

**Pendampingan “Pembuatan Foto Produk” Pada Marketplace Bagi
UMKM RW 09 Kelurahan Pandean Lamper, Kecamatan
Gayamsari, Kota Semarang**

***Assistance In "Product Photo Creation" On The Marketplace For
UMKM RW 09 Pandean Lamper Village, District
Gayamsari, Semarang City***

¹Adinda Tifany Putri ²Bayu Teguh Wicaksono ³Reggy Afrio Artama ⁴Donny Afriyandi

⁵Veronica Aurora Putri ⁶Anastasya Tri Utami ⁷Birgita Erica ⁸Mizanul Kharir

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Teknologi, Informasi, Dan Komunikasi Universitas Semarang

Article History:

Received : 17 September 2023

Revised : 23 Oktober 2023

Accepted : 17 November 2023

Keywords: Assistance; Product Photos; Photography Techniques; Promotion; MSME; Pandean Lamper village.

Abstract Within SMEs, photography is an important part of the promotion and marketing concept in the modern era. The results presented by photographic works help build the reputation of the merchandise. Photography can strengthen the competition strategy between products in the virtual digital era. Pandean Lamper is one of the sub-districts in Gayamsari District, Semarang City. Pandean Lamper Village has superior products produced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Activities promoting these products can support the economy of local residents, one of which is taking attractive product photos. Attractive product photos don't have to use expensive and sophisticated equipment. An understanding of photography tricks and techniques for taking product photos is an important part of attracting consumer attention which is carried out by students of the Communication Studies Program, University of Semarang. The results of the evaluation monitoring carried out during the activity were an increase in the skills of MSME actors in the Pandean Lamper Village, in the use of photography techniques to take good and attractive product photos.

Abstrak

Di dalam UMKM, fotografi merupakan bagian penting dari konsep promosi dan pemasaran di era modern. Hasil yang dihadirkan oleh karya-karya fotografi ikut membangun reputasi dari produk dagangan. Fotografi dapat menjadi penguat strategi persaingan antar produk di era virtual digital. Pandean Lamper merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Gayamsari Kota Semarang. Kelurahan Pandean Lamper memiliki produk-produk unggulan yang diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kegiatan mempromosikan produk-produk tersebut dapat menunjang perekonomian warga setempat, salah satunya adalah pengambilan foto produk yang menarik. Foto produk yang menarik tidak harus menggunakan peralatan mahal dan canggih. Pemahaman tentang trik dan teknik fotografi pengambilan foto produk merupakan salah satu bagian penting menarik perhatian konsumen yang dilaksanakan oleh mahasiswa dan mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang. Hasil monitoring evaluasi yang dilakukan selama kegiatan berlangsung adanya peningkatan ketrampilan pelaku UMKM di Kelurahan Pandean Lamper, dalam penggunaan teknik fotografi pengambilan foto produk yang baik dan menarik.

Kata Kunci : Pendampingan; Foto Produk; Teknik Fotografi; Promosi; UMKM; Kelurahan Pandean Lamper.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sedang diminati banyak masyarakat di Indonesia. UMKM menjadi kelompok usaha yang paling besar di Indonesia dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 60%.

*Adinda Tifany Putri,

Bisnis UMKM ini lebih kuat dalam menghadapi krisis global. Upaya untuk menghadapi pasar global memang tidaklah mudah, karena produk UMKM akan bersaing dengan produk-produk di Negara sendiri maupun produk-produk negara lain. Untuk menyiasatinya dibutuhkan strategi yang tepat untuk mengembangkan UMKM agar bisa bersaing menghadapi pasar global.

UMKM merupakan salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Besarnya potensi UMKM di Indonesia seharusnya mampu memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Juga sebagai salah satu upaya mengurangi pengangguran. Pasar pangsa para pelaku UMKM masih berskala regional, sehingga diperlukan kesadaran branding untuk memperkenalkan dan memperluas pangsa pasar produk UMKM.

Banyaknya promosi di era digital saat ini hingga pemasaran melalui media sosial. Fotografi bukanlah sesuatu yang mudah dan murah. Di butuhkan peralatan dan pengetahuan yang menjadikan fotografi tidak mudah. Ketrampilan dan kemampuan yang memadai untuk dapat menghasilkan foto yang menarik, unik, dan artistik. Peralatan yang dibutuhkan dalam sebuah fotografi tidak murah karena peralatan fotografi pada umumnya cenderung mahal dan sulit dijangkau oleh kalangan menengah ke bawah.

