

Editing Foto Promosi Produk Menggunakan Smartphone bagi Pelaku Usaha UMKM Kota Semarang

¹Eka Ardhiyanto*, ²Widiyanto Tri Handoko, ³Endang Lestariningsih, ⁴Hari Murti,
⁵Rara Sriartati Redjeki, ⁶Theresia Dwiati Wismarini, ⁷Edy Supriyanto,
⁸R. Soelistijadi, ⁹Eko Nur Wahyudi, ¹⁰Fitika Andraini

^{1,2,3}Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi dan Industri, Universitas Stikubank,
Semarang, Indonesia

^{4,5,6,7,8}Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Industri, Universitas Stikubank,
Semarang, Indonesia

⁹Manajemen Informatika, Fakultas Vokasi, Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia

¹⁰Ilmu Hukum, Fakultas Hukum dan Bahasa, Universitas Stikubank, Semarang, Indonesia

*Corresponding Author: ekaardhiyanto@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki posisi strategis dalam pergerakan perekonomian masyarakat. Selama pandemi covid-19, para pelaku usaha terdampak dalam penurunan omset penjualan. Salah satu upaya bertahan bagi para pelaku usaha ialah dengan melakukan promosi secara online melalui media sosial. Oleh karena itu foto produk memegang peran utama dalam bentuk komunikasi visual kepada calon konsumen. Permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha adalah bentuk konten foto yang disuguhkan melalui media sosial dinilai belum sesuai kriteria pantas sebagai foto produk di media sosial. Dengan memberikan pelatihan dalam bentuk demonstrasi dan praktik, para pelaku usaha mampu membuat foto produk yang informatif dan layak untuk digunakan sebagai media promosi pada media sosial. Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah penyampaian materi, diskusi dan praktik, evaluasi. Hasil yang diperoleh ialah perbaikan kualitas foto produk pada media promosi, serta kecukupan dan kepuasan pelaku usaha dengan solusi penggunaan foto produk sebagai media komunikasi promosi kepada calon konsumen melalui media sosial. Dengan demikian foto produk yang sesuai dengan kriteria akan mempengaruhi daya tarik calon konsumen sehingga akan berdampak pada meningkatnya omset pada pelaku usaha UMKM.

Kata kunci: foto produk, snapseed, promosi

Abstract

The Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector has a strategic position in the movement of the people's economy. During the Covid-19 pandemic, businesspeople were affected by the management of sales turnover. One way to survive for business actors is to promote online through social media. Therefore, product photos play a major role in the form of visual communication to potential customers. The problem faced by business actors is that the form of photo content presented through social media is considered not to meet the appropriate criteria as product photos on social media. By providing training in the form of demonstrations and practices, businesspeople are able to make product photos that are informative and suitable for use as promotional media on social media. The implementation method used is material delivery, discussion and practice, evaluation. The results obtained are improving the quality of product photos on promotional media, as well as the adequacy and satisfaction of business actors with solutions to using product photos as a promotional communication medium to potential consumers through social media. Thus product photos that match the criteria will affect the attractiveness of potential customers so that it will have an impact on increasing turnover for MSME business actors.

Keywords: *photo product, Snapseed, promotions*

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi strategis dalam pergerakan perekonomian secara umum. UMKM menjadi kelompok usaha yang paling besar di Indonesia dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 60% (Nugraheny et al., 2022). Dengan adanya pandemic covid-19, kelesuan pergerakan UMKM turut berdampak pada perekonomian dalam masyarakat (Sidhartani et al., 2020). Covid-19 telah membuat penurunan persentase pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 sebesar 0,1%. Hal menyebabkan penurunan aktivitas jual beli dan penurunan omset (Yudhistira, 2022). Dengan kondisi dan situasi atas pandemi yang melanda, pelaku UMKM tetap perlu bertahan untuk kelangsungan hidup dalam masyarakat. Salah satu cara UMKM bertahan dalam masa pandemik adalah dengan mengoptimalkan perkembangan teknologi melalui penggunaan sistem perdagangan elektronik, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang dapat menjangkau konsumen melalui daring (Sidhartani et al., 2020). Melihat pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta orang. Dengan demikian, internet telah dapat diakses oleh lebih dari 50% penduduk dengan durasi rata-rata akses internet per hari selama lebih kurang 9 jam (Ferina Nurlaily et al., 2021). Maka pemanfaatan internet yang luas, cepat dan murah dapat menjadi salah satu alternatif pilihan media promosi online.

