

Pemanfaatan Photobooth BATIKURA sebagai Media Promosi Budaya Nusantara dan Jepang di Kalangan Generasi Muda

Elvira Hemalia¹, Nana Anggraini², Tria Dyah Lestari³, Ananda Velicia L.C⁴, Tiara Astina P⁵,
Sebastian Dimas S⁶, Ageng Setyabudi⁷, Ifan Prasetya⁸, Mochamad Rafi F⁹, Firely Imanuel¹⁰, Beta
Puspitaning Ayodya¹¹

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11} Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

*e-mail korespondensi: Elvira1234@gmail.com¹

Abstrak

Perkembangan industri kreatif di Indonesia yang didukung oleh meningkatnya penggunaan media sosial telah mendorong kebutuhan akan konten visual yang menarik dan estetik. Salah satu bentuk usaha yang berkembang adalah layanan photobooth tematik yang menawarkan pengalaman berfoto yang unik bagi konsumen. Namun, sebagian besar photobooth yang ada masih mengusung konsep budaya tunggal, sementara budaya lokal Indonesia, khususnya batik, belum banyak dikemas dalam konsep visual modern yang menarik bagi generasi muda. Berangkat dari kondisi tersebut, Batikura (Batik & Sakura) hadir sebagai usaha photobooth yang menggabungkan unsur budaya Nusantara dan Jepang melalui konsep culture blend. Konsep ini diwujudkan melalui penggunaan kostum haori bermotif batik, dekorasi sakura, serta berbagai properti tematik yang mendukung pengalaman berfoto yang estetik dan bernilai budaya. Usaha ini menargetkan generasi muda usia 17-30 tahun yang aktif di media sosial dan memiliki ketertarikan terhadap budaya serta tren visual. Melalui perpaduan budaya yang unik, BATIKURA tidak hanya menawarkan layanan fotografi, tetapi juga menjadi media kreatif untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya Nusantara dengan pendekatan yang lebih modern, inovatif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

Kata kunci: Batikura, photobooth, budaya Nusantara, budaya Jepang, culture blend, industri kreatif

Abstrak

The growth of Indonesia's creative industry, supported by the increasing use of social media, has encouraged the demand for attractive and aesthetic visual content. One of the emerging businesses in this sector is thematic photobooth services that offer unique photography experiences for consumers. However, most existing photoboos focus on a single cultural concept, while local Indonesian culture, particularly batik, has not been widely presented in modern visual concepts that appeal to younger generations. In response to this condition, BATIKURA (Batik & Sakura) was developed as a photobooth business that combines Indonesian and Japanese cultural elements through a culture blend concept. This concept is reflected in the use of batik-patterned haori costumes, sakura-themed decorations, and various supporting properties that create an aesthetic and culturally meaningful photography experience. The business targets young people aged 17-30 years who are active on social media and interested in cultural and visual trends. Through this unique cultural combination, BATIKURA not only provides photography services but also serves as a creative medium for introducing and preserving Indonesian cultural heritage through a modern, innovative, and relevant approach.

Keywords: Batikura, photobooth, Indonesian culture, Japanese culture, culture blend, creative industry.

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mendorong meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap konten visual yang menarik dan estetik. Saat menghadiri festival, pameran, maupun event komunitas, pengunjung sering mencari spot foto atau layanan dokumentasi yang dapat dijadikan kenang-kenangan sekaligus konten untuk dibagikan di media sosial.

Salah satu event yang menarik minat generasi muda adalah kegiatan bertema budaya Jepang yang dipadukan dengan hiburan modern seperti cosplay dan turnamen Mobile Legends. Event semacam ini mampu mengumpulkan banyak pengunjung dari berbagai komunitas sehingga menjadi peluang bagi pelaku usaha kreatif untuk menawarkan produk maupun jasa yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

Melihat peluang tersebut, tim BATIKURA menghadirkan layanan photo booth dengan konsep perpaduan budaya Indonesia dan Jepang. Konsep ini diwujudkan melalui penggunaan box photobooth yang dihiasi elemen batik dan ornamen Jepang sehingga menciptakan identitas visual yang unik. Kegiatan usaha BATIKURA dilaksanakan pada event cosplay dan turnamen Mobile Legends di Kampung Jepang Suroboyo tanggal 13 Juni 2026.

Selain memberikan pengalaman berfoto yang menarik bagi pengunjung, kegiatan ini juga menjadi sarana pembelajaran kewirausahaan bagi mahasiswa dalam mengelola usaha secara langsung, mulai dari promosi, pelayanan pelanggan, hingga evaluasi hasil usaha.

