

## **Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari**

**Ami Saptiyono<sup>1</sup>, Errika Dwi Setya Watie<sup>2</sup>, Kharisma Ayu Febriana<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang

<sup>2</sup>Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang

<sup>3</sup>Jurusan *Ilmu Komunikasi*, Universitas Semarang

Email: <sup>1</sup>ami.s@usm.ac.id

### **Abstrak**

Pesatnya perkembangan media internet, membuat UMKM dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam menggunakan media internet serta merancang desain promosi produk mereka, dalam hal ini desain-desain visual berupa foto foto produk yang cukup menarik dan kreatif. Hal ini disebabkan oleh munculnya persaingan yang menonjolkan kreatifitas dan inovasi dalam kegiatan promosi dan pemasaran bagi UMKM menggunakan media internet sebagai sarana untuk melakukan kegiatan promosi, pemasaran serta transaksi mereka. Kemampuan tersebut, masih sangat jurang dimiliki oleh para anggota UMKM, khususnya UMKM kelurahan Gebangsari, kecamatan Genuk, Kota Semarang. Hal tersebut yang memotivasi tim pelaksana kegiatan masyarakat untuk memberikan pelatihan “Fotografi Desain” menggunakan peralatan yang ada, terjangkau dan mudah didapatkan serta menghasilkan foto produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka dalam melakukan promosi.

Pelatihan ini dilakukan dengan memberikan materi secara teoritis, yang dilanjutkan dengan praktek lapangan secara langsung, dimana peserta mengaplikasikan pengetahuan terkait fotografi produk yang sudah disampaikan sebelumnya.

Dari pelatihan ini, peserta mendapatkan pengetahuan baru bagaimana membuat foto produk yang menarik menggunakan alat aalat yang sudah mereka miliki.

**Kata Kunci:** fotografi produk, promosi, UMKM

### **Abstract**

Rapid development of internet media requires MSMEs to be more creative and innovative in using internet media and designing promotional designs for their products, both in terms of visual designs in the form of product photos that are quite interesting and creative. This is due to competition which sacrifices creativity and innovation in the promotion and marketing activities of MSMEs using the internet as a means to carry out their promotional, marketing and transaction activities. This ability, is still very gaps in the possession of MSME members, especially MSME in Gebangsari Village, Genuk District, Semarang City. This is what motivates the community activity implementation team to provide training on "Photography Design" using existing equipment, affordable and easy to get and to produce photos that suit their needs for promotion.

This training is carried out by providing theoretical material, directly, in which participants apply the knowledge about product photography that has been previously conveyed.

From this training, participants gained new knowledge on how to make attractive product photos using the tools they already have.

**Keywords:** product photography, promotion, MSME

## PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan media Internet, memberikan pengaruh besar bagi seluruh aspek kehidupan, tidak terkecuali aspek perekonomian. Hal ini dapat dilihat dari semakin marak dan beragamnya bentuk promosi, pemasaran hingga transaksi dagang yang dilakukan melalui media ini. Hal ini tentu saja dipengaruhi oleh keunggulan yang dimiliki oleh media internet, yaitu; kecepatan, keluasan dan efektifitas dalam menyampaikan pesan serta akses informasi yang hampir tak terbatas (Bradshaw, 2017; Siapera & Veglis, 2012). Hal ini yang harus disadari oleh pemilik UMKM di Indonesia, khususnya Kelurahan Gebangsari, Kecamatan Genuk, Kota Semarang, agar mampu mengoptimalkan penggunaan media internet sebagai sarana promosi, pemasaran sekaligus transaksi dagang mereka.

Arif Budiman, dalam Maudhody (2017) mengatakan bahwa di era digital saat ini, foto produk yang mampu menarik konsumen menjadi ujung tombak dalam pemasaran produk di era digital ini. Mengapa Foto Produk begitu penting? Albert Einstein, dalam salah satu *quotes* nya, pernah mengatakan bahwa “*One picture is worth a thousand words*”. Dari *quote* tersebut dapat diterjemahkan bahwa sebuah gambar, dalam hal ini foto, dapat menceritakan banyak hal. Dengan kata lain, melalui foto foto yang menarik serta sesuai dengan karakteristik produk dan konsumen, dapat menarik konsumen maupun calon konsumen yang ingin dituju oleh UMKM. (Admin, 2020; Maudhody, 2017; Prawira, 2019)

Meskipun demikian, Fotografi bukanlah suatu bidang yang mudah dan murah. Fotografi tidak mudah karena dibutuhkan peralatan, pengetahuan, kemampuan dan keterampilan yang memadai agar dapat menghasilkan foto foto yang menarik, unik dan artistik. Tidak murah karena peralatan fotografi pada umumnya relatif mahal dan sulit dijangkau oleh kalangan menengah ke bawah. Hal tersebut menjadi kendala bagi UMKM dalam membuat foto produk secara mandiri. Sementara apabila menggunakan jasa fotografer

professional tidak hanya membutuhkan biaya yang relatif besar, waktu yang relatif lama, sehingga kurang efektif dan efisien.