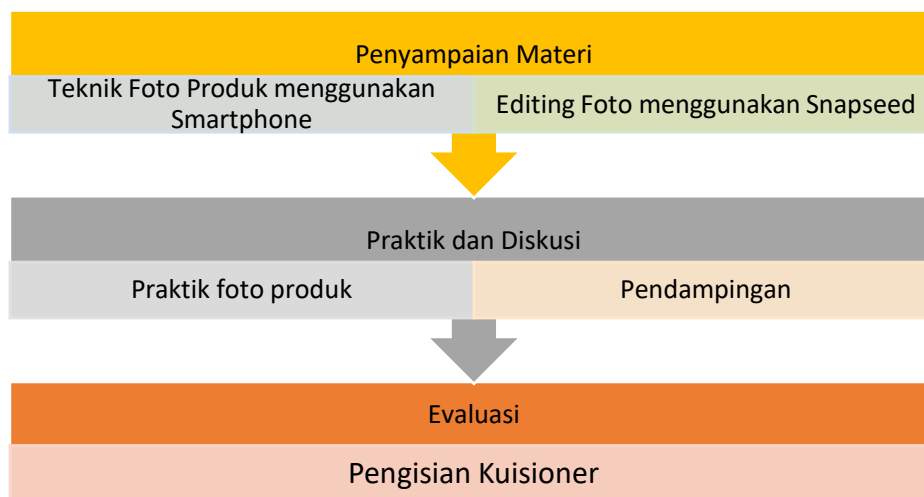
Dalam pelaksanaan promosi melalui media online, pelaku UMKM perlu mempersiapkan sarana dan prasarana promosi yang dapat membuat daya tarik visual produk kepada calon konsumen. Dengan demikian dibutuhkan konten dan visualisasi menarik. Salah satunya melalui foto produk. Foto produk merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan efektifitas komunikasi visual dalam promosi dan mempengaruhi keberhasilan UMKM dalam mengenalkan dan menjual produk atau layanan mereka (Ferina Nurlaily et al., 2021). Pembuatan foto produk perlu memperhatikan beberapa aspek yakni: produk harus jelas digambarkan, identitas kepemilikan, komunikasi yang mudah dan branding bagi pelaku UMKM sendiri. Foto produk dengan smartphone dapat menjadi solusi bagi UMKM. Smartphone saat ini sudah dilengkapi dengan kamera dan aplikasi edit foto yang sangat memadai untuk membuat foto produk.

Salah satu aplikasi yang dapat dimanfaatkan untuk membuat foto produk ialah snapseed. Snapseed sering kali digunakan untuk kebutuhan komersial seperti keperluan promosi produk ataupun untuk keperluan eksistensi di media sosial. aplikasi editing foto seperti snapseed dapat digunakan untuk optimalisasi promosi digital bagi masyarakat (Permata Hapsari et al., 2021). Dengan demikian perlu adanya penulisan pengetahuan kepada pelaku UMKM dalam membuat foto produk menggunakan perangkat smartphone dan aplikasi snapseed untuk perluasan pasar melalui promosi online dengan menggunakan foto produk.

METODE

Metode pelaksanaan yang akan dilakukan adalah dengan Metode Demonstrasi dan Praktik yaitu suatu demonstrasi menunjukkan dan merencanakan bagaimana suatu pekerjaan atau bagaimana sesuatu itu dikerjakan. Metode ini melibatkan penguraian dan memeragakan sesuatu melalui contoh-contoh. Metode ini sangat efektif, karena lebih mudah menunjukkan kepada peserta cara mengerjakan suatu tugas, karena dikombinasikan dengan alat bantu belajar seperti gambar-gambar, teks materi, ceramah, diskusi. Selain itu pelaku UMKM melakukan praktik langsung dalam

pengambilan foto dan pengeditan menggunakan snapseed. Rangkaian pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Rangkaian pelaksanaan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini membahas pelaksanaan dan hasil pengabdian kepada masyarakat. Terdapat tiga kegiatan yang dilakukan yaitu: Penyampaian materi, Praktik dan diskusi, Evaluasi yang akan dibahas pada bagian berikut.

Penyampaian Materi

Pelaksanaan penyampaian materi dilakukan dengan cara klasikal. Pelaksanaan ini dilakukan dengan memperhatikan protokol keamanan pandemic covid-19. Materi yang disampaikan pada kegiatan ini ialah tentang penggunaan kamera smartphone dan melakukan editing foto dengan snapseed. Untuk mempercepat pemahaman materi oleh pelaku UMKM, telah disediakan modul sebagai bahan panduan praktik, sehingga peserta dapat melakukan pengambilan foto produk secara mandiri setelah kegiatan. Durasi waktu dalam penyampaian materi ialah 60 menit.



