

## **Teknik Foto Produk Menggunakan Kamera Handphone Bagi Pelaku UMKM Kabupaten Demak Klaster Olahan Bandeng**

**<sup>1</sup>\*Eka Ardhianto<sup>1\*</sup>, <sup>2</sup>Fitika Andraini, <sup>3</sup>Hari Murti, <sup>4</sup>Widiyanto Tri Handoko, <sup>5</sup>Endang Lestarininginh, <sup>6</sup>Felix Andreas Sutanto**

<sup>1,4,5,6</sup>Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Industri, Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum dan Bahasa, Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Industri, Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia

*\*Corresponding Author: [ekaardhianto@edu.unisbank.ac.id](mailto:ekaardhianto@edu.unisbank.ac.id)*

### **ABSTRAK**

*Pelaku usaha Mikro kecil dan Menengah (UMKM) berperan besar dalam menggerakkan proses perekonomian masyarakat. Melihat perkembangan teknologi saat ini, pelaku UMKM di tuntut untuk berpikir strategis dalam melangkah. Dalam hal pemasaran pelaku UMKM di hadapkan pada kemajuan teknologi dan hadirnya media sosial. Modal utama untuk melakukan pemasaran di media sosial adalah foto produk. Sebagai mitra adalah pelaku UMKM klaster olahan makanan ikan bandeng di Kecamatan Sayung Kabupaten Demak. Bagi mitra, foto produk yang mereka sajikan dalam media sosial dinilai masih kurang. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah melakukan penyampaian materi teknik foto produk bagi pelaku UMKM klaster olahan makanan ikan bandeng Kecamatan Sayung Kabupaten Demak. Teknis pelaksanaan dilakukan menggunakan pendekatan ceramah, tanya jawab, dan simulasi. Sebagai evaluasi, diberikan soal tertulis kepada mitra. Hasil yang diperoleh adalah mitra memiliki pemahaman tentang teknik fotografi produk yang lebih baik. Dengan demikian, diharapkan produk mitra mempunya daya saing visual yang baik dan berimbang pada peningkatan pendapatan.*

**Kata kunci:** fotoproduk, studio kardus, smartphone, snapseed.

### **ABSTRACT**

*Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a major role in driving the community's economic process. Seeing current technological developments, MSME players are required to think about strategies in moving forward. In terms of marketing, MSMEs are faced with technological advances and the presence of social media. The main capital for marketing on social media is product photos. As partners are actors in the milkfish food MSME cluster in Sayung District, Demak Regency. For partners, the product photos they present on social media are considered insufficient. The aim of this community service activity is to deliver material on product photography techniques for MSMEs in the milkfish food cluster, Sayung District, Demak Regency. The technical implementation is carried out using a lecture, question and answer and simulation approach. As an evaluation, written questions are given to partners. The result obtained is that partners have a better understanding of product photography techniques. In this way, it is hoped that partner products will have good visual competitiveness and have an impact on increasing revenue.*

**Keywords:** photoproducts, cardboard studio, smartphone, snapseed.

### **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran besar dalam perputaran roda perekonomian di masyarakat. Saat ini, pelaku UMKM di tuntut untuk mengikuti perkembangan teknologi global, seperti hadirnya internet, website dan media sosial. Dengan demikian, para pelaku UMKM dihadapkan dengan tantangan kreatifitas dalam menyusun strategi pemasaran produk dalam menghadapi ketatnya persaingan pasar (Rohmah & Setyowati, 2022). Bagi UMKM, strategi pemasaran menjadi penting karena dianggap sebagai jantung pendapatan, lebih lagi sumber daya keuangan pelaku UMKM yang juga terbatas (Agustin et al., 2022). Penggunaan media sosial dan aplikasi komunitas seperti whatsapp dipandang sebagai salah satu media pemasaran bagi

UMKM. Hal ini disebabkan bahwa masyarakat sekarang sudah banyak terkoneksi internet dan menggunakan media sosial dan aplikasi komunitas. Dengan demikian, strategi pemasaran menggunakan media online dirasa memberikan peluang bagi UMKM untuk memasarkan produknya secara lebih meluas dan modern (Ratnaningtyas, 2022).

