

## Peningkatan Kemampuan Fotografi Produk Menggunakan Smartphone Pada UMKM GUNUSA (Gunungkidul Usaha)

Dhimas Adi Satria<sup>1</sup>  
Universitas Amikom Yogyakarta<sup>1</sup>  
Email: [dhimas@amikom.ac.id](mailto:dhimas@amikom.ac.id)<sup>1</sup>

### Info Artikel

#### Riwayat Artikel

*Diterima: 12 Oktober 2022*

*Direvisi: 24 Maret 2023*

*Disetujui: 28 Maret 2023*

*Dipublikasikan: 30 Maret 2023*

#### Keyword:

*Fotografi*

*Produk*

*UMKM*

*Smartphone*

### Abstract

The development of the world of photography today is very rapid and has become a very important need in human daily life. The diversity of social media is a means of appreciating and publishing photography or images. So that there are many opportunities that can be obtained from the diversity of social media for the development of photography, one of which is photography is used as a marketing medium for a product. Product photos are one of the factors that support whether the product looks attractive or not when it is promoted on social media. GUNUSA or (Gunungkidul Usaha) is a Micro, Small and Medium Enterprise (UMKM) that covers all areas in Wonosari, Gunungkidul Yogyakarta. Where the people who are members of this group are small regional community groups that have products that have high selling value. However, understanding of techniques and the use of product photos as promotional needs is still hindered by expensive and sophisticated equipment, besides that, community resources in the area are still rarely knowledgeable about the use of product photos. For this reason, to meet the needs of Gunusa, it is necessary to provide assistance and training on product photography techniques in the form of introduction to theory, practice on location, and product photo trials with media from each business field of UMKM participants, it is hoped that by using Smartphones as a cheap photography tool. and easy to find can increase marketing on social media

Artikel ini dapat diakses secara terbuka dibawah lisensi CC-BY



### Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada masa pandemi ini mulai berkembang sangat pesat di Indonesia. UMKM menjadi kelompok usaha yang paling besar di Indonesia dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 60% (Pradiani, T 2017) . Usaha UMKM sendiri saat ini mulai mengalami berbagai macam krisis, mulai dari persaingan ide dalam pembuatan produk, harga yang kompetitif, serta strategi pemasaran yang mulai beragam. Sosial media menjadi salahsatu media pemasaran produk UMKM karena dinilai memiliki biaya yang lebih murah (gratis) dan dapat dikembangkan secara pribadi(Nugraheny, D., Dkk. 2021)

Gunusa (Gunungkidul Usaha) merupakan sebuah paguyuban UMKM yang berada di Wonosari, Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Memiliki basecamp yang beralamat di Base Camp Pasar Argosari, Lantai 2, Jl. Brigjen Katamso, Purbosari,

Wonosari. Komunitas tersebut mampu memberikan wadah bagi ratusan pengusaha UMKM di daerah Gunungkidul dimana mereka memiliki kesempatan untuk saling bertukar informasi terkait bisnis usaha mereka. Dengan banyaknya anggota UMKM yang tersebar di daerah Gunungkidul, maka pengelola (tim Gunusa) sendiri membutuhkan sebuah media pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan wawasan bagi peserta paguyuban UMKM. Salah satu yang dibutuhkan dari pengembangan potensi dan peningkatan kemampuan adalah mengenai pemasaran produk pada media sosial, karena sampai saat ini banyak peserta paguyuban yang masih belum bisa memaksimalkan dalam melakukan pemasaran di media sosial terutama terkait bentuk foto produk yang dipasarkan.



**Gambar 1. Lokasi Sederhana Basecamp UMKM**

Fotografi Produk merupakan salah satu aliran dan teknik dalam fotografi yang biasanya digunakan untuk media pemasaran atau iklan, dalam foto produk sendiri banyak sekali faktor penentu untuk menciptakan foto yang menarik dan terlihat baik yaitu faktor pencahayaan, komposisi, dan properti pada foto. Pada era modern saat ini, dalam membuat sebuah karya foto tidak harus menggunakan kamera professional atau kamera Digital, namun perkembangan teknologi kamera sudah mengarah ke perangkat nirkabel atau ponsel atau lebih dikenal dengan smartphone.

Penggunaan kamera digital memang dinilai memiliki kemampuan menangkap gambar yang lebih baik dibandingkan dengan smartphone pada kondisi tertentu seperti kondisi pencahayaan yang rendah, namun memiliki kekurangan dalam segini biaya operasional perangkat yang cenderung lebih mahal jika dibandingkan smartphone. Sedangkan pada kondisi pencahayaan yang optimal hasil foto menggunakan kamera smartphone bisa menyamai kamera Digital. Pada kasus ini, Anggota dari Paguyuban Gunusa sendiri sebagian besar tidak memiliki perangkat kamera digital, selama ini dalam media pemasaran mereka hanya mengandalkan perangkat smartphone yang mereka miliki.

