo dan kembali ke Pasar Gede.



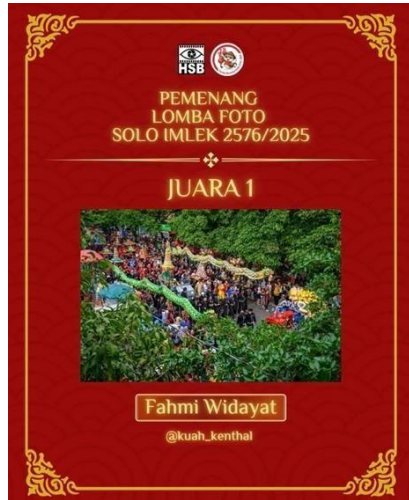
**Gambar 3. Rute Karnaval Budaya untuk Hunting Kompetisi Fotografi** (Sumber Gambar: Dokumen Pribadi)

### 3. Hasil Karya dan Pemenang Kompetisi

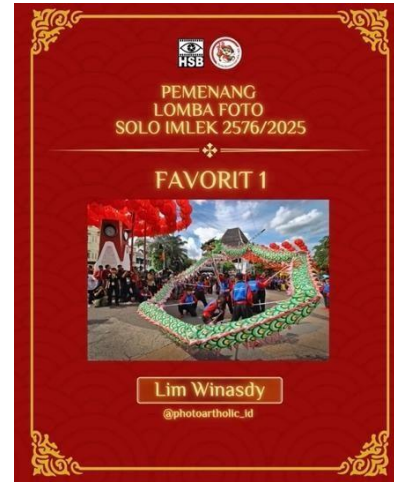


**Gambar 4. Hasil Karya Hunting Kompetisi Fotografi** (Sumber Gambar: Instagram #lombafotoimleksolo2025)

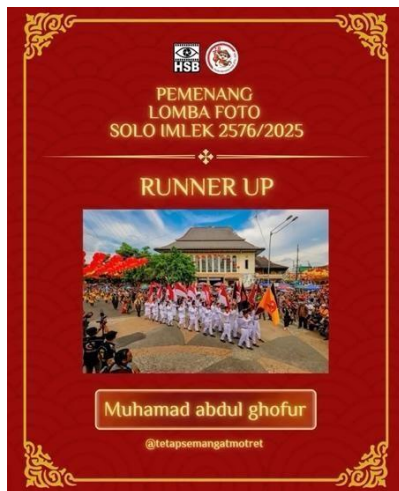
Hasil-hasil dari Kompetisi fotografi Imlek yang diadakan oleh komunitas Himpunan Senifoto Bengawan dapat ditemukan dengan *search engine* Instagram jika menggunakan hashtag *lombafotoimleksolo2025*, terdapat banyak peserta yang melakukan upload karya untuk mengikuti acara tersebut.



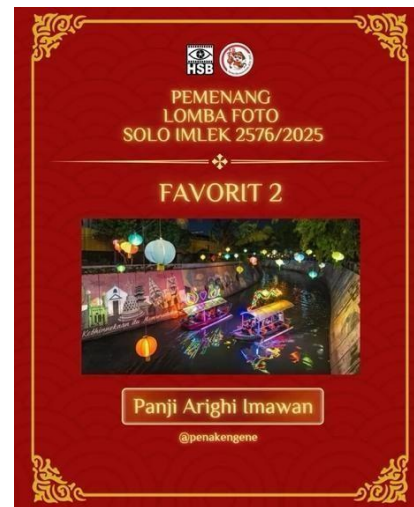
**Gambar 5. Karya Pemenang 1 Hunting Kompetisi Fotografi**  
(Sumber: Instagram @Hsb)