Pemasaran di media sosial harus menampilkan tampilan foto produk, foto kemasan, atau foto proses produksinya. Karena konsumen online hanya dapat melihat produk yang dijual melalui foto yang dipublikasikan maka dari itu, pentingnya foto produk dalam proses pemasaran produk dari UMKM.

Para pelaku UMKM di Rw 09 Kelurahan Pandean Lamper memproduksi berbagai jenis makanan yang membutuhkan perbaikan dan cara pemasaran. Dengan memberikan pendampingan foto produk kepada para pelaku UMKM diharapkan menjadi perbaikan kualitas dalam pemasaran produk melalui media sosial.

Foto produk merupakan sebuah foto yang dihasilkan dari kamera analog dan digital yang dalam pengambilan foto memanfaatkan sarana dan prasarana untuk menghasilkan sebuah foto dari produk yang terlihat baik dan menarik. Salah satu sarana yang digunakan dalam pembuatan foto produk yaitu cahaya. Kamera digital dan analog sudah dibekali dengan sumber cahaya berupa flash yang arah datangnya sama dengan arah pengambilan gambarnya, sehingga masih menimbulkan dampak yang kurang bagus. Sumber cahaya yang digunakan dapat berupa lampu belajar atau dengan menggunakan external speedlight dan sumber cahaya dari luar kamera lainnya dapat dimanfaatkan untuk foto produk seperti yang dilakukan pada objek anak-anak dengan ruang yang lebih sempit.

PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang berupa workshop diselenggarakan pada hari minggu tanggal 14 Mei 2023 bertempat di balai RW 09 Kelurahan Pandean Lamper Kec. Gayamsari Kota Semarang. Kegiatan Berlangsung selama kurang lebih 3 jam, dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 11.00 WIB. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan workshop adalah 12 orang peserta.

Persiapan yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan yang dilakukan untuk mendukung kelancaran kegiatan, antara lain; menghubungi pihak ketua RW dan ketua UMKM di RW 09 Kelurahan Pandean Lamper Kecamatan Gayamsari Kota Semarang untuk rencana melakukan kegiatan pengabdian masyarakat, menyiapkan materi, dan kelengkapan lainnya.

Metode yang digunakan pada saat kegiatan pengabdian adalah pemaparan materi, kemudian diberikan contoh riil, bertujuan agar peserta bisa mengetahui dan bisa mempraktekan dari materi yang sudah disampaikan. Karena peserta bisa mendapatkan pengalaman langsung dari kegiatan yang diikuti tersebut.

Selanjutnya peserta diminta melakukan praktek fotografi dengan menentukan ide fotonya masing-masing. Kemudian hasil dari praktek tersebut, ditunjukan dan dinilai bersama, setelah itu diakhiri dengan evaluasi terkait hasil foto masing-masing peserta.

Berdasarkan pada uraian permasalahan mengenai pemasaran produk UMKM di media sosial, khususnya mengenai foto produk yang harus menarik dan mampu membuat konsumen tertarik berbelanja, maka dibutuhkan metode pengabdian pada masyarakat yang dapat memberikan solusi pada permasalahan yang dihadapi UMKM Desa Pengkok sebagai mitra yaitu dengan memberikan pendampingan/pelatihan kepada anggota UMKM mengenai cara pengambilan foto produk yang tepat sesuai kebutuhan dalam pemasaran di media sosial.

Langkah – langkah pendampingan kepada anggota UMKM, yaitu :

1. Membuka wawasan kepada anggota UMKM mengenai pemasaran produk di social media
2. Memberikan pemahaman pentingnya foto produk yang baik untuk promosi di social media
3. Pengenalan Teknik Foto Produk
4. Pelatihan pengambilan foto produk dengan teknik fotografi yang baik.
5. Evaluasi hasil praktek pengambilan foto produk anggota UMKM

Teknik – teknik fotografi yang di paparkan pada anggota UMKM, antarlain :

1. Teknik tata cahaya dan tata ruang yang baik

Tata cahaya adalah seni pengaturan cahaya dengan mempergunakan peralatan pencahayaan agar kamera mampu melihat obyek dengan jelas, dan menciptakan ilusi sehingga penonton mendapatkan kesan adanya jarak, ruang, waktu dan suasana dari suatu kejadian yang dipertunjukkan dalam suatu pementasan.

