

## **PELATIHAN FOTOGRAFI PRODUK PADA KELOMPOK MASYARAKAT JENEPONTO MENUJU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH GO DIGITAL**

**Andi Irmayana<sup>1</sup>, Asrul Syam<sup>2</sup>, Asmah Akhriana<sup>3</sup>**

<sup>1, 2, 3</sup>Program Studi Teknik Informatika, Universitas Dipa Makassar,  
Jalan Perintis Kemerdekaan Km.9, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

<sup>3</sup>e-mail: asmah.a@undipa.ac.id

### **Abstrak**

Kabupaten Jeneponto telah memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai penggerak perekonomian terutama dalam menghadapi era revolusi industri digital 4.0 agar dapat bersaing dan berkompetisi. Namun, pelaku usaha UMKM Jeneponto belum memanfaatkan penggunaan teknologi secara maksimal terutama dalam hal teknik pengambilan gambar atau foto produk sebagai bahan promosi dan pemasaran produk. Tujuan pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan pengetahuan kepada para pelaku usaha UMKM Jeneponto melalui pelatihan teknik foto produk untuk menghasilkan tampilan yang lebih menarik dan berkualitas. Metode pelaksanaan yang diterapkan yakni presentasi, diskusi dan demonstrasi materi serta praktik oleh peserta. Pelatihan ini diikuti sekitar 19 orang yang berasal dari berbagai jenis UMKM yang ada di kabupaten Jeneponto. Evaluasi peningkatan pengetahuan diukur melalui hasil *pre-test* dan *posttest* saat pelatihan. Hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah meningkatkan pengetahuan peserta pelaku usaha UMKM Kabupaten Jeneponto tentang cara foto produk, yang ditunjukkan dari hasil perbandingan persentase *pre-test* dan *posttest* terhadap pemahaman materi tentang *angel* foto produk dari 15,79% menjadi 89,47%, komposisi foto produk dari 5,26% menjadi 78,95%, *box* foto dari 5,26% menjadi 84,21%, dan aplikasi *editing canva* dari 10,53% menjadi 47,37%.

**Kata Kunci:** pelatihan, fotografi produk, *go* digital, perekonomian

### **Abstract**

*Jeneponto Regency has empowered Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) as drivers of the economy, especially in facing the era of the digital industrial revolution 4.0 so they can compete and compete. However, the Jeneponto UMKM business actors have not made the most of the use of technology to the fullest, especially in terms of shooting techniques or product photos as promotional materials and product marketing. The purpose of this community service is to increase knowledge of Jeneponto MSME business actors through training in product photo techniques to produce a more attractive and quality appearance. The implementation method applied is presentation, discussion and demonstration of material as well as practice by the participants. This training was attended by around 19 people from various types of UMKM in Jeneponto district. Evaluation of increased knowledge is measured through the results of the pre-test and post-test during training. The result of the implementation of community service is to increase the knowledge of participants in Jeneponto Regency MSME business actors about how to take product photos, which is shown from the results of a comparison of the percentage of pre-test and post-test on material understanding of product photo angels from 15.79% to 89.47%, composition product photos from 5.26% to 78.95%, photo boxes from 5.26% to 84.21%, and the Canva editing application from 10.53% to 47.37%.*

