



PELATIHAN FOTOGRAFI GUNA Mendukung Pemasaran Digital Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

**Yulia Sariwaty S.¹⁾, Veny Purba²⁾, Maya Retnasary³⁾, Ferdinandus Ngare⁴⁾,
Dimas Akhsin Azhar⁵⁾, Rani Rahmayani⁶⁾.**

^{1,3,4,5,6)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Desain,
Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Bandung, Indonesia.

^{2*)}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Langlangbuana, Bandung, Indonesia.

Email: ¹⁾yulia@ars.ac.id, ²⁾purba.veny311@gmail.com, ³⁾Maya.retnasary7@gmail.com,
⁴⁾ferdingare@gmail.com, ⁵⁾dimas.a.azhar@gmail.com, ⁶⁾rani@ars.ac.id

Abstract

Micro, small and medium enterprises or better known as UMKM have a sizable contribution to the Indonesian economy, therefore a supporting capacity is needed in developing ways of offering products that have experienced a shift from conventional to digital marketing systems. The photography training for marketers of UMKM products this time aims to provide basic training on photography techniques in obtaining product images that support the delivery of visual messages conveyed when carrying out marketing communications through the digital media they use, both social media and market places. The basic photography skills introduced also deliberately utilize smartphone technology to make it easier for marketers to take product images, edit and make product offers in a short time in one medium. The final achievement of this training is shown by the proportional increase and sharpness of the images produced by the participants, this can be seen through the comparison of the results of the images obtained during the pre-test and post-test.

Keywords: *Photography, Marketing, Digital.*

Abstrak

Usaha mikro kecil menengah atau lebih dikenal dengan istilah UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar dalam perekonomian Indonesia, oleh sebab itu dibutuhkan adanya daya dukung dalam mengembangkan cara penawaran produk yang telah mengalami pergeseran dari sistem pemasaran secara konvensional ke digital. Pelatihan fotografi bagi para pemasar produk-produk UMKM kali ini bertujuan untuk memberikan pembekalan dasar mengenai Teknik fotografi dalam memperoleh gambar produk yang mendukung penyampaian pesan visual yang disampaikan pada saat melakukan komunikasi pemasaran melalui media digital yang digunakannya, baik media sosial maupun market place. Keterampilan dasar fotografi yang diperkenalkan juga sengaja memanfaatkan teknologi smartphone tujuannya guna memudahkan para pemasar dalam mengambil objek gambar produk, editing dan melakukan penawaran produk dalam waktu singkat dalam satu media. Capaian akhir dari pelatihan ini ditunjukkan dari adanya peningkatan proporsional dan ketajaman hasil gambar yang dihasilkan oleh para peserta, hal tersebut terlihat melalui perbandingan hasil gambar yang didapatkan saat pre-test dan post test.

Kata Kunci: *Fotografi, Pemasaran, Digital.*

A. PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, telah terjadi pergeseran sistem pemasaran produk maupun jasa, jika dahulu produk atau jasa ditawarkan secara konvensional, saat ini penawaran dan transaksi dapat dilakukan bersamaan melalui pemanfaatan media digital. Keunggulan yang dimiliki oleh sistem pemasaran digital adalah penerapan komunikasi pemasaran yang bisa dilakukan bersamaan dalam satu akun,

artinya produsen tidak hanya bisa melakukan memajang penawaran, promosi, iklan produk, namun juga memungkinkan menjawab pertanyaan konsumen mengenai produk pada akun media sosial pemasarannya atau melalui akun *market place* yang pemasar gunakan.

Dalam pemasaran online, setiap pemasar harus memiliki inovasi dan menangkap selera pasar dalam membuat strategi komunikasi pemasarannya,

tujuannya agar dapat bersaing secara sehat dengan pesaing lainnya, terutama yang memasarkan kategori produk yang sama.

Salah satu cara untuk memperkuat strategi komunikasi pemasaran adalah dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi untuk kegiatan pemasaran.