Penulis juga perlu mengaitkan kegiatan dengan teori, konsep, atau hasil penelitian sebelumnya untuk memperlihatkan relevansi akademik sekaligus kontribusi sosial dari program yang dijalankan yang berdasarkan pada referensi dari artikel jurnal (referensi yang dipublikasikan dalam selang waktu 10 tahun terakhir). Pada bagian akhir pendahuluan, rumuskan tujuan kegiatan pengabdian secara jelas, disertai penjelasan manfaat yang diharapkan, baik bagi masyarakat sasaran maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik pengabdian.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 13 Juni 2026 di Kampung Jepang Suroboyo, Kota Surabaya, Jawa Timur, bertepatan dengan penyelenggaraan event cosplay dan turnamen Mobile Legends yang dihadiri oleh berbagai komunitas serta masyarakat umum. Sasaran kegiatan adalah pengunjung event, komunitas cosplay, pelajar, mahasiswa, dan generasi muda yang memiliki ketertarikan terhadap budaya Jepang serta aktif menggunakan media sosial sebagai sarana berbagi konten visual. Kegiatan ini juga melibatkan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai pelaksana program dalam rangka penerapan praktik kewirausahaan berbasis industri kreatif.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode pendampingan dan demonstrasi layanan berbasis teknologi kreatif. Pendampingan dilakukan melalui pemberian arahan kepada pengunjung mengenai penggunaan layanan photobooth, pemanfaatan properti budaya, serta pendampingan selama proses pengambilan foto. Sementara itu, metode demonstrasi diterapkan dengan memperlihatkan secara langsung penggunaan teknologi fotografi digital, sistem pencahayaan, dan pencetakan foto instan kepada masyarakat. Selain sebagai sarana dokumentasi, kegiatan ini juga menjadi media edukasi budaya melalui penerapan konsep *culture blend* yang menggabungkan unsur budaya Nusantara dan Jepang dalam satu pengalaman visual.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah perencanaan, yang meliputi identifikasi kebutuhan masyarakat dan peluang usaha pada

event budaya, penyusunan konsep BATIKURA (Batik & Sakura), pembagian tugas tim, penyediaan peralatan dan perlengkapan, serta pembuatan media promosi melalui Instagram dan TikTok. Pada tahap ini juga dilakukan perancangan box photo booth bertema batik dan ornamen Jepang sebagai identitas visual layanan.

Tahap kedua adalah pelaksanaan kegiatan. Pada tahap ini tim melakukan pemasangan dan penataan area photobooth di lokasi kegiatan, menyiapkan perangkat pendukung seperti iPad, printer foto, lighting, serta berbagai aksesoris bertema Jepang. Pengunjung yang menggunakan layanan diberikan kesempatan untuk berfoto dengan bantuan tim, memilih paket layanan yang tersedia, serta memperoleh hasil foto dalam bentuk digital maupun cetak. Selama kegiatan berlangsung, tim juga melakukan promosi secara langsung kepada pengunjung untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

Tahap ketiga adalah evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan dengan mengamati tingkat partisipasi masyarakat, respons pelanggan terhadap konsep photobooth yang ditawarkan, serta efektivitas pelayanan yang diberikan. Selain itu, tim melakukan diskusi internal untuk mengidentifikasi kelebihan dan kendala selama pelaksanaan kegiatan, seperti aspek operasional, promosi, dan pelayanan pelanggan. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan konsep BATIKURA agar dapat diterapkan secara lebih optimal pada kegiatan serupa di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui implementasi BATIKURA (Batik & Sakura) berhasil dilaksanakan pada event cosplay dan turnamen Mobile Legends di Kampung Jepang Suroboyo. Kegiatan ini menghadirkan layanan photo booth dengan tema yang menggabungkan unsur budaya Nusantara dan Jepang melalui konsep *culture blend*. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa layanan yang diberikan mampu menarik perhatian pengunjung, khususnya generasi muda yang menjadi target utama kegiatan. Tingginya antusiasme pengunjung terlihat dari partisipasi masyarakat dalam menggunakan layanan photobooth serta keterlibatan mereka dalam membagikan hasil foto melalui media sosial.

Capaian utama kegiatan ini adalah tersedianya solusi dokumentasi yang praktis, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada event budaya. Pengunjung tidak hanya memperoleh hasil foto dalam bentuk digital dan cetak, tetapi juga mendapatkan pengalaman visual yang berbeda melalui penggunaan box photobooth bertema batik dan ornamen Jepang. Selain itu, penggunaan berbagai properti pendukung seperti kimono, kipas, dan payung Jepang turut meningkatkan daya tarik layanan serta memberikan pengalaman yang lebih interaktif kepada pengguna.