Sarana penting dalam melakukan pemasaran melalui media online adalah adanya foto produk. Fotografi produk yang menarik konsumen menjadi garda terdepan dalam pemasaran produk di era digital. Mengapa fotografi produk begitu penting?, Albert Einstein pernah berkata, "Sebuah gambar bisa berarti banyak hal". Kesimpulan dari kutipan ini adalah bahwa sebuah gambar, dalam hal ini foto, dapat menyampaikan banyak hal. Dengan kata lain, foto yang menarik dan sesuai dengan karakteristik produk dan konsumen dapat menarik minat konsumen dan calon konsumen yang ingin menyasar UMKM (Saptiyono et al., 2021).

Gambar fotografi produk merupakan salah satu faktor yang menentukan efektivitas komunikasi visual dalam periklanan dan mempengaruhi keberhasilan peluncuran dan penjualan produk dan layanan UMKM. Foto produk tidak hanya harus menggambarkan produk Anda dengan jelas, tetapi juga berfungsi sebagai pesan visual dan citra merek (Nurlaily et al., 2021). Dengan kata lain, foto produk harus mampu menyampaikan gambaran produk tersebut. Fotografi produk adalah fotografi still life, yaitu fotografi yang menyertakan benda mati. Sekalipun berupa benda mati, tidak mudah untuk mengambil gambar untuk mendapatkan gambar yang bagus. Menciptakan still life dan fotografi produk tidak hanya sekedar merepresentasikan objek dalam gambar dua dimensi, namun juga memerlukan konsep-konsep yang berkaitan dengan tujuan artistik dan teknik fotografi yang baik, seperti sudut pengambilan gambar, pencahayaan, dan penempatan objek hasil foto.

Fotografi produk merupakan salah satu bentuk visual branding. Visual branding adalah berbagai elemen visual yang digunakan oleh merek korporat untuk memperkuat kepribadian dan identitas perusahaan, antara lain: Bentuk logo, warna logo, font, slogan, warna tema merek, komposisi desain, dan elemen visual lainnya (Miranti & Majid, 2022). Branding sendiri merupakan bagian dari upaya pemasaran, upaya memasarkan suatu merek. Branding dimulai dengan penamaan (identifikasi merek) dan meluas ke aktivitas membangun merek seperti pembuatan logo merek dan merek dagang, positioning, pengenalan, pemeliharaan, dan aktivasi (Nurlaily et al., 2021). Oleh karena itu, branding biasanya merupakan kegiatan investasi yang cukup mahal. Di sisi lain, UMKM lokal memiliki sumber daya yang terbatas dan tidak dapat memanfaatkan jasa fotografer profesional untuk memvisualisasikan produk dan layanannya.

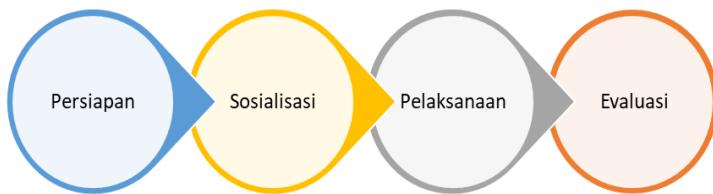
Bagi para UMKM yang menghadapi risiko saat memasuki pasar online, mengambil foto produk dengan smartphone bisa menjadi solusinya. Smartphone merupakan alat komunikasi yang saat ini sudah umum digunakan termasuk para pelaku UMKM (Ardhianto et al., 2023). Perangkat smartphoe kini memiliki kamera dan aplikasi edit foto yang sangat cocok untuk menciptakan visual branding. Meski sederhana, Anda bisa mengambil foto layaknya hasil karya fotografer profesional dengan kualitas kamera smartphone.

Mitra dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pelaku UMKM klister olahan makanan ikan Bandeng di Kecamatan Sayung Kabupaten Demak. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah foto produk yang digunakan saat ini adalah foto yang dinilai seadanya, dan mitra belum memiliki pengalaman membuat foto produk yang sesuai sebagai media pemasaran di media online. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk mengajarkan teknik fotografi produk kepada mitra menggunakan perangkat smartphone. Harapan hasil yang diperoleh adalah bahwa pelaku UMKM memiliki ketrampilan yang cukup untuk membuat foto produknya sendiri dan cakap ditampilkan di media sosial sehingga berimbas pada minat calon konsumen untuk melakukan transaksi.

## METODE

Pendekatan pelatihan digunakan dalam pelaksanaan upaya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Pelatihan yang dimaksud adalah pembuatan studio mini dari kardus bekas dan bahan sederhana. Metode pengabdian dilakukan dengan ceramah, tanya jawab, dan simulasi (Hermawan et al., 2021). Pelatihan berlangsung dalam bentuk pengenalan studio mini sederhana dan fotografi produk.