Media sosial Instagram saat ini menjadi media sosial urutan teratas yang digunakan untuk kegiatan pemasaran, karena fitur unggah foto dan video yang tersedia pada akun memberikan keuntungan bagi pemasar guna melakukan penawaran produk. Hal tersebut diperkuat oleh kecenderungan karakteristik masyarakat yang lebih tertarik untuk melihat foto tampilan produk yang ditawarkan sebelum mereka membeli. Penggunaan foto produk, cenderung lebih memberikan efek persuasi secara visual dalam menarik minat beli masyarakat pada suatu produk.

Fotografi berasal dari kata dalam bahasa Yunani, *photos* dan *graphos*, *photo* artinya cahaya dan *graphos* artinya menggambar, jadi fotografi bisa diartikan sebagai menggambar atau melukis dengan menggunakan cahaya. (Prakel, 2006) Hasil gambar akan diperoleh dengan cara merekam objek dengan cahaya yang terdapat pada media rekam yang dinamakan kamera.

Keindahan sebuah objek dapat disuguhkan melalui foto dengan teknik yang tepat. Hal itu disebabkan fotografi adalah fenomena yang memiliki banyak sisi wajah, yang meliputi ragam bidang khusus mulai dari pure art, jurnalisme, investigasi kriminal, dan periklanan. (Kriebel, 2007)

Fotografi produk adalah jenis fotografi komersial yang ditujukan guna menampilkan produk kepada konsumen atau mempromosikan barang-barang yang diproduksi perusahaan atau perseorangan. Foto produk biasanya di gunakan online shop sebagai portofolio dan katalog cetak maupun digital. (Kretova, 2013)

Foto secara visual dapat menjadi pesan dalam komunikasi non-verbal yang efektif. Pengambilan gambar secara baik melalui teknik fotografi akan sangat berguna bagi para pemasar yang akan menggunakan media sosial sebagai strategi komunikasi pemasaran produk maupun jasa yang mereka tawarkan.

Target dan luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, ingin meningkatkan pengetahuan dan kemampuan teman-teman yang tergabung dalam kelompok UMKM Kota Bandung-Cimahi dalam membuat foto untuk keperluan konten komunikasi pemasaran yang ditampilkan guna menarik serta meningkatkan jumlah konsumen produknya.

B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pelatihan fotografi diselenggarakan pada hari kamis, tanggal 27 April 2023 yang bertempat di Café Coffee Bro, Cimahi selaku mitra dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat dosen-dosen Ilmu Komunikasi dari FKD Universitas Adhirajasa

Reswara Sanjaya dan dosen program studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Langlangbuana, Bandung. Para peserta pelatihan, pada umumnya adalah para pemasar produk-produk UMKM yang memanfaatkan media social Instagram maupun market place sebagai media komunikasi pemasaran online-nya.

Tujuan dari pelatihan fotografi produk adalah kemampuan peserta menghasilkan foto produk yang menarik dan memberikan gambaran lengkap mengenai produk yang ditawarkan atau dijual.

Pelaksanaan pelatihan fotografi kali ini tidak memerlukan persiapan yang luar biasa, karena pelatihan tidak menyediakan camera profesional dan spot khusus untuk ruang pengambilan objek gambar. Pelatihan fotografi sengaja dengan mengandalkan pemanfaatan smartphone masing-masing peserta, dan eksplorasi ruang natural, tujuannya merangsang eksplorasi kemampuan mandiri para peserta dengan hanya memanfaatkan dan memaksimalkan sumber daya yang ada disekitarnya, hal tersebut tentunya untuk memudahkan para peserta juga dalam mempraktekannya pada kegiatan keseharian saat memposting produk-produk yang dijualnya.

