

PENINGKATAN DAYA TARIK MELALUI *STORYTELLING* FOTOGRAFI JATHILAN DI MEDIA SOSIAL

Nayda Yasmine TJ

Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta
Email: tehnayda2005@gmail.com

Dheasey Amboningtyas

Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta
Email: dheasey@isi.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui betapa menariknya *storytelling* fotografi Jathilan di media sosial. Fotografi diyakini sebagai media yang kuat dan efektif untuk melestarikan dan menampilkan keindahan serta keragaman budaya Jathilan. Melalui media sosial dan platform internet, fotografer yang terampil menangkap detail dengan lensa kamera juga berperan penting dalam menyebarkan kesadaran akan keindahan dan keunikan bentuk seni ini yang memadukan tarian dan keajaiban ke seluruh dunia melalui narasi. Dalam hal ini, tujuan fotografi dapat dijelaskan dengan berbagai cara. Pertama, fotografi berfungsi dengan baik sebagai alat dokumentasi untuk merekam latar belakang setiap subjek. Kedua, kita dapat menciptakan rekaman visual yang komprehensif tentang sejarah dan perkembangan Jathilan dari masa ke masa dengan menggunakan fotografi. Ketiga, fotografi menawarkan kesempatan untuk mengembangkan kampanye visual yang meningkatkan penjualan dan pemahaman yang lebih mendalam tentang budaya Jathilan. Studi ini dapat menjelaskan lebih lanjut bagaimana fotografi dapat secara strategis melestarikan dan mempromosikan budaya Jathilan dengan melihat ciri-ciri ini. Diharapkan temuan studi ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada generasi mendatang tentang bagaimana fotografi membantu menyampaikan cerita tentang budaya Jathilan Yogyakarta.

Kata kunci: *Budaya, Fotografi, Jathilan, Media Sosial, Storytelling*

Pendahuluan

Saat ini, dunia sedang beralih ke perangkat seluler. Teknologi media digital, perangkat seluler, dan media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat di seluruh dunia. Lebih dari 4,5 miliar orang kini sudah terhubung ke dalam internet, sementara pengguna media sosial telah melampaui 3,8 miliar, mewakili hampir 60% populasi daring global.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia. Saat ini, terdapat sekitar 175,4 juta pengguna internet di Indonesia yang kini meningkat 17% dari tahun sebelumnya. Sekitar 160 juta orang di Indonesia menggunakan media sosial. Pengguna internet di Indonesia secara konsisten untuk tetap terhubung dengan informasi dan tertarik pada konten digital. Pengguna internet

Peningkatan Daya Tarik Melalui Storytelling Fotografi Jathilan Di Media Sosial

Indonesia menghabiskan waktu daring di atas rata-rata, terutama saat mengakses media sosial dan platform *e-commerce*.

Media sosial adalah bentuk komunikasi elektronik yang digunakan untuk menciptakan komunitas daring, bertukar informasi, berbagi ide, mengirim pesan pribadi, mengunggah video, dan berbagi konten digital lainnya. Media sosial adalah sekelompok atau kumpulan aplikasi internet yang dibangun di atas fondasi konsep teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten buatan pengguna. Istilah "media sosial" terkadang disamakan dengan "jejaring sosial", sebagaimana dinyatakan dalam Kamus Cambridge. Jejaring sosial adalah jaringan yang terdiri dari orang-orang, yang direpresentasikan sebagai simpul, dengan hubungan mereka digambarkan sebagai tepi yang menghubungkan simpul-simpul tersebut. Simpul mewakili individu, struktur sosial, halaman web, tag kata kunci, atau video, sementara tepi menghubungkan dua simpul atau lebih (Wahyudi et al., 2025).

Kemudian hadirnya media sosial, penceritaan dengan media menjadi ampuh karena tidak sekadar hanya menangkap gambar yang indah. Dengan melibatkan unsur fotografi di dalam penceritaan hingga menciptakan cerita foto yang dapat menyampaikan narasi dan membangkitkan emosi audiens yang melihat sehingga mereka dapat ikut terlibat di dalamnya. Penceritaan visual sangat penting dalam dunia yang serba cepat saat ini, karena menarik perhatian dan memberikan dampak yang bertahan lama. Penceritaan dapat memikat dan menginspirasi, memungkinkan fotografer untuk menyampaikan cerita yang menarik melalui gambar yang mereka hasilkan. Penceritaan bisa digolongkan sebagai fotografi secara naratif, menciptakan gambar yang melampaui hal-hal langsung dan beresonansi dengan audiens yang lebih luas. Komposisi, pencahayaan dan sudut pengambilan gambar peran penting dalam fotografi secara naratif. Dengan menangkap unsur emosi dan menggunakan berbagai *angle*, fotografer dapat menciptakan gambar yang bermakna bagi audiensnya. Ditambah dengan menjelajahi berbagai teknik dasar fotografi dapat meningkatkan pengalaman penceritaan visual.