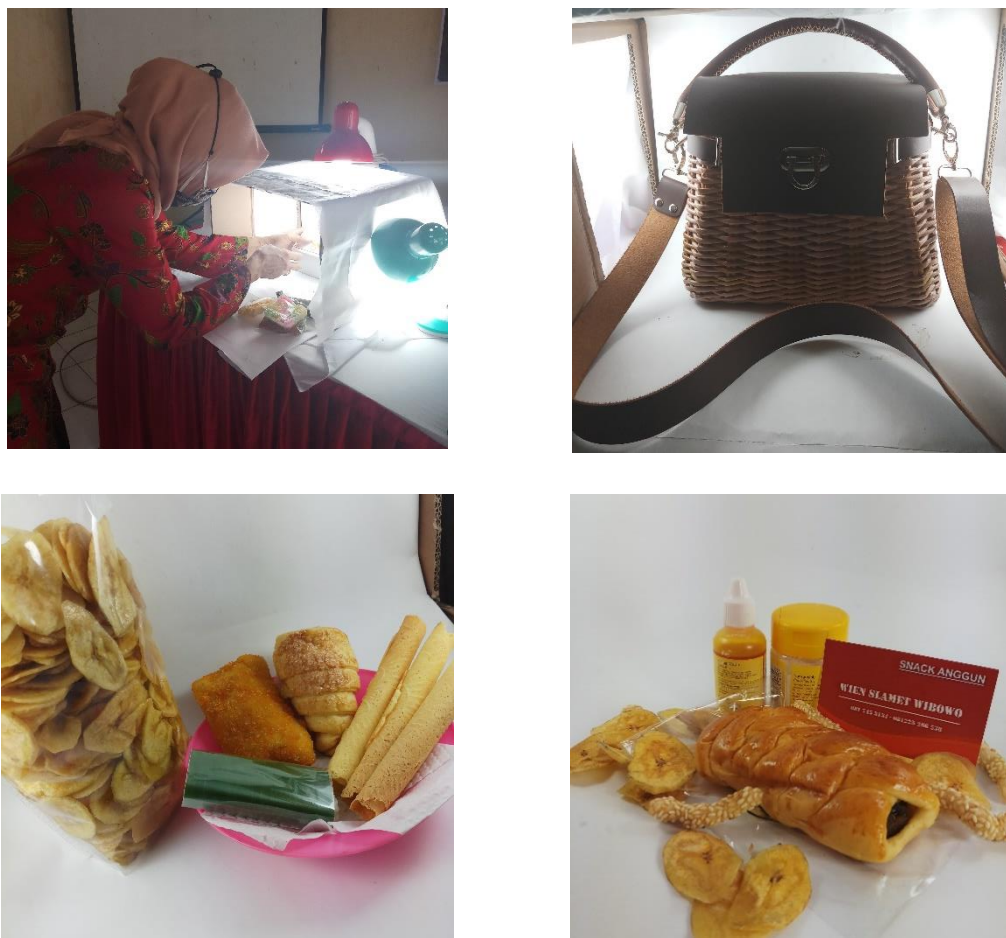


Gambar 2. Penyampaian Materi

Praktik dan Diskusi

Kegiatan praktik dilakukan oleh peserta secara langsung mengambil foto produk menggunakan perangkat kamera smartphone. Dalam pelaksanaan setiap peserta melakukan pengambilan dengan produknya masing masing. Hal ini dilakukan supaya peserta memiliki prespektif visual produk yang akan dikenalkan pada pasarnya masing masing melalui media sosial dan perangkat komunikasi lainnya yang menggunakan jaringan internet. Dalam kegiatan diskusi, peserta melakukan diskusi secara langsung dengan tim pengabdian masyarakat. Hal ini dilakukan untuk memperdalam pemahaman penggunaan aplikasi snapseed sebagai editor foto produk.