**Gambar 7. Karya Favorit 1 Hunting Kompetisi Fotografi**  
(Sumber: Instagram @Hsb)



**Gambar 6. Karya Pemenang 2 Hunting Kompetisi Fotografi**  
(Sumber: Instagram @Hsb)



**Gambar 8. Karya Favorit 2 Hunting Kompetisi Fotografi**  
(Sumber: Instagram @Hsb)

**Pengaruh Kompetisi Fotografi Imlek Sebagai Daya Tarik Wisata**

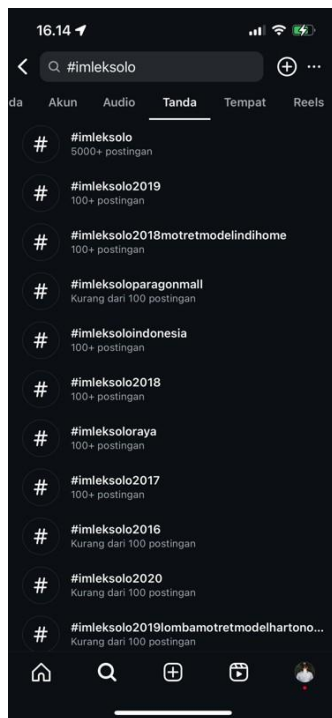
Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur, Himpunan Senifoto Bengawan menjadi komunitas yang menjembatani para penghobi fotografi di area Surakarta dengan konsisten mengadakan kompetisi fotografi Imlek setiap tahunnya sehingga banyak penghobi fotografi mendapatkan panggungnya sendiri untuk berkarya, selain itu juga banyak melahirkan fotografer baru dikalangan mahasiswa yang sedang studi di kota Surakarta, salah satunya Akbar Bagus Panjalu perantau dari Jombang yang masih menempuh studi di Surakarta ketika ditanya mengenai kesan, masukan dan dampak yang ada dari kompetisi fotografi Imlek menjawab “<sup>1</sup> sangat seru dan menantang karena selain peserta yang banyak juga harus mengikuti karnaval sepanjang jalan” “<sup>2</sup> masuknya agar hadiah ditambah lagi dan semakin konsisten acaranya”<sup>3</sup> dampaknya secara pribadi menjadi tempat mengasah skill lebih profesional dan dampak lainnya semoga dengan adanya seperti ini bisa menambah wisatawan yang datang”. Hal itu sejalan jika dicari dengan menggunakan *Search Engine* Instagram maka pengguna Hashtag #lombafotoimleksolo sebagai syarat untuk *upload* kompetisi foto dari tahun ketahun penyelenggaraan jumlahnya konsisten dan bahkan terjadi penambahan di tahun 2025 dibandingkan 2024.



**Gambar 9. Hashtag  
lombafotoimleksolo** (Sumber:  
*Search Engine* Instagram)

Dengan adanya festival Imlek dan dokumentasi menarik dari para peserta kompetisi fotografi diharapkan itu menjadi *visual branding* yang lebih baik dan efektif untuk kota Surakarta, sejalan dengan pendapat (Keller, 2023) bahwa *Brand awareness* dan di media sosial dapat ditingkatkan dengan penggunaan elemen *visual* yang kuat dalam penyusunan strategi *branding* digital. Dikutip dari laman [tribunjateng.com](http://tribunjateng.com) menjelaskan bahwasanya kunjungan wisatawan area Pasar Gede di hari normal sekitar 2000-3000 orang setiap harinya, tetapi jumlah itu meningkat ketika momen libur

nasional, tulisan tersebut sejalan dengan penjelasan Lurah Pasar Gede Listanto saat diwawancarai Radarsolo.com mengkonfirmasi bahwasanya kunjungan wisatawan saat hari libur biasanya mencapai 6000 orang per hari, sebagian besar wisatawan baik dari dalam maupun luar kota, ada yang kulineran ada juga yang sekedar berfoto di lokasi *Heritage*, kelompok wisatawan yang merayakan suasana imlek biasanya datang pada sore hingga malam untuk menikmati lampion di Pasar Gede terutama di area *foodcourt* sisi barat papar Listanto selaku Lurah setempat.



**Gambar 10. Hashtag Imleksolo**  
(Sumber: *Search Engine*  
Instagram)

Jika dilihat dengan *Search Engine* menggunakan *Hashtag* di Instagram yang berkaitan dengan festival imlek maka *hashtag* #Imleksolo menempati urutan teratas dengan jumlah postingan lebih dari 5000, tentu itu belum semuanya, banyak wisatawan juga tidak menggunakan *hashtag* untuk mengupload foto mereka, bisa saja lebih banyak jika ditelusuri mengingat sekarang ini banyak masyarakat yang gemar berkonten adu kreativitas di media sosial, sejalan dengan itu sebuah kreativitas dalam kegiatan branding dapat meningkatkan daya tarik dan juga diferensiasi dari destinasi wisata atau sebuah produk, dengan tujuan akhirnya yaitu meningkatkan angka *engagement* dari *audiens* di media sosial (Hennessey & Amabile,2010).