Selanjutnya, penceritaan yang akan diangkat adalah Jathilan. Jathilan adalah kesenian tradisional Jawa yang menampilkan tarian prajurit berkuda, diiringi oleh alat peraga kuda yang terbuat dari anyaman bambu. Kesenian ini juga dikenal sebagai kuda lumping atau jaran kepong dan dicirikan oleh daya tarik magis ketika roh memasuki penari, yang sering disebut sebagai "Ndadi". Asal kata "Jathilan" berasal dari bahasa Jawa "jaranne jan thil-thilan tenan", yang berarti "kuda itu benar-benar menari tidak beraturan". Kesenian ini menggunakan kuda anyaman bambu yang dipegang oleh penari sebagai alat peraganya. Selain itu, tarian ini meniru gerakan kuda atau prajurit berkuda, tetapi ketika dirasuki, gerakannya bisa menjadi tidak teratur dan tak terkendali. Seringkali, penari mengalami kerasukan roh (Ndadi), di mana mereka menunjukkan daya tarik yang tidak rasional, seperti memakan bunga, kaca, atau melukai diri sendiri dengan pedang. Karena alasan ini, seorang pawang biasanya bertugas mengendalikan penari yang kerasukan dan menyadarkannya. Awalnya, seni

ini ditujukan untuk menghibur dan menjadi sarana pemersatu masyarakat, terkadang juga melambangkan perlawanan terhadap penindasan.



Gambar 1 dan 2: Arsip Dokumentasi oleh Guntur Aga

Berdasarkan penjelasan di atas, jejaring sosial mencakup individu dan hubungan di antara mereka. Individu dapat disebut dengan berbagai cara, seperti aktor, verteks, simpul (individu), dan sebagainya. Hubungan antar individu juga memiliki beberapa istilah, seperti ikatan, tautan, dan di antara lainnya. Jejaring sosial merupakan pusat tempat pengguna berpartisipasi melalui komentar, mengekspresikan perilaku dan perasaan mereka terhadap suatu topik tertentu. Hal ini berdampak signifikan terhadap citra dan kesadaran suatu *brand*. Partisipasi pengguna di jejaring sosial seperti suka, komentar, bagikan, atau retweet, memperkuat hubungan pengguna dengan suatu *brand*, yang pada akhirnya meningkatkan penceritaan suatu budaya, dalam hal ini Jathilan, di media sosial untuk meningkatkan nilainya dalam segala komponen.

Teori dan Metodologi

Storytelling

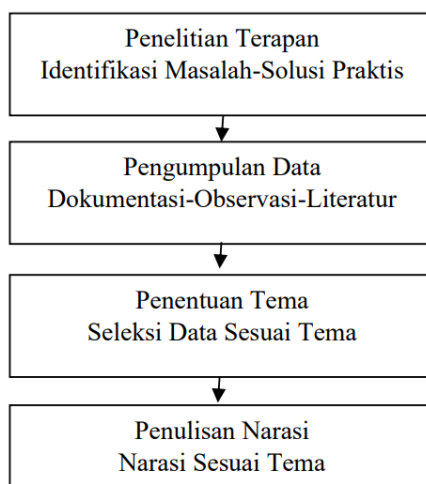
Storytelling merupakan komponen fundamental komunikasi manusia (Sinaga et al., 2025) Sebagai metode pengajaran dan penyampaian materi serta informasi, bercerita telah memberikan banyak manfaat, tidak hanya bagi penerima informasi, tetapi juga bagi penyediannya.

Pada prinsipnya, *storytelling* atau mendongeng merupakan simbiosis yang saling menguntungkan. Melalui proses bercerita ini, komunikasi dapat terjalin antara pendongeng dan pendengar. Hal ini dimungkinkan karena pendongeng memperoleh kepuasan dari berbagi informasi. Di saat yang sama, penerima informasi juga memperoleh kepuasan dari pengetahuan dan pengalaman baru yang mungkin belum pernah mereka miliki sebelumnya. Lebih lanjut, mendongeng memungkinkan interaksi yang lebih intensif antara dua pihak atau lebih, yang umumnya meningkatkan nilai kegiatan tersebut. Selama proses bercerita inilah interaksi terjadi antara pendongeng dan pendengar. Karena bercerita sangat penting bagi pendengar, maka harus disajikan dengan menarik. Untuk memastikan pengalaman bercerita yang menarik, penting untuk memahami tahapan-tahapan bercerita. Teknik-teknik yang digunakan dalam bercerita, serta pihak-pihak yang terlibat dalam proses bercerita, semuanya berkontribusi pada keberhasilannya.