*Keywords: training, product photography, go digital, the economy*

## **PENDAHULUAN**

Kabupaten Jeneponto adalah salah satu Kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 749,79 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk sebanyak 401.610 jiwa, terdiri atas 198.526 jiwa penduduk laki-laki dan 203.084 jiwa penduduk perempuan (Kabupaten Jeneponto, 2020). Sesuai dengan visi dan misi, pemerintah kabupaten Jeneponto menginginkan peningkatan perekonomian daerah melalui pengelolaan sumber daya daerah yaitu salah satunya dengan memberdayakan para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai penggerak perekonomian secara mikro dan makro agar bisa mengembangkan dan memasarkan produknya supaya dapat bersaing dan berkompetisi dalam dunia industri digital khususnya di era revolusi industri digital 4.0 (Werdani et al., 2020). Dari jumlah UMKM dan unit usahanya yang cukup beragam di berbagai sektor ekonomi serta kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, UMKM menjadi salah satu roda penggerak dalam pembangunan ekonomi lokal (Setyowati & Rohmah, 2022). Di samping itu, sisi lainnya adalah gejolak persaingan bisnis dan usaha dari tiap-tiap industri yang ada, menjadikan berbagai bentuk perkembangan diantaranya adalah tampilan produk secara visual untuk bisa dipasarkan secara digital melalui media sosial, *website* ataupun *e-commerce* yang tersedia (Prasetya et al., 2020). Perkembangan UMKM merupakan salah satu cara dalam menanggulangi pengangguran, memerangi kemiskinan serta upaya pemerataan pendapatan masyarakat (Agustin et al., 2022).

Pada UMKM kabupaten Jeneponto menitikberatkan fokus produk pada beberapa hasil olahan produksi lokal seperti aneka kerajinan tangan dan jajanan khas tradisional Jeneponto, garam, gula merah, tuak manis, minyak kuda dan miniatur kincir. Selama ini, sebagian pelaku usaha UMKM di kabupaten Jeneponto yang tidak paham akan penggunaan teknologi melakukan pemasaran produk secara konvensional yaitu dengan cara menjual secara langsung kepada konsumen dan ini dianggap kurang berhasil dengan melihat minat pembeli yang begitu minim karena

terbentur pada penjualan yang ada pada wilayah lokal ataupun wilayah yang ada di sekitar tempat di mana produk itu diproduksi.

Ada juga beberapa pelaku usaha sudah mulai memanfaatkan media sosial tetapi terbentur dari cara menampilkan gambar atau foto produk yang di-*share* tidak memberikan daya tarik bagi konsumen dikarenakan tidak memperhatikan teknik pengambilan gambar atau foto produk yang benar. Seperti diketahui bahwa, strategi pemasaran sering kali diibaratkan sebagai jantung kehidupan sebuah usaha (Purwanto & Veranita, 2018). Dengan adanya foto produk yang menarik menjadi salah satu strategi pemasaran yang jitu di tengah ketatnya persaingan pasar digital (Rahmayanti, 2021).

Foto produk adalah foto yang diambil dan digunakan di sebuah *website*, *e-commerce*, atau media sosial untuk mendorong penjualan produk atau layanan (Sari & Irena, 2022). Jadi, foto produk juga seperti iklan yang bertujuan menarik konsumen untuk melakukan aksi yang diinginkan seperti pembelian (Lestari, 2020). Ada tiga alasan kenapa foto produk penting yaitu foto produk yang berkualitas bisa memberikan kesan pertama yang baik kepada calon pembeli, foto produk yang berkualitas bisa mencerminkan kualitas produk yang ditawarkan, dan foto produk menjadikan bagian penting dalam keputusan pembeli (Nurlaily & Asmoro, 2021).

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh tim PkM ke kabupaten Jeneponto, maka yang menjadi kekurangan pada pelaku usaha UMKM yaitu belum memanfaatkan penggunaan teknologi secara maksimal terutama dalam hal teknik pengambilan gambar atau foto produk untuk digunakan sebagai bahan promosi dan pemasaran produk. Permasalahan yaitu bagaimana meningkatkan kualitas promosi produk UMKM Kabupaten Jeneponto melalui teknik foto produk yang berkualitas dan bagaimana meningkatkan keterampilan pelaku usaha UMKM Kabupaten Jeneponto agar bisa bersaing dalam dunia industri *go digital*.