2. Teknik Pemilihan background yang tepat

Pemilihan background foto yang kurang tepat bisa membuat sebuah foto terlihat kurang bagus pada hasil akhirnya, sedangkan pemilihan background yang tepat akan turut meningkatkan keindahan foto nantinya.

3. Teknik penentuan bidang pandang gambar Bidang

Pandang atau shot size adalah suatu metode dalam pengambilan gambar yang menentukan luas bidang pandangan suatu objek dalam foto terhadap background atau latar belakang. Dengan menentukan bidang pandang yang pas dapat memberikan pesan atau kesan yang sesuai.

Menurut Seels & Richey (Alim Sumarno, 2012) pengembangan berarti proses menterjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran. Sedangkan menurut Tessmer dan Richey (Alim Sumarno, 2012) pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisi kontekstual.

Pada hakikatnya pengembangan adalah upaya pendidikan baik formal maupun non formal yang dilaksanakan secara sadar, berencana, terarah, teratur dan bertanggung jawab dalam rangka memperkenalkan, menumbuhkan, membimbing, mengembangkan suatu dasar kepribadian yang seimbang, utuh, selaras, pengetahuan, keterampilan sesuai dengan bakat, keinginan serta kemampuan-kemampuan, sebagai bekal atas prakarsa sendiri untuk menambah, meningkatkan, mengembangkan diri ke arah tercapainya martabat, mutu dan kemampuan manusiawi yang optimal serta pribadi mandiri (Iskandar Wiryokusumo, 2011).

Pengambilan foto produk menggunakan alat pendukung yaitu Studio Box (Gambar 1). Studio Box adalah Mini Studio Photo Box Lipat Portable dengan Lampu Light Emitting Diode (LED) yang merupakan photo studio portable model lipat yang membuat sangat mudah untuk disimpan dan dirangkai kembali pada saat akan digunakan. Menggunakan lampu LED sebagai penerangan. Cocok digunakan untuk yang sedang mengembangkan usaha online shop

agar tampilan foto produk lebih nyata walaupun hanya menggunakan kamera ponsel. Fasilitas dari Studio Box adalah :

1. Portable Design

Desain yang sangat simpel dengan fitur lipat yang membuat box ini sangat mudah untuk dirapikan dan dirangkai kembali dengan memakai kancing serta perekat. Mudah untuk dibawa kemana-mana karena dapat dilipat.

2. LED Light

Disertai dengan LED super terang pada box ini yang memberikan pencahayaan sempurna pada objek yang di foto. Lightbox ini mampu memberikan kesan yang lebih nyata pada objek. Dengan menggunakan kabel Universal Serial Bus (USB) sebagai daya untuk lampu LED ini. Lampu LED nya sendiri memiliki 20 buah lampu.

3. Background

Dapat memilih menggunakan background warna, hitam atau putih yang tersedia dalam paket produk ini.

4. Benefit

Dengan menggunakan photobox /lightbox ini dapat menghasilkan foto objek yang terfokus dan lebih nyata. Sangat cocok di gunakan untuk yang sedang merintis atau mengembangkan bisnis usaha online shop.



Gambar 1 Light Photobox portable

Sumber : Internet took pedia

Dengan menggunakan Studio Box, maka untuk pengambilan foto produk dapat dilakukan seperti pada gambar 1. Pada paket bawaan dari Studio Box disertakan berbagai pilihan warna untuk mengganti background. Adapun teknik fotografi yang dipaparkan pada pendampingan/pelatihan antara lain menggunakan teknik tata cahaya dan tata ruang yang baik, teknik pemilihan background yang tepat, dan teknik penentuan bidang pandang gambar.

KEGIATAN DALAM MENDAMPINGI FOTO PRODUK PADA MARKETPLACE.

Analisis dari kegiatan ini, kami lakukan melalui pengamatan seluruh peserta dimana disaat mereka melakukan pelatihan pembuatan foto Produk sebagai langkah untuk menghasilkan foto produk yang menarik sehingga konsumen tertarik dengan produk dari pelaku UMKM pandean Lamper, yang secara langsung dilaksanakan pada tanggal 14 Mei 2023 di Balai RW 09 Pandean Lamper, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang. Berdasarkan apa yang sudah terlaksana peserta mampu membuat sebuah hasil foto produk yang unik melalui Smartphone masing-masing.