Peningkatan Daya Tarik Melalui Storytelling Fotografi Jathilan Di Media Sosial

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian terapan. (Nasution, 2023) menyatakan bahwa penelitian terapan merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menemukan solusi terkini terhadap permasalahan di masyarakat, organisasi, dan dunia usaha/industri. Penelitian terapan juga dapat diartikan sebagai cara untuk menambah pengetahuan ilmiah dengan tujuan praktis. Artinya, hasil penelitian diharapkan dapat langsung diaplikasikan untuk keperluan praktis. Hal ini sejalan dengan prinsip dasar penelitian dan pengembangan, sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono, 2019) bahwa penelitian dan pengembangan merupakan metode yang digunakan untuk mengembangkan produk bagi keperluan pendidikan dan pembelajaran. Pembelajaran yang menarik adalah pembelajaran yang kreatif dan dalam penelitian ini mendongeng merupakan praktik yang berakar pada budaya Jathilan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah telaah dokumenter terhadap data yang tersedia. Kemudian dilanjutkan dengan observasi lapangan secara langsung. Selain itu, penelitian dilakukan dengan membaca literatur yang relevan untuk memahami makna jathilan.

Langkah-langkahnya dapat dilihat pada diagram berikut:



Gambar 3: Diagram Analisis Peneliti, 2025

Hasil dan Pembahasan

Storytelling atau seni bercerita, telah menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan pesan dan membentuk narasi yang berdampak, terutama di era digital saat ini. Dengan memanfaatkan teknologi digital, *storytelling* berkembang menjadi digital *storytelling*, berdasarkan Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi 85 menggabungkan narasi dengan elemen multimedia seperti gambar, audio, dan video untuk menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan menarik bagi audiens (Nugroho et al., n.d.). Selain itu, dalam bidang komunikasi dan pemasaran, *storytelling* digunakan sebagai strategi untuk membangun personal branding di media sosial. Penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal "Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi" menyoroti bagaimana *storytelling* dapat membentuk citra diri yang kuat dan konsisten di media sosial. Dengan

menyampaikan narasi yang autentik dan relevan, individu atau organisasi dapat membangun hubungan emosional dengan audiens mereka, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas dan kepercayaan.

Di era digital, *storytelling* juga berperan penting dalam strategi komunikasi organisasi. Tidak sedikit yang menggunakan digital *storytelling* dalam unggahan media sosial, tidak lain hanya untuk membangkitkan sisi emosional pembaca dan mempersuasi audiens. Dengan menggabungkan foto atau video dengan narasi yang kuat, mereka berhasil menyampaikan pesan yang menyentuh dan mendorong tindakan dari audiens (Nuranindya et al., 2023). Secara keseluruhan, peran *storytelling* dalam membentuk narasi yang berdampak di era digital sangat signifikan. Dengan memanfaatkan teknologi digital, *storytelling* dapat menyampaikan pesan dengan cara yang lebih menarik, interaktif, dan efektif, baik dalam konteks pendidikan, personal branding, maupun komunikasi organisasi.

Dalam menciptakan penceritaan yang efektif di dunia digital membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang elemen-elemen kunci yang dapat menarik dan mempertahankan perhatian audiens. Di dunia digital saat ini, eksposisi harus disampaikan dengan cepat dan efektif karena audiens di media sosial memiliki rentang perhatian yang sangat pendek. Oleh karena itu, pada tahap ini, penting untuk menyampaikan nilai atau pesan utama dengan segera. Eksposisi yang baik juga harus menarik perhatian audiens dengan elemen-elemen visual yang menarik, judul yang memikat, atau pertanyaan yang relevan dengan audiens. Di media sosial, tindakan pemicu dapat berupa peristiwa yang mengundang keterlibatan audiens, seperti tantangan, pertanyaan, atau interaksi yang mendorong audiens untuk merasa terlibat. Media sosial dengan interaktivitasnya, memungkinkan tindakan pemicu untuk mengambil bentuk undangan untuk berbagi pengalaman atau memberikan pendapat (Vokasi et al., 2022)

Dalam penceritaan digital, momen paling mengesankan dan mengejutkan inilah yang mampu menarik perhatian audiens secara maksimal. Biasanya, momen inilah yang menjadi titik balik masalah yang telah terbangun, atau ketika terjadi perubahan signifikan dalam cerita. Dalam media sosial, klimaks seringkali terjadi dalam bentuk pengungkapan yang mengejutkan. Misalnya, dalam kampanye Instagram, klimaks dapat terjadi ketika seorang influencer atau pengguna media sosial mengungkapkan hasil nyata dari penggunaan produk atau layanan tertentu yang telah dijanjikan sebelumnya, sehingga memicu reaksi keras dari audiens. (Alwan dan Catya 2023).