## KESIMPULAN

Festival Imlek yang awalnya rutin diselenggarakan oleh masyarakat Sudiropuran dan sekarang ini menjadi agenda tahunan yang *disupport* oleh pemerintah kota Surakarta banyak menyita atensi wisatawan dalam maupun luar kota, selain itu komunitas Himpunan Senifoto Bengawan juga secara langsung terlibat untuk menggelar kompetisi fotografi yang banyak diminati oleh fotografer pemula sampai dengan *profesional* sehingga karya yang dihasil akan

terlihat lebih indah secara *visual*, keikutsertaan dari warga lokal dalam sebuah proses pengembangan konten visual, dapat menaikkan tingkat kohesi sosial dan juga dapat membangun identitas kolektif yang semakin kuat, sehingga dapat menambah kekuatan daya tarik sebuah destinasi wisata (Echtner & Ritchie, 2023). Peran fotografi disini juga sangat berpengaruh terhadap *awareness* yang dibangun untuk wisatawan agar datang mengunjungi kota Surakarta, dengan menunjukkan *visual* yang indah kepada publik menggunakan dan memanfaatkan teknik-teknik fotografi yang unik dan inovatif, seperti penggunaan komposisi, *framing* dan pencahayaan yang tidak biasa karya festival Imlek ini mampu menghasilkan sebuah citra visual yang mudah diingat audiensnya, pada fotografi terdapat kekuatan yang dapat lebih dari sekedar merekam sebuah realitas, tetapi juga membangun sebuah narasi visual yang dapat mempengaruhi identitas dan persepsi sebuah brand (Leppert, 2018), dalam kasus ini *branding* kota Surakarta.

Penggunaan fotografi pada media sosial sebagai media naratif, menciptakan perubahan pada persepsi publik terkait festival Imlek di Pasar Gede Surakarta, dapat dilihat sebuah peningkatan pada minat dan kunjungan publik ke lokasi tersebut dengan melihat di *search engine* Instagram menggunakan

*Hashtag* Imleksolo. Dalam menggunakan media sosial komunitas Himpunan Senifoto Bengawan menggunakan strategi kompetisi fotografi yang terintegrasi langsung dengan festival imlek yang diselenggarakan dan untuk penilaian juri peserta diwajibkan mengunggah karya diplatform media sosial. Pada pemilihan media sosial, Instagram merupakan *platform* media sosial pilhan utama oleh Himpunan Senifoto Bengawan pada kompetisi fotografi Imlek yang diselenggarakan, pemilihan media sosial ini tentunya juga didasari oleh demografi dari target *audiens*, penggunaan Instagram sebagai salah satu *platform* yang mengandalkan visual, lebih populer di kalangan pengguna muda yang tentunya lebih tertarik pada konten-konten *visual* dan memiliki konsumerisme yang lebih *impulsive*, sejalan dengan itu (Voorveld,2018) menyampaikan Media sosial yang berbeda-beda akan memiliki keunggulan masing-masing yang unik, seperti pada Instagram yang cenderung memiliki efek yang lebih efektif dalam menarik perhatian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Echtner, C. M., & Ritchie, J. B. (2003). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.

Hennessey, B. A., & Amabile, T. M. (2010). Creativity Annual Review of Psychology, 61, 569-598.

Keller, K. L. (2023). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity. 5th Edition. Pearson Education Limited.

Leppert, R. (2018). Art and the committed eye: The cultural functions of imagery. Routledge.

Nazir, M. 2003. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Prastowo, Andi. 2012. Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Jogjakarta: Ar-ruzzmedia.

Voorveld, H. A., van Noort, G., Muntinga, D. G., & Bronner, F. (2018). Engagement with social media and social media advertising: The differentiating role of platform type. Journal of Advertising, 47(1), 38-54.

Wardana, R. D. 2017. "Disaat Fotografi Jurnalistik Bukan Sekedar Pemberitaan." Jurnal Magenta 1(01):93–108.

Zed, Mestika. 2004. Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Nasional.

#### **Internet Source**

[suarasurakarta.id](http://suarasurakarta.id)

[rri.co.id](http://rri.co.id)

[Radarsolo.com](http://Radarsolo.com)

Instagram : @Hsb\_solo