Dengan permasalahan yang ada maka perlu dilakukan suatu pelatihan yang mengajarkan tentang teknik fotografi suatu produk melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tujuan kegiatan ini untuk menambah pengetahuan dan meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM di kabupaten Jeneponto

khususnya dalam teknik pengambilan foto produk dengan memanfaatkan *handphone* (HP) maupun kamera, *tripod*, *lighting* serta beberapa properti untuk tampilan yang lebih menarik dan berkualitas dalam mempromosikan produk kepada masyarakat melalui media sosial maupun *website* sehingga bisa menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut.

Selain itu, untuk mendukung tercapainya visi dan misi pemerintah Kabupaten Jeneponto sehingga para pelaku UMKM bisa bersaing dalam dunia industri *go digital*. Meningkatnya produktivitas pemasaran dan penjualan produk UMKM tentu akan berdampak pada peningkatan perekonomian Indonesia pada umumnya dan peningkatan perekonomian daerah pada khususnya di Kabupaten Jeneponto.

## **METODE**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada kantor Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan. Kegiatan ini dilakukan dengan cara memberikan sosialisasi dan pelatihan tentang teknik foto produk agar terlihat lebih menarik dan berkualitas. Sosialisasi dan pelatihan ini diikuti sekitar 19 orang yang berasal dari berbagai jenis UMKM yang ada di kabupaten Jeneponto. Pada kegiatan PkM ini, proses pelaksanaan yang dilakukan adalah melakukan kegiatan sosialisasi terlebih dahulu untuk mengetahui metode pelaksanaan yang tepat agar target dan tujuan tercapai dan tepat sasaran. Adapun tahapan kegiatan yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan.

Untuk metode yang diterapkan dalam pelaksanaan kegiatan PkM ini meliputi metode presentasi, metode diskusi dan metode demonstrasi dan praktik. Pada metode presentasi dilakukan pemaparan materi secara rinci tentang teknik-teknik pengambilan foto produk terkait *angle* fotografi produk, komposisi foto produk serta cara mengedit gambar agar lebih menarik dan berkualitas dengan menggunakan aplikasi *editing* yang instan seperti *snapseed*, *picsart*, atau *canva*. Kemudian dilanjutkan dengan metode diskusi digunakan untuk mengakomodasi semua pertanyaan-pertanyaan dari peserta seputar materi yang telah disampaikan. Setelah itu, dilanjutkan dengan metode demonstrasi yang disertai dengan praktik

secara langsung untuk memberikan pengalaman kepada peserta bagaimana cara mengambil foto produk yang baik dan benar sesuai teknik-teknik yang ada dengan menggunakan *handphone* maupun kamera. Selain itu, juga dibimbing dan diajarkan cara mengedit foto agar terlihat lebih menarik dan berkualitas.

Adapun teknik yang digunakan untuk mengetahui pengetahuan dan kemampuan peserta tentang teknik fotografi yaitu dengan melakukan *pre-test* di awal sebelum pelatihan dimulai menggunakan *Google Form*. Sedangkan untuk mengukur tingkat pencapaian pengetahuan peserta, pada akhir kegiatan dilakukan evaluasi peserta dengan melakukan *posttest* menggunakan parameter yang sama dengan *pre-test*, kemudian dilakukan analisis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan dihadiri oleh 19 peserta yang terdiri dari pelaku usaha UMKM binaan PT. Vena Energi Kabupaten Jeneponto, dosen Universitas Dipa Makassar selaku tim pelaksana kegiatan, Pimpinan PT. Energi Bayu Jeneponto (Vena Energi) selaku mitra kerja sama dan turut hadir Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Jeneponto untuk membuka acara. Kegiatan pelatihan dilaksanakan selama dua hari yakni pada tanggal 9-10 Desember 2022 pukul 09.00-15.00 WITA bertempat di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Jeneponto.