Kendala – kendala tersebut, mengakibatkan para pemilik UMKM mengabaikan pentingnya foto produk yang berkualitas dalam promosi produk – produk mereka. Hal ini terlihat dari foto foto produk mereka di media sosial yang terlihat seadanya, yang penting ada dan orang tahu tentang produk mereka tanpa memperhatikan sisi artistik, etis dan kesesuaian dengan produk mereka.

Berdasarkan analisis tersebut, tim penulis tergerak melakukan pengabdian masyarakat kepada anggota UMKM Kelurahan Gebangsari dengan judul “Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari” . untuk memberikan pengenalan dan pemahaman praktis kepada pemilik UMKM mengenai fotografi produk dalam rangka meningkatkan daya tarik promosi usaha mereka.

## METODE PELAKSANAAN

Dalam rangka memberikan pengetahuan bagi UMKM Kelurahan Gebangsari, Kecamatan Genuk, Kota Semarang tentang bagaimana melakukan fotografi produk yang baik, menarik dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Sekaligus dipaparkan pula bagaimana proses pembuatan foto produk. Sehingga, dengan kegiatan pengabdian ini diharapkan peserta bisa memahami bagaimana fotografi produk itu dan mampu melakukan fotografi produk yang menarik, baik serta sesuai kebutuhan mereka. Maka, dalam memberikan penjelasan, kami menampilkan narasumber yang berkompeten di bidangnya yaitu fotografer, dosen periklanan serta dosen desain grafis.

Pelatihan ini, dilaksanakan selama satu hari di lingkungan Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang, menggunakan peralatan peralatan sederhana milik tim dan laboratorium fotografi program studi ilmu komunikasi.

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pemaparan materi, kemudian diberikan contoh riil. Selanjutnya peserta diminta melakukan praktek fotografi produk dengan sebelumnya menentukan ide

fotonya. Kemudian hasil dari praktek tersebut, ditunjukkan dan dinilai bersama, lalu diakhiri dengan evaluasi terkait dengan hasil praktek tersebut

Dalam pelaksanaannya, Metode yang digunakan yakni diawali dengan perkenalan dari masing-masing pembicara, diikuti dengan: Penyampaian Materi yang terdiri : materi Media Sosial oleh Kharisma Ayu Febriana, materi Design Promosi oleh Errika Dwi Setyawatie dan materi Fotografi Produk oleh Ami Saptiyono, M.I.Kom. selanjutnya dalam melakukan praktek foto produk, tim dibantu oleh asisten yaitu mahasiswa yang memiliki kompetensi di bidang fotografi produk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Hasil

Analisis hasil kegiatan ini, dilakukan melalui pengamatan peserta serta merangkum hasil diskusi saat mereka melakukan pelatihan fotografi produk yang dilakukan di Ruang Q1.1 Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang selama kurang lebih 4 (empat) jam. Berdasarkan pengamatan tersebut, para peserta pelatihan antusias dengan materi dan praktek langsung yang tim sampaikan



Gambar 1. Diskusi dan Tanya Jawab Pembuatan Script Promosi

Gambar 1, merupakan dokumentasi saat peserta sedang menerima materi pelatihan fotografi produk yang diselingi dengan tanya jawab terkait materi. Dari diskusi ini, ditemukan bahwa sebagian besar peserta terkendala dalam bidang alat, teknik dan ide dalam membuat sebuah foto produk. Permasalahan - permasalahan tersebut dapat tim berikan solusi dengan mengenalkan foto produk menggunakan alat-alat yang sudah mereka miliki, seperti handphone, lampu belajar, tripod untuk selfie sebagai alat produksi foto.



Gambar 2 Praktek dan Tanya Jawab Produksi Foto Produk

Sedangkan Gambar 2 menunjukkan kegiatan praktek sekaligus tanya jawab dengan tim pelaksana terkait produksi foto produk, sesuai dengan produk dan target pasar yang mereka tuju. Melalui sesi praktik, peserta dapat memahami bagaimana teknik membuat foto produk yang baik, benar dan menarik. Dalam sesi ini, banyak pula ide ide unik muncul dari pemikiran peserta, yang selanjutnya mereka praktekan dan digunakan sebagai promosi untuk usaha mereka.