Teknologi kamera yang dimiliki oleh smartphone saat ini juga sudah bisa dikatakan lumayan bagus, dan telah didukung oleh fitur-fitur untuk membuat gambar menjadi semakin menarik hasilnya dan memberikan media kreativitas bagi para penggunanya. Kualitas gambar yang dihasilkan oleh kamera digital smartphone juga ditentukan oleh satuan pixel dari masing-masing kamera yang melekat pada tiap smartphone.

Berdasarkan teori basic Photography Using a Digital Camera, ada tiga aturan yang membantu komposisi foto: (1) Isi frame dengan objek foto, dengan menentukan objek yang akan menjadi fokus dan buat dia sebagai inti foto dengan pengambilan gambar yang jelas; (2) Ubah posisi kamera, dimana seorang fotografer dapat mengubah posisi atau angle kameranya untuk mendapat hasil shot (pemotretan) tertentu; (3) The rule of thirds adalah aturan penting berkaitan proporsional yang menekankan pada hubungan keseimbangan natural dan simetri dinamis dengan meletakkan elemen penting pada titik temu yang membagi foto menjadi tiga bagian baik secara vertikal maupun horizontal. (Cheon, 2015)

Dalam kesempatan pelatihan kali ini, pelatihan akan difokuskan pada fotografi produk disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi pemasaran dari teman-teman UMKM. Tujuan dari fotografi produk jelas dimana hasil foto yang diambil akan memberikan gambaran lengkap mengenai produk yang ditawarkan atau dijual.

Fotografi produk adalah jenis fotografi komersial yang ditujukan guna menampilkan produk kepada konsumen atau mempromosikan barang-barang yang diproduksi perusahaan atau perseorangan. Foto produk biasanya di gunakan

online shop sebagai portofolio dan katalog cetak maupun digital. (Kretova, 2013)

Adapun tahapan pelaksanaan pelatihan Fotografi meliputi tahapan kegiatan: pertama pelaksanaan pre-test, kegiatan ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana tingkat kemampuan dasar fotografi peserta.

Kedua, adalah ceramah, kegiatan dilakukan sebagai bentuk memberikan pembekalan ilmu dan pengetahuan mengenai Teknik dan komposisi estetika fotografi, seperti teknik penataan dan pengambilan objek gambar, pencahayaan, termasuk pengenalan editing gambar.

Ketiga, pelaksanaan praktik, dimana peserta di bagi menjadi empat kelompok dan diberikan kesempatan untuk melakukan praktik mandiri, dimana hasil dari objek gambar terbaik yang peserta ambil dikumpulkan kepada panitia sebagai hasil post-test.

Sesi terakhir kegiatan di isi dengan menampilkan hasil gambar praktek yang peserta kumpulkan melalui slide, tujuannya guna mengukur efektifitas dan keberhasilan kegiatan pelatihan. Post-test melalui pengumpulan hasil gambar yang para peserta ambil juga sebagai bentuk evaluasi tim berkaitan dengan impact kegiatan terhadap peserta.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum masuk ke materi ceramah sebagai bentuk pembekalan teori dasar fotografi, terlebih dahulu dilakukan pre-test, dimana para peserta dipersilakan untuk mengambil gambar dari objek yang telah disediakan oleh tim panitia, selanjutnya hasil foto peserta kirimkan ke nomor Wa panitia untuk dinilai kualitas visualnya. Kekurangan dan kelebihan hasil gambar yang diambil peserta menjadi bahan untuk pembahasan dalam diskusi. Berdasarkan hasil pre-test, permasalahan kualitas visual foto yang ditemukan adalah pencahayaan dan posisi pengambilan gambar.