Gambar 2 Praktek pembuatan foto produk

Sumber : Dokumentasi penulis

Gambar 2 Merupakan Kegiatan peserta pelatihan yang sedang praktik pembuatan foto Produk dengan menggunakan smartphone yang mereka miliki. Beberapa percobaan mereka mampu membuat beberapa foto produk yang sangat menarik untuk digunakan promosi nantinya.

Sebagai bahan evaluasi, kegiatan ini dilaksanakan dengan mengamati proses berlangsungnya pelatihan dengan praktik pembuatan foto produk sebagai optimalisasi digital marketing.

Luaran yang sudah dicapai dari terselenggaranya kegiatan pengabdian ini kepada masyarakat yaitu peningkatan kreatifitas dan keterampilan peserta dalam membuat foto produk hanya melalui Smartphone yang mereka miliki sehingga foto tersebut menghasilkan foto-foto yang menarik dan tentunya memiliki nilai jual yang tinggi.

Aktivitas Pelatihan

Berikut adalah aktivitas pelatihan di RW 09 kel.pandean lamper, kec.Gayamsari, Kota Semarang :



Gambar 3 & 4 Pengisian Daftar Hadir Peserta Sumber : Dokumentasi Pribadi



*Gambar 5 & 6 Pemberian Materi Kepada Peserta
Sumber :Dokumentasi Penulis*



Gambar 7 & 8 Praktik Pembuatan Foto Produk

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Bertambahnya kemampuan dan tetrampilan pelaku UMKM RW 09 Kelurahan Pandean Lamper Kec. Gayamsari Kota Semarang dalam memaksimalkan penggunaan teknologi guna menghasilkan gambar produk yang menarik untuk memaksimalkan penjualan/pemasaran melalui media online.

Meningkatnya kemampuan dan ketrampilan pelaku UMKM RW 09 Kelurahan Pandean Lamper Kec. Gayamsari Kota Semarang dalam hal:

- Mengetahui alat-alat pendukung sederhana yang dapat digunakan untuk pengambilan gambar produk.
- Mengetahui tata cahaya dan tata ruang yang baik saat pengambilan gambar produk.
- Mengetahui cara-cara penataan produk-produk yang akan difoto serta penataan warna
- Dapat menentukan ukuran bidang pandang pengambilan gambar.
- Memaksimalkan teknik mengambil gambar-gambar produk secara indoor maupun outdoor guna menghasilkan gambar produk yang baik, menarik dan ciamik sehingga dapat memaksimalkan penjualan/pemasaran melalui media online . *Gambar 10, 11, 12, 13, 14, 15, & 16 : Hasil Gambar 10, 11, 12, 13, 14, & 15 : Hasil fotoanggota UMKM*



Sumber : Dokumentasi Penulis

HASIL PEMBAHASAN

Sebelum melakukan pelatihan mengenai pembuatan foto produk, tim pengabdian kepada masyarakat melakukan *pre test* kepada para pelaku UMKM yang akan mengikuti pelatihan. Tujuan dari *pre test* ini agar tim pengabdian kepada masyarakat mengetahui pemahaman para pelaku UMKM mengenai pentingnya foto produk. Hipotesis yang diajukan dalam analisis pengabdian masyarakat ini adalah :

H0 : Tidak terjadi perubahan rata-rata nilai setelah materi diberikan kepada peserta.

H1 : Terjadi perubahan rata-rata nilai setelah materi diberikan kepada peserta.

Tim peneliti memilih khalayak sasaran tersebut karena mereka sangat memerlukan ketrampilan untuk pembuatan foto produk pada marketplace untuk penunjang produk. Pengabdian dilaksanakan di kel. Pandean lamper, Tim pengabdian memberikan dua metode pengajaran, yakni teori dan praktek membuat logo produk. Teori diberikan kepada peserta pendampingan, dilakukan dalam bentuk presentasi oleh pembicara yang disertai dengan diskusi serta tanya jawab terkait materi yang disampaikan di lokasi pengabdian.