### 2. Evaluasi Hasil

Sebagai evaluasi, kegiatan ini dilakukan dengan, mengamati proses praktik pengoptimalan media sosial sebagai sarana membuka peluang kerja. Melalui kegiatan ini, tim PkM mengamati peserta pelatihan dalam membuat foto produk untuk promosi guna mengoptimalkan promosi yang mereka lakukan untuk meningkatkan pendapatan dari produk dan jasa mereka.

Dari hasil pelatihan ini, didapatkan hasil yang cukup menarik yaitu; meningkatnya kualitas foto produk yang dihasilkan peserta dan munculnya keinginan dari peserta agar pelatihan seperti ini dilakukan rutin minimal satu kali dalam satu bulan.



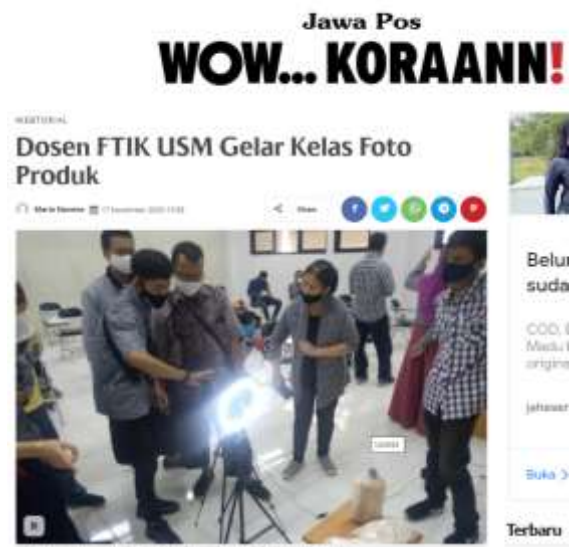
Gambar 3 Hasil Produksi Foto Produk yang diunggah di Instagram Peserta

<https://www.instagram.com/p/CHpMg6kFNwx/>

### 3. Luaran yang Dicapai

Luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat meliputi beberapa jenis, yaitu;

1. Bagi peserta, luaran yang dicapai yaitu peningkatan kemampuan dan ketrampilan peserta dalam membuat foto produk guna meningkatkan peluang mereka dalam dunia usaha.
2. Buku ajar sebagai modul dalam pengajaran fotografi.
3. Publikasi karya Ilmiah yang (akan) dipublikasikan
4. News Release publikasi media massa



Gambar 4 Salah satu Publikasi Pelatihan di Media Massa

<https://radarsemarang.jawapos.com/webtorial/2020/11/17/dosen-ftik-usm-gelar-kelas-foto-produk/>

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Semarang, Fakultas teknologi Informasi dan Komunikasi serta Program studi Ilmu Komunikasi Unibersitas Semarang atas dukungan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### Kesimpulan

Fotografi Produk selama ini dianggap sebagai momok bagi UMKM dalam hal promosi usaha mereka, akan tetapi setelah mendapatkan pelatihan ini, hal tersebut bukan lagi menjadi hal yang menakutkan, tetapi menjadi hal yang menarik dan menyenangkan bagi para pelaku UMKM dalam berkreasi untuk mempromosikan usaha mereka.

#### Saran

Saran yang muncul dari kegiatan ini adalah agar pelatihan semacam ini dapat dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan dengan jarak waktu yang tidak terlalu lama.

#### DAFTAR REFERENSI

- Admin. (2020). *Pengaruh Foto Yang Berkualitas Untuk Bisnis Online*. Smart Web Indo. <https://www.smartwebindo.com/pengaruh-foto-yang-berkualitas-untuk-bisnis-online.htm>
- Bradshaw, P. (2017). *online journalism handbook* (2nd ed.). Routledge.
- Maudhody, A. (2017, September 11). Mengapa Foto Produk di Era Digital Marketing Sangat Penting? Simak Penjelasan Pakar Pemasaran. *Banjarmasin Tribunews*. <https://banjarmasin.tribunnews.com/2017/09/11/mengapa-foto-produk-di-era-digital-marketing-sangat-penting-simak-penjelasan-pakar-pemasaran>
- Prawira, M. (2019). *Pentingnya Foto Produk dalam Berjualan di Zaman Serba Digital*. Lifepal. <https://lifepal.co.id/media/foto-produk-yang-profesional-dan-ciamik/>
- Siapera, E., & Veglis, A. (2012). *The Handbook of Global Online Journalism*. John Wiley & Sons, Inc.