Dari aspek teknologi, BATIKURA berhasil menerapkan teknologi fotografi digital secara sederhana namun efektif melalui penggunaan iPad, perangkat pencahayaan (lighting), dan printer foto instan. Teknologi tersebut memungkinkan proses pengambilan hingga pencetakan foto berlangsung dengan cepat sehingga pelanggan dapat memperoleh hasil foto dalam waktu relatif singkat. Efisiensi pelayanan ini menjadi salah satu faktor yang meningkatkan kepuasan pengguna. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi turut memperluas jangkauan informasi mengenai layanan BATIKURA kepada masyarakat yang lebih luas.

Secara kualitatif, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan apresiasi masyarakat terhadap budaya. Konsep perpaduan batik sebagai identitas budaya Indonesia dengan ornamen sakura dan aksesoris Jepang menciptakan pengalaman budaya yang unik dan menarik bagi generasi muda. Melalui pendekatan yang dikemas secara kreatif dan sesuai tren visual saat ini, masyarakat memperoleh pengalaman mengenal budaya tanpa melalui proses pembelajaran formal. Temuan ini menunjukkan bahwa media kreatif dapat menjadi sarana alternatif dalam memperkenalkan nilai-nilai budaya kepada masyarakat.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan tujuan program, yaitu memberikan layanan photobooth yang menarik, menciptakan pengalaman berfoto yang unik, serta memperkenalkan budaya melalui pendekatan yang relevan dengan generasi muda. Dalam perspektif ekonomi kreatif, kreativitas dan inovasi merupakan faktor penting dalam menciptakan nilai tambah suatu produk atau layanan. BATIKURA menunjukkan bahwa integrasi unsur budaya ke dalam industri kreatif mampu menghasilkan produk yang memiliki daya saing sekaligus memberikan manfaat sosial dan budaya. Temuan ini juga mendukung berbagai penelitian yang menyebutkan bahwa pengemasan budaya melalui media kreatif dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap warisan budaya lokal.

Keberhasilan pelaksanaan kegiatan didukung oleh beberapa faktor. Pertama, pemilihan lokasi kegiatan yang sesuai dengan target pasar karena event budaya Jepang banyak dihadiri oleh generasi muda dan komunitas kreatif. Kedua, konsep *culture blend* yang unik menjadi pembeda dibandingkan layanan photobooth lain yang hadir pada kegiatan yang sama. Ketiga, pemanfaatan teknologi fotografi digital dan media sosial mampu meningkatkan efektivitas pelayanan dan promosi. Selain itu, pembagian tugas yang jelas di antara anggota tim turut mendukung kelancaran operasional selama kegiatan berlangsung.

Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kegiatan. Salah satunya adalah adanya persaingan dengan penyedia layanan photobooth lain yang menawarkan jasa serupa pada lokasi yang sama. Kendala tersebut diatasi dengan menonjolkan keunikan konsep budaya yang dimiliki BATIKURA serta memberikan pengalaman berfoto yang lebih nyaman melalui penggunaan box photobooth. Kendala lainnya berkaitan dengan keterbatasan waktu pelayanan saat jumlah pengunjung meningkat. Untuk mengatasi hal tersebut, tim melakukan pembagian tugas secara efektif sehingga proses pelayanan tetap berjalan lancar dan pelanggan tidak menunggu terlalu lama.

Secara keseluruhan, kegiatan BATIKURA memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan masyarakat melalui penyediaan layanan kreatif yang memadukan teknologi dan budaya. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pengalaman baru bagi masyarakat, tetapi juga menjadi media promosi budaya yang dikemas secara modern dan sesuai dengan perkembangan zaman. Dari sisi akademik, kegiatan ini menunjukkan bagaimana konsep komunikasi kreatif, ekonomi kreatif, dan pelestarian budaya dapat diimplementasikan dalam bentuk program pengabdian kepada masyarakat. Ke depan, program BATIKURA memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan melalui kolaborasi dengan komunitas budaya, penyelenggara festival, maupun institusi pendidikan sehingga manfaat sosial, budaya, dan ekonominya dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas.

Tabel dan Gambar

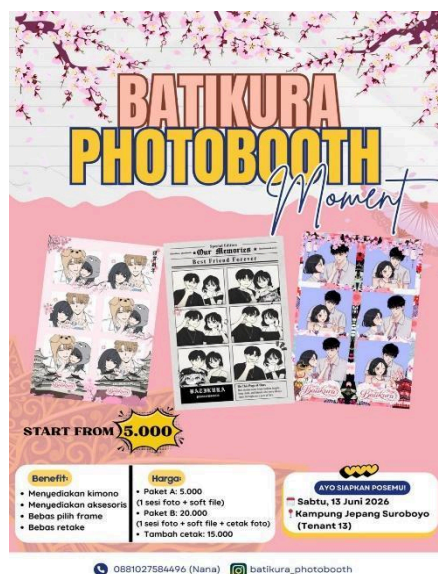
Gambar 1. Pengunjung BATIKURA



Tabel 1. data pengunjung

Waktu	Pengunjung datang	Jumlah transaksi	Keterangan
17.00 – 18.00	30	30	Pembukaan event
19.00 – 20.00	50	50	Sangat Ramai
20.00 – 21.30	10	10	Lumayan Ramai