Sebelum pelaksanaan kegiatan, diinformasikan kepada para peserta pelaku UMKM agar membawa sampel produk dan properti sederhana untuk dijadikan objek gambar pada proses praktik. Sebelum pelatihan dimulai, kegiatan diawali dengan melakukan *pre-test* dan *posttest* di akhir kegiatan dengan menggunakan *Google Form*. Tujuannya untuk mengukur sejauh mana pengetahuan peserta sebelum dan setelah pelatihan. Adapun sampel produk UMKM dari beberapa pelaku usaha ditunjukkan pada Gambar 1. Pada Gambar 1 terlihat beberapa produk yang telah dihasilkan oleh UMKM yang ada di Kabupaten Jeneponto yaitu aneka kerajinan tangan seperti topi anyaman, lampu tidur, hiasan perahu dan aneka makanan seperti kerupuk pisang, kerupuk talas, kerupuk daun kelor, abon kuda dan beberapa produk lainnya.



**Gambar 1 Produk UMKM dari Beberapa Pelaku Usaha**

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan pelatihan dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu tahap pemaparan materi, diskusi, demonstrasi dan praktik. Pada tahap pemaparan materi, pemateri menjelaskan materi tentang fotografi produk terkait *angel* fotografi produk, komposisi foto produk, *editing* foto produk, dan aplikasi dalam *editing* foto. Pemaparan materi seperti pada Gambar 2 dilakukan dengan cara ceramah mengenai *tips* foto produk yang keren dengan bermodal *handphone*, sudut pandang pengambilan objek foto, cara menempatkan objek dan properti sehingga membuat kesatuan yang utuh, proses penyempurnaan foto produk sebelum di *publish* dengan aplikasi *editing* yang instan seperti *snapseed*, *picsart*, atau *canva*.



**Gambar 2 Pemaparan Materi oleh Narasumber**

Adapun untuk mempercantik kualitas gambar dari produk, peserta diajarkan mengenai pembuatan media foto atau *box* foto menggunakan peralatan dan perlengkapan sederhana seperti kardus, kertas karton, *cutter*, dan spidol seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Kemudian dilanjutkan pada tahap diskusi di mana

peserta diberi kesempatan untuk memberikan pertanyaan seputar materi yang telah dipaparkan atau hal-hal yang berkaitan dengan fotografi produk.



**Gambar 3 Perlengkapan Foto Produk**

Adapun hal-hal yang ditanyakan seperti bagaimana menghasilkan kualitas foto yang menarik dengan kemampuan *handphone* yang kualitas kameranya tidak begitu baik, serta rekomendasi aplikasi yang mudah dipelajari dan digunakan dalam melakukan *editing* foto. Pertanyaan-pertanyaan tersebut kemudian dijawab oleh pemateri dan didemonstrasikan pada peserta agar dapat mudah dipahami.



**Gambar 4 Demonstrasi Materi oleh Narasumber**

Tahap ketiga yaitu tahap demonstrasi. Pemateri mendemonstrasikan mengenai cara pembuatan *box* foto, cara memberikan pencahayaan ke objek agar kualitas gambar menjadi lebih baik, komposisi objek dan properti serta teknik *editing* dengan aplikasi bawaan *handphone* atau aplikasi *canva*. Pada tahap ini,

peserta melihat secara langsung tata cara dan melakukan praktik didampingi oleh tim pengabdian seperti pada Gambar 4.

Pada tahap praktik, peserta didampingi tim pengabdian melakukan praktik fotografi produk berdasarkan teknik fotografi produk yang telah dijelaskan dan didemonstrasikan oleh pemateri seperti yang terlihat pada Gambar 5. Perangkat-perangkat yang telah disediakan seperti foto *box*, peralatan pencahayaan seperti *ring light*, lampu *portable*, senter atau kamera *handphone*, *property* seperti hiasan, bunga, *background* gambar digunakan semaksimal mungkin oleh peserta. Adapun hasil fotografi produk dari beberapa peserta ditunjukkan pada Gambar 6.