Gambar 3. Kegiatan Praktik Diskusi dan Hasil Foto Produk

Evaluasi

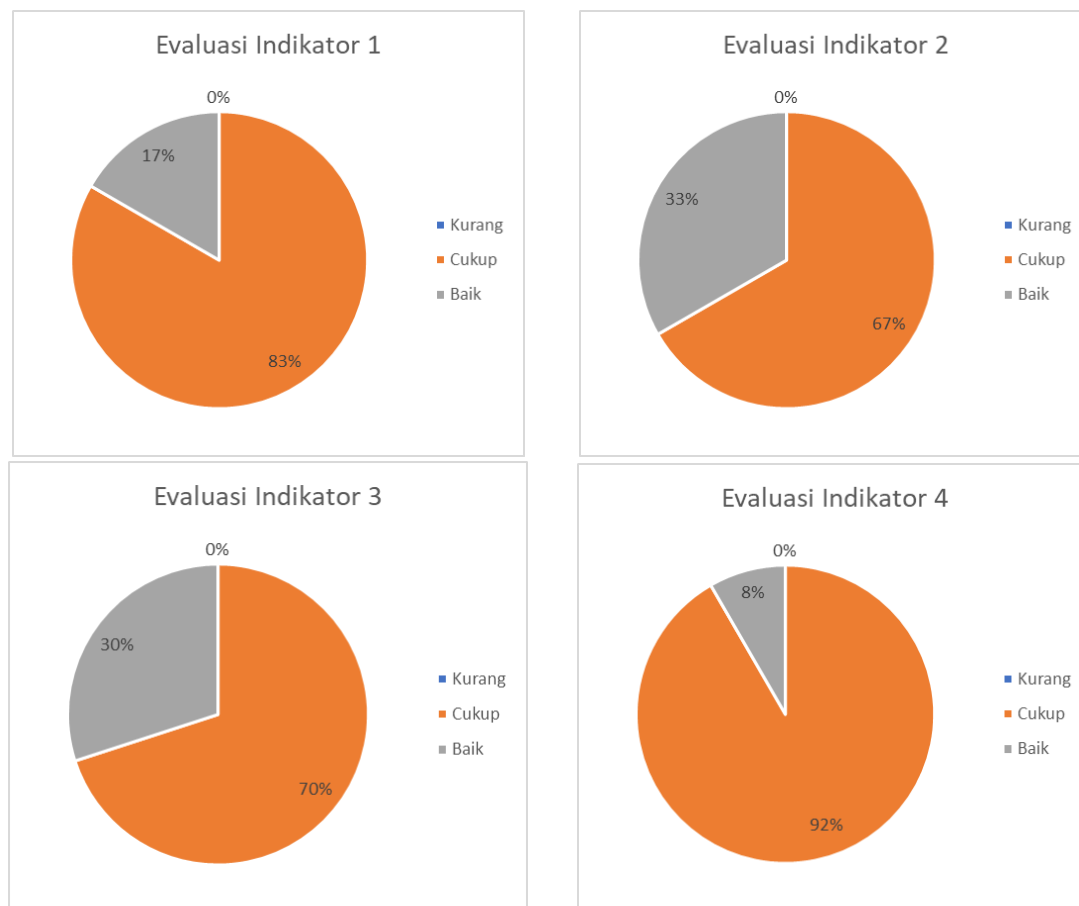
Evaluasi kegiatan memiliki tujuan untuk mengetahui pemahaman penguasaan materi oleh para peserta. Kegiatan evaluasi ini dilakukan dengan cara memberikan bentuk latihan pada setiap materi dan evaluasi akhir dalam bentuk kuis yang berisi tentang pemahaman materi. Tabel 1 menunjukkan indikator evaluasi kegiatan.

Tabel 1. Indikator Evaluasi

No	Indikator Evaluasi	Penilaian
1	Peserta memahami komunikasi antara pemateri dengan peserta	Kurang / Cukup / baik
2	Peserta memahami Teknik foto produk menggunakan smartphone	Kurang / Cukup / baik
3	Peserta memahami Teknik editing foto menggunakan Snapseed	Kurang / Cukup / baik
4	Peserta mampu melakukan praktik Teknik foto produk dan edit foto dengan Snapseed	Kurang / Cukup / baik

Gambar 4 memvisualisasikan hasil evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat. Secara umum peserta cukup dapat menerima materi yang diberikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat. Dengan 83 % peserta dapat menerima bentuk komunikasi yang

dilakukan, 67 % peserta mampu menguasai penggunaan kamera smartphone untuk pengambilan foto produk, 70% peserta memahami penggunaan Snapseed untuk melakukan editing foto dan 92 % peserta mampu dengan baik melakukan praktik pengambilan foto dan penggunaan Snapseed.



