

KETERAMPILAN FOTOGRAFI PRODUK DI KAMPUNG BATIK TEMATIK, DURENAN INDAH, SEMARANG

Kharisma Ayu Febriana¹, Fajriannoor Fanani², Yuliyanto Budi Setiawan³

¹Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang, kharisma@usm.ac.id

²Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang, fajrian@usm.ac.id

³Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang, yuli@usm.ac.id

Abstrak

Permasalahan yang dialami anggota UMKM di Kampung Batik Durenan Indah Semarang, kurang pahaman tentang bagaimana teknik fotografi produk yang menarik sehingga kemampuan fotografi untuk komunikasi pemasaran digital cukup rendah. Tujuan melakukan pengabdian ini mengajarkan ketrampilan fotografi produk. Metode pengabdian ini menggunakan partisipatif dengan langkah awal Pre test dilakukan untuk mengukur seberapa paham peserta tentang fotografi, selanjutnya penyampaian materi dilakukan oleh beberapa kepakaran dalam bidang fotografi, dan dilanjutkan diskusi. Setelah sesi diskusi, kegiatan selanjutnya adalah praktik oleh masing-masing kelompok didampingi tim pengabdian dalam fotografi produk. Dan terakhir post test. Hasilnya dari pengabdian ini anggota UMKM Kampung Batik Durenan Indah Semarang memiliki kemampuan fotografi produk, berupa pengetahuan dan ketrampilan, baik secara teoritis maupun praktis mengenai cara fotografi produk yang baik dan benar. Ketrampilan yang diperoleh dapat menjadi bekal para anggota UMKM Kampung Durenan Batik bisa memanfaatkan fotografi produk sebagai strategi komunikasi pemasaran.

Kata Kunci: batik tematik, fotografi, komunikasi

PENDAHULUAN

Permasalahan yang mitra kami hadapi saat ini di Kampung Batik Tematik, Durenan Indah, Semarang adalah minimnya pengetahuan dan ketrampilan UMKM Kampung batik dalam fotografi produk. Hal ini antara lain dikarenakan masih sangat terbatasnya kemampuan sumber daya manusia dalam teknik fotografi produk. Sehingga selama ini keterampilan Fotografi Produk di Kampung Batik Durenan Indah Semarang yang dilakukan belum maksimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan ketrampilan kepada UMKM Kampung Batik Tematik, Durenan Indah, Semarang, khususnya dalam pelatihan fotografi produk untuk dapat di upload di media sosial seperti twitter, instagram, web, dll sebagai media komunikasi pemasaran yang lebih optimal.

Kampung Batik Tematik di Durenan Indah merupakan salah satu tempat pengrajin batik di Kota Semarang. Usaha Pengrajin Batik ini didirikan oleh warga setempat yang bergerak di bidang kerajinan tangan dan menawarkan pelatihan serta menyediakan alat-alat membatik untuk para konsumen. Kampung Batik Tematik ini dikembangkan oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) dan sudah di sahkan oleh pemerintah Semarang sebagai kawasan wisata. Di kampung batik ini, para pengrajin batik membuka tokonya yang berada di rumah mereka masing-masing. Setiap pengrajin menjual motif batik yang berbeda beda, tetapi di kampung batik ini memiliki beberapa motif dan corak yang khas diperjualkan seperti lawang sewu, tugu muda, kuntul, asem, flora dan fauna.

Tidak hanya itu para pengrajin di kampung batik juga menyediakan kain batik hingga batik yang sudah jadi seperti kemeja, rok, sarimbit, dan dress. Salah satu cirikhas kampung batik menjadi ramai dikunjungi dengan adanya dinding bergambar. Area kampung batik ini menjadi spot foto para wisatawan dari luar kota maupun masyarakat Kota Semarang sendiri. Sehingga kampung batik menjadi daya tarik wisatawan ketika berada di Semarang. Responden dalam penelitian ini adalah 15 pengrajin di Kampung Batik Tematik Durenan Indah Semarang yang belum sepenuhnya memahami tentang fotografi produknya.

Fotografi produk adalah salah satu cara yang digunakan untuk berbagi foto di media sosial seperti instagram , web, tiktok, dan sebagainya. Para pelaku bisnis memilih menggunakan media sosial untuk mempromosikan foto produk mereka dengan alasan kemudahan menawarkan produk-produk mereka kepada calon konsumen. Maka secara tidak langsung penggunaan media soail sebagai sarana media komunikasi pemasaran termasuk kedalam ruang lingkup promosi pemasaran, dengan kemampuan fotografi produk dapat dengan mudah dalam memasarkan produknya ke media sosial yang lebih menarik sehingga dapat meningkatkan penjualan produk.