Gambar 2. Layanan dan Harga BATIKURA



Tabel 2. Layanan dan Harga BATIKURA

HARGA	BENEFIT	PEMINAT
Paket A= 5.000 Rp	(1 sesi foto + soft file)	5
Paket B= 20.000 Rp	(1 sesi foto + soft file + cetak foto)	35
Tambah cetak= 15.000 Rp		50

Gambar 3. Hasil Evaluasi kegiatan BATIKURA



Tabel 3. Hasil Evaluasi

Berdasarkan observasi tim dan respons pengunjung selama kegiatan

Aspek Evaluasi	Indikator	Hasil	Keterangan
Konsep Culture Blend	Ketertarikan pengunjung	Sangat baik	Banyak pengunjung bertanya tentang konsep batik + Jepang
Kualitas Layanan	Kecepatan & kenyamanan	Baik	Rata-rata waktu pelayanan 5-7 menit per sesi
Teknologi Fotografi	Kualitas hasil foto	Baik	iPad + lighting menghasilkan foto cerah dan tajam
Promosi Media Sosial	Konten yang dibagikan	Cukup baik	Sebagian pengunjung langsung upload ke Instagram/TikTok

Aspek Evaluasi	Indikator	Hasil	Keterangan
Persaingan Usaha	Daya saing di lokasi	Cukup	Ada 2 photobooth lain; BATIKURA unggul dari sisi konsep unik
Manajemen Antrian	Pengelolaan kepadatan	Cukup baik	Sempat menumpuk saat puncak; diatasi dengan pembagian tugas
Nilai Edukasi Budaya	Pengenalan budaya Nusantara	Sangat baik	Pengunjung antusias mencoba kostum haori bermotif batik

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui implementasi BATIKURA (Batik & Sakura) berhasil dilaksanakan sebagai bentuk inovasi layanan kreatif yang memadukan unsur budaya Nusantara dan Jepang dalam konsep *culture blend*. Program ini mampu memberikan pengalaman berfoto yang menarik sekaligus menjadi media pengenalan budaya kepada masyarakat, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan teknologi fotografi digital yang dipadukan dengan konsep budaya mampu menarik partisipasi masyarakat dan menciptakan pengalaman yang berbeda dibandingkan layanan photobooth pada umumnya. Kehadiran box photobooth bertema batik dan ornamen Jepang, serta penggunaan berbagai properti budaya, menjadi daya tarik utama yang mendukung keberhasilan program.

Selain memberikan manfaat bagi masyarakat dalam bentuk layanan dokumentasi yang kreatif dan edukatif, kegiatan ini juga menjadi sarana pengembangan keterampilan mahasiswa dalam bidang komunikasi, kreativitas, pelayanan, dan kewirausahaan. Dengan demikian, BATIKURA tidak hanya berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan budaya dan teknologi, tetapi juga mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

Ke depan, program BATIKURA berpotensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan melalui kolaborasi dengan komunitas budaya, institusi pendidikan, maupun penyelenggara berbagai event kreatif. Pengembangan tema budaya yang lebih beragam serta pemanfaatan teknologi yang lebih inovatif diharapkan dapat memperluas manfaat program dan meningkatkan apresiasi masyarakat terhadap budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Putri, A. S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Kebudayaan Lokal bagi Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Kreatif*, 9(2), 115-124.
- Hasanah, N., & Wahyudi, T. (2023). Industri Kreatif dan Tren Bisnis Thematic Photobooth sebagai Media Aktualisasi Diri Remaja Urban. *Jurnal Ekonomi Kontemporer*, 5(1), 45-56.

Kusuma, W. A., & Santoso, B. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menggabungkan

Unsur Budaya Populer Jepang dan Tradisional Indonesia pada Event Komunitas. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media*, 6(3), 201-215.

Sari, D. P., & Utami, M. (2020). Akulturasi Budaya dalam Busana Modern: Penggabungan Motif Batik Nusantara dengan Estetika Pakaian Jepang (Haori dan Yukata). *Jurnal Desain dan Mode*, 14(1), 33-42.

Wibowo, A., & Lestari, S. (2024). Melestarikan Batik di Kalangan Generasi Muda Melalui Pendekatan Visual Modern dan Pengalaman Interaktif. *Jurnal Kajian Budaya Nusantara*, 11(1), 12-25.