**Gambar 5** Praktik dan Pendampingan oleh Tim Pengabdian



**Gambar 6** Hasil Foto Produk UMKM



Untuk mengukur tingkat pencapaian pengetahuan peserta, pada akhir kegiatan dilakukan evaluasi peserta dengan melakukan *posttest* menggunakan parameter yang sama dengan *pre-test*, hasil kemudian dianalisis. Hasil evaluasi pengetahuan peserta ditunjukkan pada Tabel 1. Peserta dapat menjelaskan apa yang disebut *angel* foto produk dan sudah menerapkan pengambilan gambar pada sudut tertentu namun belum memahami dengan jelas, teknik dan pemahaman mengenai *angel* foto yang tepat.

**Tabel 1 Perbandingan Pengetahuan Peserta Sebelum dan Setelah Pelatihan**

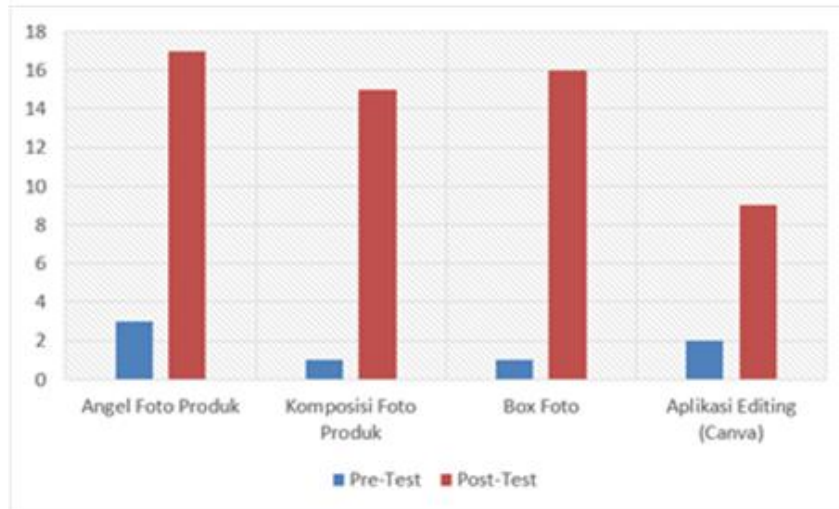
<b>Hasil</b>	<b>Angel Foto Produk</b>	<b>Komposisi Foto Produk</b>	<b>Box Foto</b>	<b>Aplikasi <i>Editing</i> (Canva)</b>
<i>Pre-Test</i>	3	1	1	2
<i>Posttest</i>	17	15	16	9

Setelah menerima materi, peserta dapat menyebutkan teknik yang biasa digunakan dan yang tepat dalam mengambil foto produk. Sama halnya dengan komposisi produk, peserta tidak dapat menjelaskan apa yang dimaksud dengan komposisi produk.

Melalui pelatihan, peserta kemudian memahami makna komposisi produk dan dapat menentukan komposisi yang tepat, baik dalam meletakkan produk maupun properti sehingga menjadi satu kesatuan yang utuh. Sebelumnya, peserta menganggap kualitas foto tergantung pada kualitas kamera, namun melalui pelatihan dengan pembelajaran pembuatan *box* foto maka kualitas gambar dengan pencahayaan yang dipantulkan melalui *box* foto dapat meningkatkan kualitas gambar menjadi lebih baik. Untuk aplikasi *editing* foto, rata-rata peserta hanya menggunakan aplikasi bawaan *handphone*. Melalui pelatihan penggunaan aplikasi *canva*, peserta mengetahui teknik *editing* untuk memaksimalkan informasi pada Foto produk.

Dari beberapa materi mengenai teknik fotografi produk, secara visual terlihat pada Gambar 7 adanya peningkatan pengetahuan peserta akan materi sebelum dan setelah pelatihan. Materi tentang *angel* foto produk dari sebelum pelatihan hanya berjumlah tiga peserta yang mengetahui dan memahami hal tersebut dengan persentase 15,79%, dan saat setelah pelatihan berlangsung, meningkat signifikan

jumlah peserta yang mengetahuinya yaitu menjadi 17 peserta dengan persentase 89,47%.