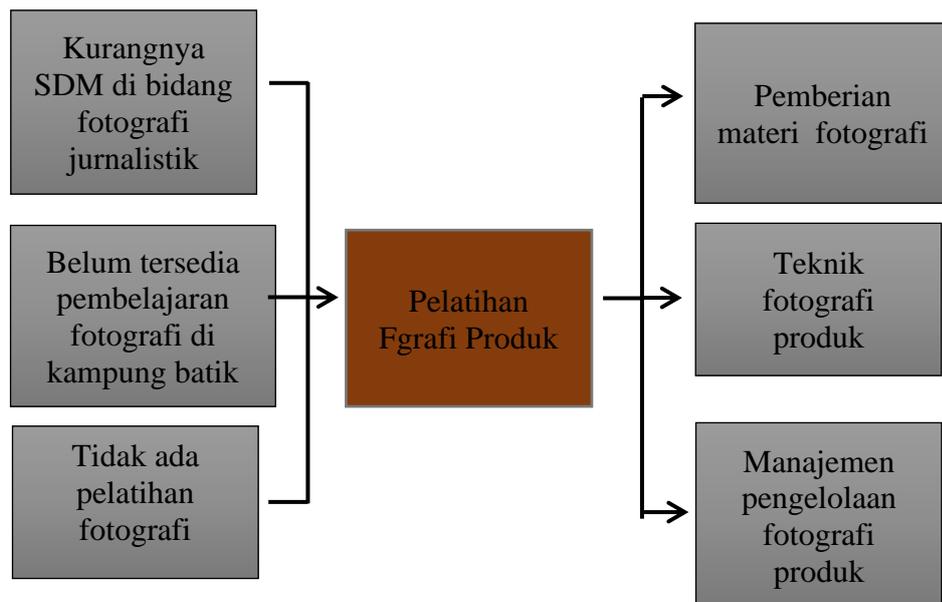
Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa fotografi produk sangat membantu pelaku usaha kecil. Dalam rangka meningkatkan penjualan mereka, pelaku usaha kecil di Kampung Batik Tematik, Durenan Indah, Semarang sebaiknya berusaha mencoba fotografi produk dalam kegiatan pemasaran dan penjualan, karena terbukti memiliki manfaat dan kontribusi bagi pelaku usaha kecil. Melihat kondisi UMKM Kampung Batik Tematik Durenan Indah Semarang saat ini, banyak yang mengalami penurunan penjualan.

Hal ini dikarenakan banyak pelaku UMKM yang belum paham dalam pemasaran yang lebih menarik, salah satunya dengan menggunakan teknik fotografi produk.

Diharapkan dengan pengabdian fotografi di kampung batik, Durenan Indah, dapat menggunakan fotografi produk. Teknologi pada bidang komunikasi juga merupakan faktor penunjang dalam komunikasi pemasaran, karena saat ini pemasaran tidak hanya dengan konvensional, namun juga melalui teknologi melalui fotografi produk yang lebih memudahkan dan mempercepat dalam penyebaran informasi sebagai sarana promosi

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan fotografi produk, yakni anggota UMKM Kampung Batik Tematik, Durenan Indah, Semarang. Kerangka pemecah masalah dapat dilihat dalam gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka pemecahan masalah

Berdasarkan gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa sebagai khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian ini, anggota UMKM Kampung Batik Tematik, Durenan Indah, Semarang memiliki permasalahan dalam fotografi produk yang belum dilakukan secara maksimal, keterbatasan sumber daya manusia dalam pemanfaatan media fotografi merupakan salah satu penghambat dalam melakukan promosi pemasaran, sedangkan disisi lain mereka memiliki potensi minat yang baik dalam mempelajari fotografi produk

sebagai media promosi. Sebagai bentuk pemecahan masalah, kegiatan ini akan dilakukan dengan memberikan materi, antara lain; memberikan materinya terlebih dahulu, lalu praktik membuat fotografi produk, untuk dapat diunggah di media sosial. Lebih lanjut, materi yang akan disampaikan sudah melalui proses diskusi dengan pihak pengelola UMKM Kampung Batik Tematik, agar mampu memberikan manfaat sesuai kebutuhan yang diharapkan mitra.

Realisasi Pemecahan Masalah, sebelum pelaksanaan pelatihan, tim penyusun dan mengajukan proposal serta melakukan koordinasi untuk merencanakan kegiatan. Selanjutnya tim melakukan observasi dan kordinasi dengan pihak UMKM kampung batik durenan indah Semarang. Kordinasi ini dilakukan untuk mengetahui kendala dan hambatan yang dialami anggota UMKM Kampung Batik Tematik, Durenan Indah, Semarang. Lebih lanjut dalam koordinasi ini, tim beserta pihak UMKM Kampung Batik Durenan Indah Semarang turut menyusun agenda bersama terkait rencana kegiatan pelatihan fotografi produk.