Untuk itu disini pengabdian akan mencoba membuat pelatihan dan pendampingan oleh dosen dan instruktur fotografi terkait pemanfaatan *smartphone* dalam foto produk sebagai sarana pemasaran di media sosial.

## Metode

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan sebagai salah satu program pengabdian kepada masyarakat oleh Universitas Amikom Yogyakarta. Dalam melakukan perumusan konsep pelaksanaan kegiatan, Tim dari pengabdi dan juga Tim dari Gunusa melakukan beberapa kali diskusi untuk mendapatkan metode dan media pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra

Dari permasalahan yang dihadapi mitra, disini pengabdi membuat beberapa skema dan solusi, diantaranya yaitu:

1. Membuka wawasan kepada anggota UMKM mengenai pemasaran produk di sosialmedia
2. Memberikan pemahaman pentingnya foto produk yang baik sebagai promosi
3. Pengenalan teknik fotografi dalam foto produk
4. Memaksimalkan penggunaan *smartphone* dalam memotret produk
5. Pelatihan pengambilan foto produk yang baik
6. Evaluasi hasil praktek pengambilan foto dari anggota UMKM

Berdasarkan perumusan yang direncanakan, diharapkan peserta anggota komunitas UMKM Gunusa mendapatkan manfaat dari proses pembelajaran yang dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

**Tabel 1. Target Capaian yang Ditawarkan**

No	Target Capaian	PreTest
1	Strategi Pemasaran Foto Produk	Peserta mampu memahami bentuk foto produk yang akan dijadikan media pemasaran, strategi branding dari produk yang dimiliki, serta memaksimalkan akun sosial media dengan baik
2	Pengenalan teknik fotografi produk	Masing masing peserta mampu mempraktekan teknik fotografi produk terhadap produk yang mereka sendiri
3	Memaksimal penggunaan kamera <i>smartphone</i>	Peserta mampu mengoptimalkan perangkat <i>smartphone</i> yang dimiliki, mampu melakukan pengambilan foto dengan maksimal, serta mampu melakukan editing foto menggunakan aplikasi yang ada pada <i>smartphone</i>

## Hasil dan Pembahasan

Pada pelaksanaan kegiatan, diawali dengan pembekalan dan pengarahan kepada peserta, diawali dengan sambutan dan pembekalan dari ketua Komunitas UMKM GUNUSA yaitu bapak Adianas yang menyampaikan terkait pengelola manajemen produk UMKM dan pembukaan acara, dilanjutkan dengan pembawaan materi Fotografi Produk oleh Bapak Dhimas Adi Satria, M.Kom.



Gambar 2. Pembekalan Materi Fotografi Produk

Pada Pembekalan materi disini meliputi:

1. Materi 1: Pengaruh Media Sosial dalam menyebarkan informasi dan medianya, disini dilakukan pembahasan terkait perbedaan sosial media, dan *marketplace* sebagai sarana promosi dan jual beli yang sedang populer di kalangan UMKM
2. Materi 2 : Pengenalan Pemanfaatan *Smartphone*. Dimana saat ini kemampuan *smartphone* dalam memotret sudah sangat mumpuni. Pada materi ini dikenalkan tentang Pengaturan pada *smartphone* mulai dari aspek Rasio, *Triangle exposure*, penggunaan Lensa, *White Balance*, dan Pengaturan lainnya.
3. Materi 3 : Pengenalan Teknik Fotografi Produk. Pada materi ini dilakukan pembahasan singkat tentang teknis fotografi produk yang mudah dipahami oleh peserta, dimana pembahasan meliputi: Pengaturan *Lighting*, Jenis *Lighting* yang sederhana, penentuan *Angle*, dan penentuan *Composition* dalam fotografi Produk.

Setelah melakukan pembekalan materi dasar terkait fotografi produk menggunakan *smartphone*. Berikutnya peserta mempersiapkan produk yang sudah dibawa dan dari Tim Pengabdian mempersiapkan lokasi foto produk. Pada persiapan lokasi ini, tetap dilakukan di Basecamp GUNUSA Pasar Argosari Lantai 2, dengan melakukan penataan ruangan *Indoor* dan *Outdoor*.

