

Pendampingan pelatihan cara pengambilan foto produk UMKM untuk pemasaran di media social

Dwi Nugraheny^{*}, Asih Pujiastuti, Sudaryanto, Hero Wintolo, Harliyus Agustian, Salam Aryanto, Yuliani Indrianingsih, Anton Setiawan Honggowibowo
Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto
Email Korespondensi: *henynug@gmail.com

Received July 4, 2021; Revised August 23, 2021; Accepted August 24, 2021

Abstrak

Perkembangan fotografi sangatlah pesat dan menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Banyak peluang usaha yang dapat diciptakan melalui karya fotografi, salah satunya untuk menunjang pemasaran suatu produk. Foto produk merupakan salah satu faktor yang menunjang agar produk yang dijual laku. Fotografi dapat dijadikan media komunikasi visual dalam mempromosikan produk. Pengkok merupakan salah satu desa di Kecamatan Patuk Gunung Kidul. Desa Pengkok memiliki produk-produk unggulan daerah yang diproduksi oleh para Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM). Kegiatan mempromosikan produk-produk unggulan dari daerah sangat penting untuk menunjang kegiatan pariwisata dan perekonomian masyarakat setempat. Salah satu kegiatan untuk mendukung promosi yang dapat dilakukan yaitu pengambilan gambar produk yang menarik. Tidak semua foto produk untuk keperluan promosi dihasilkan dari peralatan mahal dan canggih. Pemahaman tentang teknik fotografi untuk pengambilan foto produk menjadi salah satu bagian penting dalam kegiatan promosi agar menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, perlu dilaksanakan pelatihan teknik fotografi untuk pengambilan foto produk. Dengan alasan inilah, maka untuk memenuhi kebutuhan UMKM Desa Patuk perlu dilakukan pendampingan/pelatihan teknik fotografi untuk pengambilan foto produk dalam bentuk kegiatan Pengabdian pada Masyarakat. Adapun pelaksana pengabdian ini yaitu dosen Program Studi Informatika, Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto dibantu beberapa Mahasiswa Program Studi Informatika. Hasil monitoring evaluasi yang dilakukan selama kegiatan berlangsung adalah adanya peningkatan ketrampilan pelaku UMKM di Desa Pengkok, dalam penggunaan teknik fotografi untuk pengambilan foto produk yang baik dan menarik sebesar 64%.

Kata Kunci: Pendampingan; Pelatihan; Foto Produk; Teknik Fotografi; UMKM; Desa Pengkok.

Abstract

The development of photography is very rapid and has become a very important need for human life. Many business opportunities can be created through photography, one of them is to support the marketing of a product. Product Photos are one of the factors that support so that merchandise will sold well. So it can be said that photography is a medium of visual communication in promoting products. Pengkok village is one of several villages in the Patuk Gunung Kidul sub-district which has many regional superior products produced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The activity of promoting superior products from the region is very important to support tourism activities and the economy of the surrounding community, especially in Patuk District, Gunung Kidul Regency. One of the activities to support promotions that can be done is taking pictures of attractive and beautiful products. Not all product photos for promotional purposes are produced from expensive and sophisticated equipment. Understanding photography techniques to take products' photos is an important part in promoting products that attract consumers' attention. Therefore, there is a need for training in product shooting techniques using a smartphone. For this reason, to meet the needs of partners (BKAD in Patuk District) a Accompaniment/Training on product shooting techniques using Smartphones for MSME products in Pengkok village was held in the form of Community Service activities. The implementers of this service are lecturers of the Informatics Study Program, Adisutjipto Aerospace Technology Institute assisted by several students of the Informatics Study Program. This training is expected to increase the skills of the MSMEs of Pengkok Village in using smartphone cameras to take pictures of their products as marketing support, so that the resulting images/photos look better and attractive to consumers. The result of monitoring evaluation that has been done during the training is, there is 64% skill increase of the MSMEs of Pengkok Village in photography technique to take attractive product photos.

Keywords: *Accompanimen; Training; Product Photos; MSME; Photography Technique; Pengkok Village.*



1. 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% [1]. 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.