Kegiatan pelatihan fotografi produk di Kampung Batik Durenan Indah Semarang dilakukan secara tatap muka langsung di salah satu pendopo di Kampung Batik Semarang. Kegiatan ini diawali dengan menyebarkan kuesioner pre test dan membagi kepada peserta, sebelum materi disampaikan masing-masing kelompok diminta untuk membawa kamera yang nantinya pada sesi praktek fotografi produk. Selanjutnya, penyampaian materi oleh tim dan praktik yang akan didampingi oleh tim pelaksana pengabdian.

Khalayak sasaran kegiatan pengabdian ini adalah 15 anggota yang ada di Kampung Batik Tematik, Durenan Indah, Semarang. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode partisipatif dengan pre test, Sebelum kegiatan dimulai, terlebih dahulu peserta mengisi pre test berupa pertanyaan yang perlu dijawab terkait materi fotografi produk untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta. Penyampaian Materi, Pada tahap ini akan disampaikan beberapa materi yang akan dibawakan dan disampaikan oleh tim, antara lain: Fajriannoor Fanani, M.I.Kom, Kharisma Ayu Febriana, M.I.Kom, Dr.Yuliyanto Budi Setiawan, M.Si. Selanjutnya diskusi, Tahap ini merupakan sesi tanya jawab antara tim sebagai penyampai materi dan peserta. Dalam hal ini tim akan memfasilitasi peserta untuk menyampaikan pendapatnya terkait pelatihan fotografi

produk. Setelah sesi diskusi, kegiatan selanjutnya adalah praktik oleh masing-masing kelompok didampingi tim pengabdian dalam fotografi produk.

Post test, Pada tahap ini peserta ditugaskan untuk mengisi post test, berupa pertanyaan-pertanyaan yang telah tertera pada kuisioner yang akan dibagikan setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkat literasi atau pemahaman peserta sesudah dan sebelum pelatihan dimulai. Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan di kampung batik, durenan indah Semarang, dengan alokasi waktu 6 jam yakni pukul 08.00-14.00 WIB.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari kegiatan PkM yang telah dilaksanakan, dengan demikian hasil yang diperoleh dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini pertama peserta komunitas batik di Durenan, Indah, Semarang lebih mengerti, paham dan menyadari tentang pentingnya media Instagram sebagai komunikasi pemasaran di komunitas Batik. upaya peningkatan dan pemahaman peserta untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman tentang pemasaran produk Melalui Sosial Media dengan memanfaatkan kemampuan peserta dalam melakukan fotografi produk yang harapannya para peserta dapat meningkatkan nilai jual produk melalui fotografi produk yang lebih menarik. Berikut salah satu kegiatan PkM tentang fotografi produk



Gambar 2 : Kegiatan PkM
Sumber: Tim PkM, 2023

Gambar di atas menunjukkan Tim Pengabdian sedang memaparkan pentingnya fotografi produk sebagai upaya peningkatan promosi batik di komunitas batik. Dengan Social media Instagram bisa dipromosikan secara masif dan bisa menjangkau di beberapa kalangan. Adapun analisis hasil yang diperoleh dari pelaksanaan pengabdian menunjukkan bahwa peserta cukup antusias mengikuti rangkaian acara pelatihan yang berlangsung selama 3 jam mulai pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 12.00 WIB. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan sebanyak 15 orang peserta. Antusiasme peserta terlihat dari pembukaan, penyampaian materi, tanya jawab dan simulasi fotografi Produkbatik di Kampung Batik Durenan Indah Semarang.



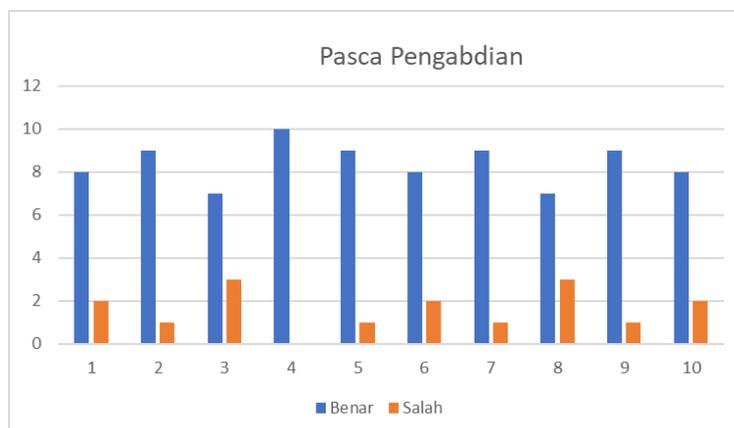
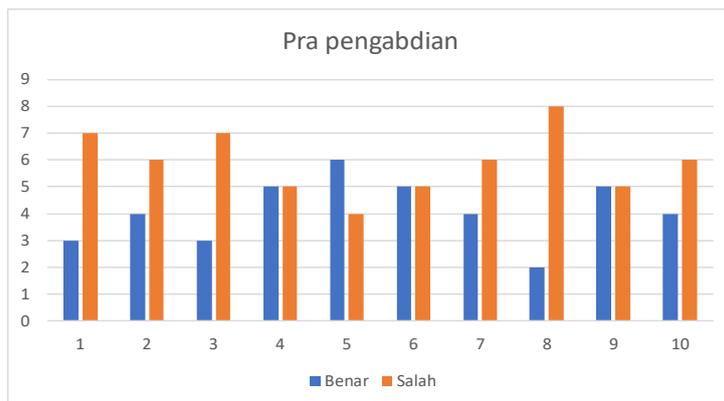
Gambar 3 : Kegiatan PkM
Sumber: Tim PkM, 2023