Metode ceramah digunakan sebagai pendekatan untuk memberikan materi pengetahuan teknik fotografi produk. Metode tanya jawab dilakukan karena dengan metode ini akan terdapat interaksi antara pemateri dengan mitra atas pemahaman materi yang disampaikan. Simulasi dilakukan sebagai bagian dari praktek fotografi produk.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan.

Tahapan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dalam beberapa fase, yaitu: Persiapan, Sosialisasi, Pelaksanaan, dan Evaluasi. Tahap persiapan, pada tahap ini tim melakukan observasi ke lapangan. Pada fase ini tim pengabdian melakukan identifikasi masalah yang dihadapi mitra. Tahap sosialisasi, tim pengabdian berkoordinasi dengan koordinator pelaku usaha untuk menentukan waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan pelatihan, dan memastikan kesediaan peserta. Tahap pelatihan mencakup memberikan pelatihan membuat studio mini sederhana berbahan kardus bekas dan teknik fotografi produk. Tahap evaluasi adalah dilakukan penilaian terhadap pemahaman mitra atas materi yang diterima.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan teknik pelatihan dalam bentuk ceramah, tanya jawab dan simulasi. Pada kegiatan awal dilakukan kegiatan ceramah. Sebagai pemateri adalah Tim Pengabdian Kepada Masyarakat, dan sebagai peserta adalah pelaku UMKM klaster olahan Ikan Bandeng dari Kecamatan Sayung Kabupaten Demak. Materi yang disampaikan adalah 1) pengenalan bahan pembuat studio mini sederhana dari kardus bekas, 2) teknik penataan produk sebelum melakukan foto produk, 3) pengenalan teknik memfoto produk menggunakan smartphone, dan melakukan editing gambar menggunakan aplikasi snapseed.



Gambar 2. Tahapan Ceramah Materi.

Kegiatan tanya jawab diisi dengan menampung respon dari peserta atas penyampaian materi yang kurang dimengerti. Kegiatan tanya jawab dilakukan secara bergantian antara mitra dengan pemateri. Dengan demikian mitra dapat memahami materi secara baik, sehingga mitra memiliki kemampuan dalam teknik fotografi produk masing-masing.



Gambar 3. Produk Mitra UMKM.

Kegiatan simulasi dilakukan dengan mengajak mitra praktik mengambil foto produk. Setiap mitra mempraktikkan teknik pengambilan foto produk dengan dipandu oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat. Kegiatan editing foto produk dilakukan menggunakan aplikasi snapseed. Mitra diajarkan teknik editing foto produk supaya foto memiliki tampilan yang lebih baik dibanding foto asli sebelum dipasang sebagai foto media pemasaran di media sosial.



Gambar 4. Tahapan Simulasi Pengambilan Foto Produk.

Gambar 5 memperlihatkan foto produk milik peserta sebelum dilakukan pelatihan. Foto yang dimiliki peserta terlihat seperti foto seadanya. Hal ini di sebabkan peserta belum memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang foto produk. Foto yang dimiliki peserta masih jauh dari kelayakan sebuah foto produk yang hanya berfokus pada produk yang dijual, serta pemerhatian pada masalah pencahayaan terhadap objek masih belum diperhatikan.



Gambar 5. Foto Produk Mitra sebelum Pelatihan.



Gambar 6. Foto Produk Mitra setelah Pelatihan.

Kegiatan pelatihan foto produk bagi peserta memberikan dampak yang lebih baik terhadap kualitas foto yang dimiliki para pelaku UMKM klaster olahan Ikan Bandeng. Hal ini terlihat dari hasil foto yang peserta miliki, terlihat pada gambar 6. Foto produk peserta terlihat lebih baik dengan memperhatikan aspek penataan (*layout*), aspek komposisi, aspek pencahayaan, dan aspek estetika lainnya yang mendukung penampilan foto produk. Dengan demikian foto yang dihasilkan akan menjadi lebih menarik bagi calon konsumen dan lebih pantas untuk dijadikan sebagai bahan promosi.

### Evaluasi

Evaluasi dilakukan pada akhir kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Hal ini dilakukan untuk melihat pemahaman mitra atas materi yang disampaikan. Kegiatan evaluasi ini dilaksanakan dengan memberikan bentuk soal tertulis kepada peserta.