Desa Pengkok Kecamatan Pathuk Kabupaten Gunung Kidul Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki kondisi geografis berbukit-bukit dengan luas area 4,59 km² pada tahun 2015 jumlah penduduk yang tercatat 3140 orang dan yang belum bekerja 638 orang[2]. Dengan jumlah penduduk tersebut yang mendiami wilayah dengan luasan seperti yang telah dikemukakan, Desa Pengkok membutuhkan pendampingan untuk meningkatkan kualitas pendidikannya sehingga dapat meningkatkan ekonomi masing-masing keluarga disana. Sebelumnya proses pendampingan telah dilakukan di Kecamatan Pathuk bagi warga yang memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk peningkatan mutu pemasaran melalui media sosial[3]-[5].

Pemasaran yang dilakukan di media sosial harus mengandalkan kepada tampilan foto produk, foto kemasan, atau foto proses produksinya. Karena konsumen yang tertarik berbelanja secara online hanya dapat mengetahui produk yang dijual berdasarkan dari foto-foto yang dipublikasikan dan tidak melihat produk secara langsung. Terutama sekali pada masa pandemi covid-19 yang berlangsung sejak tahun 2020 mengakibatkan kunjungan konsumen ke Desa Pengkok Kecamatan Pathuk Kabupaten Gunung Kidul Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menurun drastis. Sehingga hal ini menjadi permasalahan tersendiri apabila foto produk yang di publikasikan di media sosial kurang menarik. Apalagi 89% konsumen mengambil keputusan untuk berbelanja produk karena pengaruh konten media sosial [6].

Desa Pengkok memiliki UMKM yang memproduksi makanan kecil dan kerajinan yang membutuhkan perbaikan dan cara pemasaran. Dengan memberikan pendampingan kepada para pelaku UMKM-nya dalam bentuk pelatihan foto produk diharapkan terjadi perbaikan kualitas dalam pemasaran produk UMKM tersebut.

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[7] atau dengan menggunakan *external speedlite*[8] dan sumber cahaya dari luar [9] kamera lainnya dapat dimanfaatkan untuk foto produk seperti yang dilakukan pada objek anak-anak[10] dengan ruang yang lebih sempit. Agar hasil foto produk bagus maka para peserta yang mengikuti pelatihan ini didampingi oleh dosen dan dilatih oleh instruktur yang diasistensi oleh mahasiswa Informatika Institut Teknologi Dirgantara Adisutjipto (ITDA) Yogyakarta untuk memahami dasar-dasar fotografi[11][12] sehingga dapat mandiri pada akhirnya.

2. METODE

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.

Tabel 1. Langkah-Langkah Pendampingan Kepada Anggota UMKM

No.	Langkah Pendampingan/Pelatihan	Waktu
1	Membuka wawasan kepada anggota UMKM mengenai pemasaran produk di media sosial	Hari Pertama
2	Memberikan pemahaman pentingnya foto produk yang baik untuk promosi di media sosial	Hari Pertama
3	Pengenalan teknik fotografi	Hari Kedua
4	Pelatihan pengambilan foto produk dengan teknik fotografi yang baik	Hari Kedua
5	Evaluasi hasil praktek pengambilan foto produk anggota UMKM	Hari Ketiga

Adapun teknik fotografi yang dipaparkan pada anggota UMKM antara lain adalah :

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.

Pengambilan foto produk menggunakan alat pendukung yaitu *Studio Box* (Gambar 1). *Studio Box* adalah *Mini Studio Photo Box Lipat Portable* dengan Lampu *Light Emiting 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.

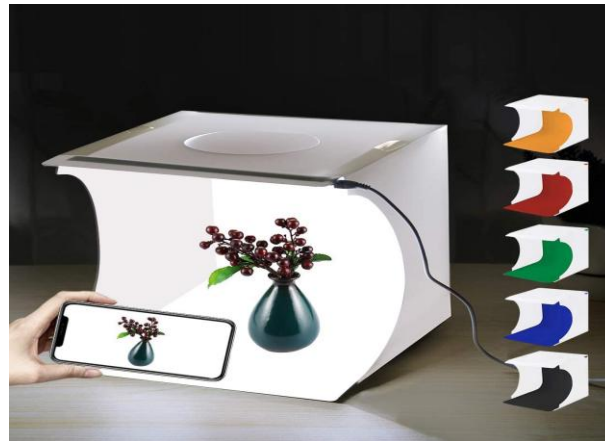
4. *Benefit*

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*.