Gambar 4. Evaluasi Kegiatan

KESIMPULAN

Dari kegiatan yang dilakukan, dapat ditarik simpulan dan saran sebagai berikut:

Simpulan

Foto produk merupakan sarana penting untuk promosi secara online. Pemberian pengetahuan dalam bentuk praktik, diskusi dan pendampingan dalam pengambilan foto produk menggunakan smartphone dan editing foto dengan aplikasi Snapseed mampu menambah khasanah pengetahuan pelaku UMKM untuk memperluas pasar melalui media sosial menggunakan foto produk. Hasil evaluasi memperlihatkan pemahaman materi yang cukup atas materi yang disampaikan. Dengan demikian pembuatan foto produk dengan kamera smartpone dan aplikasi Snapseed memberikan manfaat bagi pelaku UMKM.

Saran

Sebagai saran dalam pengembangan lebih lanjut maka diperlukan evaluasi dan penyegaran pada kemampuan para peserta perlu terus ditingkatkan dengan adanya fasilitas pelatihan yang dilakukan rutin. Peserta perlu diberikan pendampingan lebih lanjut untuk mendukung penguasaan penggunaan aplikasi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, A. (2022). Aktif dan Kreatif Dalam Pemanfaatan Gadget Sebagai Sarana Pemasaran Dunia Virtual, *Jurnal Ilmu Manajemen Retail (JIMAT) Universitas Muhammadiyah Sukabumi*, 3(2), 19-24.
- Ferina Nurlaily, O., Asmoro, S., & Aini, K. (2021). PELATIHAN TEKNIK FOTO PRODUK MENGGUNAKAN SMARTPHONE UNTUK MENINGKATKAN VISUAL BRANDING USAHA RINTISAN. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3). <https://www.liputan6.com/>,
- Hapsari, I., P, Hetami, F., Luthfia, K., H., Hapsari, C., T., Setyarini, S., Maysarah, F., S., Pramukti, D., C., & Putri, B., P.. (2021). Pemberdayaan Remaja Panti Asuhan Yatim Purti Siti Khadijah Melalui Pelatihan Konten Dakwah Berbahasa Inggris dengan Menggunakan Aplikasi Snapseed dan Canva. *Prosiding Seminar nasional UNIMUS*, 4, 2313 – 2325.
- Hasibuan, A. Z. & Asih, M. S. (2022). Pelatihan Pengenalan Aplikasi Editing Video Sebagai Sarana Dakwah Youtube bagi Pemuda/I Perumahan Pondok 6. *Japamas*, 1(2), 55-66,
- Irsyad, M. T., Wirawan, I. K. A. & Pramana, I. M. B. (2022). MENINGKATKAN KUALITAS KONTEN FOTOGRAFI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BUNGA BALI CRAFT, *Retina J. Fot.*, 2(2),153–162.
- Nugraheny, D., Pujiastuti, A., Sudaryanto, S., Wintolo, H., Agustian, H., Aryanto, S., Indrianingsih, Y., & Honggowibowo, A. S. (2022). Pendampingan dan pelatihan cara pengambilan foto produk UMKM untuk pemasaran di media sosial. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1017>
- Permata Hapsari, I., Hetami, F., Hanum Luthfia, K., Tri Hapsari, C., Safira Maysarah, F., Cikal Pramukti, D., & Priyanto Putri, B. (2021). Pemberdayaan Remaja Panti Asuhan Yatim Putri Siti Khadijah Melalui Pelatihan Konten Dakwah Berbahasa Inggris dengan Menggunakan Aplikasi Snapseed dan Canva. *Seminar Nasional Publikasi Hasil Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat UNIMUS*, 2313–2325.
- Salamudin, Meilantika, D., Hartati, S., Saputro, H., Riski, R., Tania, B., A Latif, Aji Satrio, B., & Maulana. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Dalam Promosi Potensi Pariwisata Pinggir Sungai Ogan Di Desa Ujan Mas Kab. Ogan Komering Ulu. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 261–266. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i1.3971>
- Sidhartani, S., Pratama, D., Raden, A. Z. M., & Qeis, M. I. (2020). Pelatihan Foto Produk UMKM Wayang Golek Sebagai Upaya Promosi Pasca Pandemi Covid-19. *Dharma Raflesia : Jurnal Ilmiah Pengembangan Dan Penerapan IPTEKS*, 18(2), 180–189. <https://doi.org/10.33369/dr.v18i2.13522>
- Widiandaru, T., Hendrati, I., M., & Utami, A., F. (2022). Pendampingan Pembuatan dan pengembangan Branding Pckaging untuk Bank Sampah Rukmi kelurahan Gunung Anayar Tambak. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(2), 1593-1597. <https://doi.org/10.58466/literasi.v2i2.592>
- Yudhistira, N. (2022). PELATIHAN FOTO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL TOKO DELAPAN BAKERY. *Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat*, 322–327.