Pada penataan ruang *Indoor*, dibuat menjadi 4 buah lokasi studio foto produk yang terdiri dari dua buah setup studio dengan *background* warna pastel (biru dan kuning), setup studio dengan *background* gelap untuk konsep *Lowkey*, dan setup studio dengan mini studio box untuk mendapatkan konsep *highkey*. Semua setup yang ada di *Indoor* ditambahkan dengan *Continous Lighting* dan *Rustic Property* dimana peserta dapat melakukan eksplorasi dengan peralatan yang sudah disediakan



**Gambar 3. Praktek peserta memotet produk**

Pada penataan ruang *Outdoor*, bertujuan untuk memberikan efek pencahayaan yang menggabungkan cahaya alami (*Natural Light*) dari matahari dengan cahaya buatan (*Artificial Light*) dari lampu LED yang disediakan. Penataan ruang *Outdoor* ini menggunakan dua buah studio yang pertama menggunakan *background* putih dan yang kedua menggunakan *background* berteksture kayu dan bebatuan.



**Gambar 4. Hasil Foto Produk dari Peserta**

Setiap peserta membawa produk yang mereka hasilkan, produk yang dibawa berupa makanan kemasan, makanan siap saji, kerajinan tangan, dsb. Sehingga peserta dapat menerapkan produk yang dibawa dengan memilih dan mencoba semua penataan *Background* yang sudah disediakan oleh Tim Pengabdi.

Setelah foto produk selesai dibuat, berikutnya peserta akan melakukan pengolahan atau perbaikan dari foto yang dihasilkan. Pada tahapan ini juga dilakukan pembekalan terpadu terhadap peserta terkait bagaimana tata cara melakukan perbaikan dan penataan foto agar layak jika dijadikan *Feed* atau postingan pada media sosial. Semua tahap editing dilakukan menggunakan aplikasi yang ada pada *Smartphone*. Proses editing dilakukan melalui dua tahap diantaranya yaitu:

1. Tahap Pertama, dilakukan proses editing perbaikan dasar foto produk, proses ini dilakukan menggunakan aplikasi *lightroom mobile* dan *snapseed* yang ada pada *smartphone*. Tujuan dari editing ini adalah untuk memperbaiki pencahayaan dan warna foto agar terlihat lebih menarik, perbaikan tersebut meliputi: *Cropping*, *Rotating*, *Brightness*, *Contrast*, *Shadow*, *Highlight*, *Saturation*, & *Clonestamp*.

2. Tahap Kedua, dilakukan proses editing penambahan konten dalam foto, konten disini meliputi elemen Teks, Grafik, dan ornament gambar lain yang bertujuan untuk memberikan informasi tambahan pada foto. Proses editing ini dilakukan menggunakan Aplikasi Canva.



Gambar 4. Penambahan Elemen Desain pada Hasil Foto

### Simpulan

Peran serta *smartphone* selain sebagai media komunikasi ternyata bisa dimanfaatkan dengan baik oleh UMKM sebagai media pembuatan konten kreatif dan menarik dalam segi Fotografi. Beberapa hal yang dapat disimpulkan dari kegiatan pelatihan fotografi produk ini adalah:

1. Kegiatan pelaksanaan pelatihan fotografi produk menggunakan *smartphone* pada komunitas UMKM Gunusa dapat terlaksana dengan baik, terbukti diikuti oleh banyak orang dengan antusiasme dan minat yang sangat tinggi.
2. Peserta dapat membuktikan dan menyerap ilmu yang diterima, mulai dari pengenalan teori fotografi produk, mempraktekkan foto dengan bahan yang sudah dibawa, hingga melakukan pengeditan foto hingga layak dijadikan sebagai media promosi ke media sosial

Berdasarkan evaluasi kegiatan pelatihan pengenalan fotografi produk pada UMKM Gunusa ini, maka diperlukan kegiatan lebih lanjut tentang:

1. Pelatihan Digital marketing dalam proses pemasaran
2. Pelatihan optimalisasi akun media sosial dan *marketplace online*

### Daftar Pustaka

- Pradiani, T. (2017). "Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan", *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53,
- Nugraheny, D., Dkk. (2021) "Pendampingan pelatihan cara pengambilan foto produk UMKUK untuk pemasaran di media social". *Jurnal Kacanegara*.
- Hasan, Samsurijal. (2021) "Pengaruh Sosial media dalam Peningkatan Pemasaran UMKM Kuliner Selama Pandemi Covid-19". *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2(1):30-40.

- 
- Sugito, S., (2017) "Pencahayaan Kreatif Fotografi Studio Still Life Menggunakan Aksesoris Pencahayaan Buatan Pada Lampu Belajar",
- Wibowo, R. S., (2017) "Pemotretan Foto Produk Menggunakan Sumber Pencahayaan Speedlite Dengan Teknik Strobist. Kreator, 4(2),