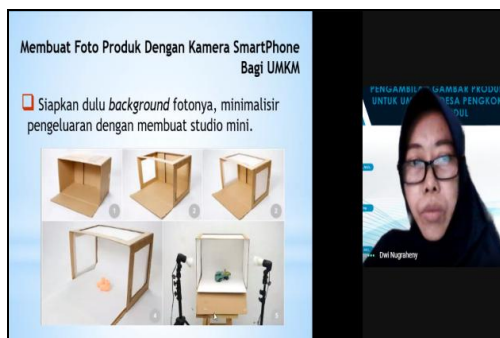
Gambar 1. *Studio Box*

Dengan menggunakan *Studio Box*, maka untuk pengambilan foto produk dapat dilakukan seperti pada Gambar 2. Pada paket bawaan dari *Studio Box* disertakan berbagai pilihan warna untuk mengganti *background*.



Gambar 2. Proses Pengambilan Foto Produk dengan *Studio Box*

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. Gambar 3. (a), (b) merupakan penjelasan melalui tutorial secara *online* tentang alat-alat pendukung lainnya. Kemudian Gambar 4. (a), (b) dilanjutkan dengan pendampingan/pelatihan teknik fotografi dengan mengikuti berbagai tips untuk mendapatkan gambar produk yang baik dan menarik.



(a)



(b)

Gambar 3. Tutorial secara *online* (a) dan (b) alat-alat pendukung yaitu *Studio Box*



(a)



(b)

Gambar 4. (a) dan (b) adalah Pendampingan/Pelatihan pengambilan gambar produk menggunakan *Studio Box* kepada pelaku UMKM desa Pengkok

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran yang dihasilkan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Bertambahnya kemampuan dan ketrampilan pelaku UMKM desa Pengkok di Kecamatan Patuk dalam memaksimalkan penggunaan teknologi guna menghasilkan gambar produk yang menarik untuk memaksimalkan penjualan/pemasaran melalui media *online*.
2. Meningkatnya kemampuan dan ketrampilan pelaku UMKM Desa Pengkok di Kecamatan Patuk dalam hal:
 - a. Mengetahui alat-alat pendukung sederhana yang dapat digunakan untuk pengambilan gambar produk.
 - b. Mengetahui tata cahaya dan tata ruang yang baik saat pengambilan gambar produk.
 - c. Mengetahui cara-cara penataan produk-produk yang akan difoto serta penataan warna *background* agar menghasilkan gambar yang menarik.
 - d. Dapat menentukan ukuran bidang pandang pengambilan gambar.
 - e. 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* dan tentunya untuk menarik minat para konsumen.

Tabel 2. Daftar Peserta dan Produk UMKM di Desa Pengkok, Kecamatan Patuk Gunung Kidul.

No	Nama Peserta	Produk UMKM
1.	Arni Novianti	“Mbak Oppi” Egg Roll
2.	Dwi Lestari	“Seratan” Aneka Olahan Pisang
3.	Dwi Ratna	Telor Asin
4.	Eny Zunarsih	Kripik Katis dan Criping
5.	Fitri Astuti	“Fitri” Rempeyek Kacang
6.	Iis Yuliani	Bronis Pisang dan Kukis
7.	Paeran	Taman Anggrek
8.	Sepriana	Lempeng Telo, Patilo, dan Krecek Telo
9.	Sri Haryati	Bolu Thiwul
10.	Subiyanti.	“Manungghah Rasa” Egg Roll dan Kripik Pisang
11.	Tri Subekti	Criping Pisang
12.	Tri Yatmi	“Mbak Tri” Kripik Pisang
13.	Waliyem	“Rahayu” Sabun Cuci Piring
14.	Wiwik Hikmawati W.	“Mbak Wiek” Olahan Pisang dan Ikan