**Gambar 7 Perbandingan Pengetahuan Peserta Sebelum dan Setelah Pelatihan**

Materi tentang komposisi foto produk dari sebelum pelatihan hanya berjumlah satu peserta yang mengetahui dan memahami hal tersebut dengan persentase 5,26%; dan saat setelah pelatihan berlangsung, meningkat signifikan jumlah peserta yang mengetahuinya yaitu menjadi 15 peserta dengan persentase 78,95%. Materi tentang *box* foto produk dari sebelum pelatihan hanya berjumlah satu peserta yang mengetahui dan memahami hal tersebut dengan persentase 5,26%; dan saat setelah pelatihan berlangsung, meningkat signifikan jumlah peserta yang mengetahuinya yaitu menjadi 16 peserta dengan persentase 84,21%. Materi tentang aplikasi *editing canva* dari sebelum pelatihan hanya berjumlah dua peserta yang mengetahui dan memahami hal tersebut dengan persentase 10,53%; dan saat setelah pelatihan berlangsung, meningkat jumlah peserta yang mengetahuinya yaitu menjadi sembilan peserta dengan persentase 47,37%.

## **SIMPULAN**

Pelaksanaan pengabdian masyarakat melalui pelatihan fotografi produk telah meningkatkan pengetahuan peserta pelaku usaha UMKM Kabupaten Jeneponto sehingga dapat menghasilkan foto produk yang lebih menarik dan berkualitas

dengan penerapan *angel* foto, komposisi foto produk, teknik pencahayaan dengan bantuan *box* foto dan aplikasi *canva* dalam melakukan *editing* foto. Hal ini ditunjukkan dari hasil perbandingan persentase *pre-test* dan *posttest* terhadap pemahaman materi tentang *angel* foto produk dari 15,79% menjadi 89,47%, komposisi foto produk dari 5,26% menjadi 78,95%, *box* foto dari 5,26% menjadi 84,21%, dan aplikasi *editing canva* dari 10,53% menjadi 47,37%.

## 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.
- Kabupaten Jeneponto, B. P. S. (2020). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Jeneponto, Jumlah Penduduk (Jiwa), 2018-2020*, (Online) (<https://jenepontokab.bps.go.id/indicator/12/30/1/jumlah-penduduk.html>).
- Lestari, P. A. (2020). Pelatihan teknik fotografi menggunakan smart phone untuk meningkatkan nilai produk hasil kerajinan tangan di yayasan kasih peduli anak kota denpasar. *Jurnal Lentera Widya*, 1(2), 1-7.
- Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan visual branding usaha rintisan. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347-356.
- Purwanto, Y. S., & Veranita, M. (2018). Pelatihan fotografi dasar bagi pelaku usaha kecil dan menengah (ukm) kecamatan lengkung kota bandung. *Dharma Bhakti Ekuitas*, 2(2), 205-211.
- Prasetya, A. J., Laksono, Y. T., & Hidayat, W. (2020). Pengabdian kepada masyarakat (PKM) pengembangan marketing website dan desain kemasan pada UKM Bumi Cipta Sejahtera Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01), 92-98.
- Rahmayanti, H. D. (2021). Pendampingan foto produk umkm komunitas saung taleus di kota bogor menggunakan ponsel cerdas. *Jurnal Pekamas*, 1(2), 79-83.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi visual melalui foto produk untuk meningkatkan nilai jual produk umkm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3), 633-642.
- Setyowati, R., & Rohmah, A. N. (2022). Peningkatan promosi melalui fotografi produk dengan smartphone pada bukuan fried chicken (bfc). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(3), 75-82.
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., Sukoco, J. B., Windriya, A., & Iskandar, D. (2020). Pelatihan pemasaran produk homemade melalui sosial media. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 4(1), 1-5.