Pencahayaan yang cukup akan menghasilkan gambar yang terang dan tajam, namun apabila intensitas cahaya terlalu terang juga kurang bagus karena akan memunculkan efek atau pantulan cahaya pada objek gambar. Penggunaan lightbox bisa menjadi solusi guna mempermudah pemotretan objek benda, dan telah lama digunakan dalam pemotretan produk-produk untuk katalog penjualan. Penggunaan lightbox menghasilkan gambar yang lebih terfokus, karena fungsinya dalam memantulkan cahaya ke obyek foto, sehingga hasil foto akan tampak lebih menonjol dan menarik perhatian. Pada kesempatan pelatihan panitia sengaja menyediakan hanya kotak lightbox sederhana yang dibuat dari karton dilengkapi 3 buah lampu duduk yang biasa ada di meja belajar anak sebagai sumber cahaya.

Faktor yang harus diperhatikan selanjutnya adalah posisi fotografer sendiri saat pengambilan gambar. Posture atau posisi badan fotografer saat mengambil foto akan berdampak pada hasil gambar

yang direkam, karena gerakan/getaran yang dihasilkan oleh posisi tubuh dan nafas fotografer akan ada pengaruhnya. Selanjutnya yaitu komposisi, hal ini berkaitan dengan cara penempatan objek foto agar gambar menghasilkan karya yang dapat bercerita dan dinikmati oleh semua orang.

Hal lain yang ditegaskan pada peserta pelatihan yaitu kualitas lensa kamera, jumlah satuan pixel akan mempengaruhi gambar yang dihasilkan, bahkan brand kamera yang tersemat dalam kamera digital juga sering ikut mempengaruhi kualitas gambar, namun hal tersebut tetap tidak harus menjadi kendala bagi peserta pelatihan jika sudah mampu menguasai kedua hal yang telah menjadi focus abahasn berkaitan dengan pencahayaan & posisi pengambilan gambar. Para peserta pelatihan juga diperkenalkan dengan teknik editing yang biasa ada dalam smartphone atau aplikasi yang ada di app store guna mendapatkan tampilan visualisasi gambar yang lebih menarik.

Setelah melakukan pembekalan materi melalui ceramah dan diskusi, seluruh peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk praktik mengambil gambar dari beberapa produk Coffee Bro yang disediakan di beberapa meja didampingi oleh pembimbing. Hasil gambar yang masing-masing peserta ambil dan mereka anggap baik serta menarik dikumpulkan sebagai bentuk luaran post-test pelatihan untuk dinilai oleh panitia.

D. PENUTUP

Simpulan akhir dari pelaksanaan kegiatan pelatihan fotografi produk bagi para pemasar UMKM menunjukkan adanya keberhasilan yang ditunjukkan dari perbandingan kualitas visualisasi gambar hasil-para peserta yang diambil saat pre-test dan hasil post-test.

Sebagaimana tujuan awal dari pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah guna memberikan pembekalan ilmu dan pengetahuan yang bisa bermanfaat positif bagi kehidupan masyarakat, diharapkan kedepannya kemampuan dasar fotografi yang telah dikuasai oleh teman-teman pemasar produk-produk UMKM bisa bermanfaat dalam penyampaian pesan visual dalam komunikasi pemasaran produk-produk yang ditawarkan.

Antusiasme dari peserta pelatihan juga ditunjukkan melalui saran dari peserta yang menginginkan adanya kelanjutan pelatihan yang membahas tentang pelatihan videografi dan strategi komunikasi pemasaran digital.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih yang sebesar-besarnya pada owner beserta karyawan Coffee Bro café, Cimahi yang telah berkenan menjadi mitra dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat bagi dosen-dosen dari Program Studi Ilmu Komunikasi, FKD – Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya dan

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP –
Universitas Langlangbuana.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Cheon, Jong Pil. 2015. Basic Photography Using a Digital Camera.
- Kretova, Aleksandra. 2013. Product Photography for an Online Store and Printed Catalogue. Helsinki Metropolia University of Applied Sciences, Helsinki.
- Kriebel, Sabine T. (2007). Theories of Photography: A Short History. In James Elkins (Ed.). New York: Routledge.
- Prakel, D. 2006. Basics Photography 01: Composition, London: AVA Publishing.