Selanjutnya peserta melakukan praktek pengambilan gambar. Tim pengabdian memberikan kuesioner pre-test kepada audiens di awal pelatihan, yang dilanjutkan dua metode

pengajaran, yakni teori dan praktek pembuatan foto produk. Dan diakhiri dengan membagikan kuesioner post-test kepada audiens untuk mengukur tingkat perubahan pemahaman audiens atas materi yang disampaikan

Berdasarkan hipotesis tersebut, maka tim pengabdian mengadakan *pre test* dan *post test* terhadap 7 peserta umkm yang kemudian dilakukan uji *Paired T – Sample Statistics* menggunakan SPSS atas data yang diperoleh. Metode ini dipilih untuk melihat perbedaan nilai rata-rata peserta sebelum diberikan materi dan sesudah diberikan materi. Dalam hal ini, jawaban peserta pada soal *post test* lebih banyak yang benar dibandingkan pada soal *pre test*.

Hasil uji Paired T – Sample Statistics Tabel Diagram Batang Hasil Uji Paired T Pertama



Gambar hasil nilai Pre-Test

Tes Uji Paired pertama yaitu tes uji yang dilakukan sebelum kita memberikan materi tentang pembuatan foto produk pada marketplace kepada tujuh UMKM. Dengan tujuan agar kita bisa tahu sampai mana pemahaman mereka mengenai pentingnya foto produk. Setelah tes uji paired pertama hasil tes yang kita dapat menyimpulkan bahwa para UMKM rata-rata mendapatkan nilai dari hasil uji paired adalah 43 dimana disini kita bisa tahu bahwa mereka belum begitu paham tentang pentingnya foto produk.



Gambar hasil nilai Post-Test

Tes Uji Paired Kedua merupakan tes uji yang dilakukan setelah kita melakukan tes uji pertama dan materi yang mereka dapat dari bahan ajar kelompok kita yang ditunjukan kepada tujuh umkm, Dari hasil uji kedua dapat kita simpulkan bahwa rata-rata jawaban yang benar mencapai 71 Jadi hasil tes uji yang kedua hasilnya jauh lebih tinggi dibanding hasil uji yang

pertama. Hal tersebut dikarenakan mereka masih mengingat tes sebelumnya dan ditambah dengan materi yang telah disampaikan. Oleh sebab itu para UMKM bisa memahami isi materi dan bisa menjawab soal tes dengan lebih baik.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pembuatan foto produk pada marketplace di RW 09 kelurahan Pandean Lamper ini sangat berguna bagi para pelaku usaha. Karena setelah kegiatan dan penerimaan materi, para peserta mampu memahami pentingnya foto produk untuk menarik minat para pembeli.

SARAN

Dari kegiatan pendampingan kepada masyarakat yaitu Pendampingan pembuatan foto produk pada marketplace di RW 09 kelurahan Pandean Lamper ini dapat diberikan saran yaitu para pelaku UMKM diharapkan bisa menerapkan ilmu yang telah kita berikan, sehingga usaha mereka dapat menjadi semakin maju dan terus berkembang untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, A. P., “*Pengenalan Teknik Dasar Fotografi*”, Humaniora, 4(1), 518-527, 2013.
- INDAH, R. M., “*Teknik-Teknik Pencahayaan Dan Pose Pada Objek Anak-Anak Untuk Menghasilkan Karya Fotografi (Doctoral dissertation, UNIMED)*”, 2019
- Pradiani, T., “*Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan*”, Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 11(2), 46-53, 2017
- Pujiastuti, A., Ayuningtyas, A., & Agustian, H., “*Pendampingan Pembuatan Video Stop Motion untuk Pemasaran Produk UMKM di Patuk Gunungkidul*”, KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, 3(1), 31-36, 2020.
- Setiadi, T., “*Dasar Fotografi Cara Cepat Memahami Fotografi*”, Penerbit Andi, 2017
- Sudaryanto, Sajati, H., Kusumaningrum, A., Nugraheny, D., Aryanto, S., & Wintolo, H., “*Pendampingan Pemasaran Produk Menggunakan Instagram Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Pathuk Gunung Kidul*”, KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat, 3(1), 61-68, 2020.
- Sugito, S., “*Pencahayaan Kreatif Fotografi Studio Still Life Menggunakan Aksesoris Pencahayaan Buatan Pada Lampu Belajar*”, 2017.
- Widyantoro, A. O., “*Perancangan buku Outdoor Lighting For Cycling Photography sebagai Media Pengenalan Teknik Pencahayaan Sederhana pada Fotografer Pemula*”, SKRIPSI Jurusan Seni dan Desain-Fakultas Sastra UM, 2013.