Setelah dilakukan kegiatan pendampingan/pelatihan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) bagi pelaku UMKM di Desa Pengkok Kecamatan Patuk Gunung Kidul, kemudian dilakukan monitoring dan evaluasi melalui keaktifan pelaku UMKM dalam menghasilkan gambar produk untuk pemasaran produk. Tabel 3 merupakan hasil Hasil Evaluasi Kegiatan PKM pengambilan gambar produk oleh pelaku UMKM di Desa Pengkok, Kecamatan Patuk Gunung Kidul.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Kegiatan PKM di Desa Pengkok, Kecamatan Patuk Gunung Kidul.

No	Nama Peserta	Hasil Gambar Produk		
		Baik	Cukup	Kurang
1.	Arni Novianti	√		
2.	Dwi Lestari	√		
3.	Dwi Ratna		√	
4.	Eny Zunarsih		√	
5.	Fitri Astuti	√		
6.	Iis Yuliani	√		
7.	Paeran	√		

8.	Sepriana		√
9.	Sri Haryati		√
10.	Subiyanti.	√	
11.	Tri Subekti	√	
12.	Tri Yatmi		√
13.	Waliyem	√	
14.	Wiwik	√	
	Hikmawati W.		

Pada Tabel 3 diketahui bahwa para pelaku UMKM di Desa Pengkok, Kecamatan Patuk Gunung Kidul 64% atau 9 peserta telah dapat meningkatkan ketrampilan teknik fotografi untuk menghasilkan gambar produk yang baik dan menarik.



Gambar 5. Hasil Foto Beberapa Produk Peserta UMKM Desa Pengkok, Kecamatan Patuk Gunung Kidul

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Para pelaku UMKM di Desa Pengkok, Kecamatan Patuk Gunung Kidul telah dapat mengetahui strategi pemasaran produk yang baik dan menarik bagi para konsumen melalui hasil gambar-gambar produk yang dibuat dan disajikan melalui media sosial.
2. Sebesar 64% pelaku UMKM di Desa Pengkok sebagai peserta pelatihan mampu membuat foto produk yang baik dan menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] 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.
- [2] Fauzi, A. T., MP, I. G. B., Aini, L. N., & SP, M. S., "Identifikasi Potensi Kawasan Pengembangan Budidaya Tanaman Bambu Di Kabupaten Gunungkidul (Studi Kasus di Kecamatan Playen)", [Skripsi], *Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah. Yogyakarta*, 2016.
- [3] 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. doi:http://dx.doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.520.
- [4] 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. doi:http://dx.doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.524.
- [5] Retnowati, N., Indrianingsih, Y., & Honggowibowo, A., "Pemanfaatan Endorse dan Hashtag untuk Pemasaran Produk Menggunakan Instagram pada UMKM di Kecamatan Patuk Kabupaten Gunung Kidul", *KACANEGARA Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 3(1), 69-80, 2020. doi:http://dx.doi.org/10.28989/kacanegara.v3i1.530
- [6] Kodrat Setiawan. 2020. <https://bisnis.tempo.co/read/1404306/89-persen-konsumen-disebut-belanja-karena-pengaruh-konten-medsos>. Diakses bulan Juli 2021.
- [7] Sugito, S., "Pencahayaannya Kreatif Fotografi Studio Still Life Menggunakan Aksesoris Pencahayaannya Buatan Pada Lampu Belajar", 2017.
- [8] Wibowo, R. S., "Pemotretan Foto Produk Menggunakan Sumber Pencahayaannya Speedlite Dengan Teknik Strobist. Kreator, 4(2), 2017.

- [9] 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.
- [10] INDAH, R. M., "Teknik-Teknik Pencahayaan Dan Pose Pada Objek Anak-Anak Untuk Menghasilkan Karya Fotografi (Doctoral dissertation, UNIMED)", 2019.
- [11] Setiadi, T., "Dasar Fotografi Cara Cepat Memahami Fotografi", Penerbit Andi, 2017.
- [12] Gunawan, A. P., "Pengenalan Teknik Dasar Fotografi", *Humaniora*, 4(1), 518-527, 2013.