Resolusi ini penting karena memberikan rasa pencapaian atau kepuasan kepada audiens setelah mengikuti cerita dari awal hingga akhir (Storytelling & Awareness, 2023). Di media sosial, resolusi yang efektif seringkali melibatkan ajakan untuk berbagi cerita atau pengalaman mereka di kolom komentar, menggunakan tagar tertentu, atau mengikuti akun tersebut untuk informasi lebih lanjut. Hal ini membantu memperpanjang interaksi dan membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens teknik bercerita paling efektif

Peningkatan Daya Tarik Melalui Storytelling Fotografi Jathilan Di Media Sosial

untuk menarik perhatian audiens. Di era digital saat ini, teknik bercerita yang efektif sangat penting untuk menarik perhatian audiens media sosial.

Storytelling telah terbukti menjadi metode yang paling efektif untuk menyederhanakan pesan yang kompleks menjadi sesuatu yang lebih mudah dipahami oleh audiens. Karena melalui narasi yang menarik, informasi yang kompleks dapat disampaikan dengan cara yang lebih mudah diakses dan meningkatkan efektivitas komunikasi. Dalam konteks *storytelling* fotografi, dengan menampilkan visual lalu ditambah dengan narasi akan membuat konten lebih menarik dan menonjol di antara banyaknya informasi yang bersaing di era saat ini. *Storytelling* yang menarik dapat meningkatkan rasa penasaran audiens terhadap budaya yang kini sudah luput dibandingkan sebelumnya, sehingga mendorong mereka untuk mempelajari lebih lanjut tentang budaya Jathilan. Berawal dari melihat beberapa foto di media sosial yang menampilkan sebuah rangkaian kegiatan Jathilan, lalu dilanjut dengan mencari-cari lebih dalam mengenai apa itu Jathilan, kemudian asal dari budaya tersebut hingga dapat mencari informasi terkait pertunjukkan Jathilan sendiri akan tampil.

Simpulan

Upaya peningkatan daya tarik melalui *storytelling* fotografi di media sosial merupakan salah satu pendekatan yang memiliki strategi sangat efektif dibandingkan yang lainnya karena untuk membangun koneksi emosional yang mendalam dengan audiens, meningkatkan interaksi, dan memperkuat citra brand. Secara ringkas, *storytelling* fotografi mentransformasi media sosial dari sekadar platform berbagi gambar menjadi medium komunikasi naratif yang kuat, yang mampu memikat perhatian, menginspirasi tindakan, dan membangun loyalitas audiens secara berkelanjutan pada seni budaya Jathilan.

Referensi

- Nasution, A. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (M. meyniar albina (ed.); 2023rd ed., Vol. 11, Issue 1). harfa creative. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Nugroho, A., Florina, I. D., Edy, S., & Tegal, U. P. (n.d.). *Menggali Strategi Visual dan Naratif @ tokomerekah dalam Membangun Brand Identitas di Instagram*. 5(3), 3158–3169.
- Nuranindya, D., Berto, A., & Wahyu, A. (2023). Optimisme saat pandemi: strategi storytelling pada video promosi destinasi pariwisata super prioritas. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 7, 637–661. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i2.5446>

- Sinaga, A. V., Sianipar, R., & Arsal, U. W. (2025). *No Title*. 3(1), 18–29.
- Storytelling, V., & Awareness, B. (2023). *PERANCANGAN VISUAL STORYTELLING MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA*. 5(1), 168–182.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Vokasi, F. S., Mada, U. G., Yuristiadhi, G., Makasi, M., Vokasi, F. S., & Mada, U. G. (2022). *OF TOURISM Penguatan Storytelling Dalam Format Digital Untuk Wisata Sejarah Di Museum Pusat TNI-AU Dirgantara Mandala*. 5(1), 1–17.
- Wahyudi, S. A., Praptiningsih, N. A., & Hayat, H. (2025). *Peran Storytelling dalam Membentuk Narasi yang Berdampak pada Era Digital*. 12(02), 82–92. <https://doi.org/10.22236/komunika.v12i2.18265>

**Peningkatan Daya Tarik Melalui Storytelling Fotografi Jathilan
Di Media Sosial**