Selain itu, para peserta juga banyak menyampaikan pengalaman dalam memasarkan produk. Peserta fokus pada kegiatan dan banyak pertanyaan yang diajukan selama pelatihan berlangsung. Beberapa manfaat yang diperoleh dari hasil yang telah dicapai dalam pelatihan ini adalah sebagai berikut yang pertama menambah pengetahuan dan pemahaman peserta tentang pentingnya belajar fotografi produk. Dan yang kedua menambah pengetahuan peserta tentang pentingnya mengoptimalkan media sosial Instagram sebagai sarana promosi yang efektif untuk mengenalkan produk batik di Komunitas Kampung Batik Semarang. Evaluasi kegiatan dilakukan setelah kegiatan pelatihan selesai. Indikator keberhasilan dari kegiatan ini dapat dilihat dari faktor berikut: Respon positif para peserta terlihat dari pemahaman peserta dalam mengerjakan soal

dengan benar dan tepat, serta didukung dengan hasil kuesioner yang dibagikan sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil yang di dapat dari kuesioner adalah sebagai berikut:

No	Pra Pengabdian		Pasca Pengabdian	
	Benar	Salah	Benar	Salah
1	3	7	8	2
2	4	6	9	1
3	3	7	7	3
4	5	5	10	0
5	6	4	9	1
6	5	5	8	2
7	4	6	9	1
8	2	8	7	3
9	5	5	9	1
10	4	6	8	2

Tabel 1. Tabel Kuesioner Pra dan Pasca Pengabdian



Gambar 4. Grafik Kuisioner Pengabdian

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari adanya kegiatan pengabdian ini bahwa para peserta komunitas batik di Durenan Indah Semarang memahami tentang pentingnya Kemampuan fotografi produk. Tidak hanya sebagai upaya peningkatan kualitas Individu tapi dengan kemampuan fotografi produk ini dapat dimanfaatkan dalam pemasaran berbasis digital sebagai upaya promosi produk batik.

Saran

Saran yang diberikan agar para peserta dapat terus mempraktekkan secara mandiri untuk meningkatkan kualitas komunikasi pemasaran melalui berbagai platform media sosial. Selain itu, para peserta juga diharapkan dapat mengimplimentasikan hasil pengetahuan yang didapat untuk berkontribusi dalam mengembangkan produk para komunitas batik di Durenan Indah Semarang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan PkM terlaksana atas kontribusi Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Semarang, dengan demikian penulis mengucapkan terima kasih atas sumbangsih moril dan materil untuk lancarnya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni Muhammad. (2000). Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Deddy Mulyana. (2010). Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- John Fiske. (2012). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Joseph V. Mascelli, ASC. (1986). Close up, angle, komposisi, kontiniti, editing dalam sinematografi. Terjemahan HMY. Biran. Jakarta: Yayasan Citra.
- Murniati dkk. (2019). Program Pelatihan Jurnalistik Sekolah di MA NU Tengguli Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara. Journal of Dedicators Community, 3(2). Diambil dari <https://ejournal.unisnu.ac.id>.

**DIMASTIK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Semarang**

Volume: 1 Nomor: 2

ISSN: 2988-3296 (media online)

Nasrulah, R. (2018). *Media Sosial, Perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nasrulah, R. (2021). *Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas dan Evaluasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Supratman, L. P., & Wahyudin, A. (2017). Digital Media Literacy to Higher Students in Indonesia. *International Journal English Literature and Social Sciences*, 2(5). Diambil dari [https://ijels.com/detail/digitalmedia-literacy-to-higher-students_in_indonesia/](https://ijels.com/detail/digitalmedia-literacy-to-higher-students-in-indonesia/).

Thursan Hakim. (2002). *Mengatasi Rasa tidak Percaya Diri*. Jakarta: Puspa Swara.