Berdasarkan pertanyaan yang diberikan kepada mitra, hasil yang diperoleh adalah bahwa mitra memiliki pemahaman yang baik atas materi yang disampaikan. 4 pertanyaan dijawab dengan benar 100% oleh peserta, sedangkan 2 pertanyaan dijawab benar 96% dan 93% oleh mitra. Mitra yang menjawab salah sebesar 4% dan 7%. Hal ini memperlihatkan bahwa mitra telah memahami atas materi yang disampaikan. Tabel 1 memperlihatkan prosentase jawaban mitra atas evaluasi yang dilakukan.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kegiatan.

No	Pertanyaan	Penilaian
1	Sebutkan bahan-bahan utama untuk membuat studio mini sederhana sebagai sarana foto produk	Benar (100%), Salah (0%)
2	Sebutkan 2 (dua) hal yang dilarang dalam melakukan foto produk	Benar (100%), Salah (0%)
3	Sebutkan nama aplikasi pengolah gambar yang dapat digunakan sebagai alat bantu editing foto produk	Benar (100%), Salah (0%)
4	Sebutkan teknik pencahayaan yang digunakan untuk melakukan pengambilan foto produk	Benar (96%), Salah (4%)
5	Terangkan fungsi produk pendamping dalam melakukan foto produk	Benar (93%), Salah (7%)
6	Berapa sudut yang paling sesuai untuk kamera handphone dalam mengambil foto produk	Benar (100%), Salah (0%)

## KESIMPULAN

Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa: Foto produk adalah bagian penting bagi pelaku UMKM melakukan pemasaran produknya. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memberikan dampak positif bagi mitra dalam melakukan pengambilan foto produk. Kegiatan yang dilakukan berupa cermah, tanya jawab, dan simulasi memberikan pemahaman yang baik bagi mitra atas materi yang disampaikan. Dengan demikian mitra telah memiliki kemampuan dalam melakukan teknik pengambilan foto produk sebagai media pemasaran melalui media online.

Sebagai saran adalah bahwa pendampingan lebih lanjut masih diperlukan dalam bentuk komunikasi aktif untuk menanggapi kesulitan mitra dalam melakukan pengambilan foto produk. Bentuk pendampingan yang mungkin dapat dilakukan adalah membuat grup komunikasi melalui aplikasi komunitas antara tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat dengan mitra.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D., Rushadiyati, R., Asim, A., Ahmadun, A., & Nurminingsih, N. (2022). Pelatihan Membuat Foto Produk dengan Kamera Smart-Phone Bagi Usaha Mikro Kecil di Kelurahan Cilangkap, Jakarta Timur. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)*, 6(1), 39–44.
- Ardhianto, E., Handoko, W. T., Lestariningsih, E., Murti, H., Redjeki, R. S., Wismarini, T. D., Supriyanto, E., Soelistijadi, R., Wahyudi, E. N., & Andraini, F. (2023). Editing Foto Promosi Produk Menggunakan Smartphone bagi Pelaku Usaha UMKM Kota Semarang. *Duta Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 22–28.
- Hermawan, E., Kurnia, M. D., & Senja, N. (2021). PEMBERDAYAAN PELAKU USAHA IKAN ASIN MELALUI PEMBUATAN MINI STUDIO DAN PELATIHAN FOTO PRODUK. *AL KHIDMAT : JURNAL ILMIAH PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 4(2), 79–85.
- Miranti, A., & Majid, M. R. N. (2022). PELATIHAN FOTOGRAFI PRODUK PADA KELOMPOK MASYARAKAT DESA REMPOAH, KABUPATEN BANYUMAS. *Jurnal Abdimas Musi Charitas (JAMC)*, 6(1), 1–6.
- Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). PELATIHAN TEKNIK FOTO PRODUK MENGGUNAKAN SMARTPHONE UNTUK MENINGKATKAN VISUAL BRANDING USAHA RINTISAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347–357.

- Ratnaningtyas, P. (2022). Pelatihan Foto Produk bagi Aswan Snack. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 497–506.
- Rohmah, A. N., & Setyowati, R. (2022). Peningkatan Promosi Melalui Fotografi Produk Dengan Smartphone Pada Bukuan Fried Chicken (BFC). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(3), 75–82.
- Saptiyono, A., Watie, E. D. S., & Febriana, K. A. (2021). Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari. *Journal ABDIMAS TEMATIK*, 3(1), 6–10.