



Pelatihan Fotografi UMKM di Kelurahan Pedurungan Lor, Kota Semarang

Melva Tities Chandrasarie¹, Dina Evylia², Jovian Chandra Darmawan³, Iklima Nur Aulia⁴, Maulid Dina Auradiva⁵, Titis Handayani*⁶

Universitas Semarang^{1,2,3,4,5,6}

melfts508@gmail.com¹, dinaevyliaaa@gmail.com², joviankampus@gmail.com³, iklimaaulia0@gmail.com⁴, mauliddina.as@gmail.com⁵, titis@usm.ac.id⁶

Informasi Artikel

Diterima : 01-08-2023

Direview : 30-08-2023

Disetujui : 06-10-2023

Kata Kunci

Fotografi produk, editing Produk, Promosi Produk, UMKM Pedurungan Lor

Abstrak

Dengan kemajuan teknologi, saat ini hampir seluruh umat manusia memiliki akses terhadap kamera dan genggamannya, hal ini di dukung dengan semakin maju dan semakin canggihnya telepon genggam, dengan berbagai fiturnya, yakni mulai dari kamera guna memfoto ataupun video, sampai dengan banyak fitur aplikasi salah satunya yaitu aplikasi editing, dan dapat mengakses beberapa media sosial guna promosi ataupun mencari informasi. Tujuan disini yakni mengajak para pelaku Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Pedurungan Lor, Kecamatan Pedurungan, Semarang yang berada di Jl. Isbaryadi RT 02/ RW 05, Semarang, Jawa Tengah 50192 guna memanfaatkan gawai yang dimiliki untuk menunjang produk. Arahkan tentang cara fotografi dan videografi produk agar terlihat menarik diberikan di sini, kemudian di tambah dengan bagaimana cara pengaplikasian aplikasi edit agar produk terlihat memiliki daya jual dan lebih menarik konsumen. Penjelasan mengenai cara memasarkan produk secara online lewat media sosial diberikan sebagai akhir dari panduan ini sehingga, pelaku UMKM bisa memperkenalkan produk secara luas.

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil menengah atau UMKM adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha, UMKM dapat berarti bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. Walaupun terbilang bisnis kecil, dalam mempromosikannya juga harus di perhatikan keterampilan dalam memasarkan produk agar dapat terlihat nilai jual yang baik. (Fitriah, 2018)

Langkah awal yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah dengan memberdayakan masyarakat pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam bentuk pelatihan pengelolaan strategi pemasaran produk yang baik dan benar, sehingga diharapkan kualitas, kemasan, harga mampu bersaing dan perluasan saluran distribusi melalui media sosial. Hal ini tentunya mendorong meningkatnya pendapatan masyarakat pelaku UMKM. Pemberdayaan dilakukan melalui metode pelatihan dan pendampingan terhadap masalah yang dihadapi oleh UMKM. Pelatihan dan pendampingan ini akan dilakukan oleh mahasiswa Pengabdian.

Hal yang perlu di perhatikan yaitu adanya hak kepemilikan dari barang yang akan di jual, seperti memberikan branding kepada barang yang di jual, kemudian bisa menggunakan teknologi masa kini yaitu dengan mempromosikan lewat sosial media agar peminat lebih banyak yang mengenal mengenai produk yang dijual, dalam mempromosikan produk lewat sosial media juga harus memperhatikan bagaimana cara agar konsumen tertarik dengan apa yang dipromosikan lewat sosial media, salah satunya yaitu dengan memperhatikan fotografi produk agar menarik dan mendapat nilai jual yang baik. (Pramiswara, 2021)

Oleh karenanya perlu dilakukan kegiatan PKM (Pelatihan Kerja Masyarakat) dengan tujuan untuk membantu pelaku UMKM dalam hal melakukan fotografi produk sebagai bagian dari komunikasi visual untuk meningkatkan nilai jual produk dan sarana promosi. Metode PKM dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan pelaksanaan fotografi produk. (Sari, W. P., & Irena, 2022)

Hasil dari fotografi produk tersebut digunakan sebagai sarana E-Marketing dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi edit foto dan video. Tampilan visual merupakan bagian penting dalam E-Marketing yang bertujuan untuk memberikan informasi dan menarik perhatian konsumen atas produk. (Sari, W. P., & Irena, 2022)

Fotografi produk adalah suatu cara bagaimana mengambil gambar dari suatu produk. Dengan foto produk yang bagus, maka barang sederhana bisa memiliki nilai harga atau nilai jual yang tinggi. Kemudian, foto sebuah produk juga sebagai salah satu hal yang bisa meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap brand tersebut. Pengaruh lainnya tentu saja untuk memberikan kesan yang lebih mudah diingat oleh konsumen. Dalam perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok usaha dengan jumlah yang paling besar, salah satunya yang berada di Kelurahan Pedurungan Lor, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang yang memiliki 200 UMKM lebih dibawahnya. Untuk itu, tim pengabdian masyarakat dari mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang bergerak melakukan pengabdian masyarakat kepada anggota UMKM Kelurahan Pedurungan Lor dengan judul "Rising Up UMKM" untuk memberikan pengenalan dan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya fotografi produk untuk promosi.

2. METODE

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian yang berupa workshop diselenggarakan pada hari Selasa tanggal 2 Mei 2023 bertempat di Balai Kelurahan Pedurungan Lor Jl. Isbaryadi RT02/RW05, Semarang, 50192 Jawa Tengah. Kegiatan workshop berlangsung selama ± 2 jam, dimulai dari pukul 10.00 WIB hingga pukul 12.00 WIB.

Peserta

Kegiatan ini di ikuti oleh pelaku UMKM di kelurahan Pedurungan Lor dengan jumlah peserta yang mengikuti kegiatan seminar adalah 16 orang peserta.

Tabel 1. Nama dan Jenis UMKM Peserta Penyuluhan Pedurungan Lor

No	Nama	UMKM	No.Hp
1.	Pudji M	Libna Snack	085226938933

2.	Yayuk	Krupuk Peyek	082322000782
3.	Yuni	Jajan Pasar	081904722849
4.	Dita	Jajan Pasar	088215307627
5.	Sulis	Baju	081325253855
6.	Indasah	Jajan Pasar	082324857758
7.	Winarno	Sambel Teri,Peyek Gereh,Sale Pisang	08882518060
8.	Supriyanti	Pangsit,Stik unthuk yuyu	082313822577
9.	Ariyani	Masakan Tradisional	085851695629
10.	Novia	Sup Matahari	08175050050
11.	Sunaryo		
12.	Pujik	Babinsa	08787382020
13.	Rohmat	Babinsa	085747423401
14.	Ngadirin	Lurah	0815779727
15.	Jupri	LPMK	08122549910
16.	Dina	Jl. Purwomukti	081228721459

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan dalam kegiatan diberikan dalam bentuk pelatihan yang di bagi menjadi dua metode :

1. Metode pemaparan materi, tentang pentingnya Fotografi, Videografid dan Promosi sebagai penunjang produk, terutama dalam meningkatkan kualitas dalam mempromosikan produk, sehingga diharapkan pelaku UMKM sadar akan pentingnya pemanfaatan digital marketing di era sekarang.
2. Memberikan praktek langsung disertai tutorial dalam pembuatan konten promosi yang baik dan menarik. Adapun aplikasi yang digunakan yakni Canva, CapCut dan Instagram. Pemberian tutorial hendaknya juga di sertai dengan pengetahuan bagi UMKM tentang bagaimana mengoptimalkan semua fitur yang ada di aplikasi tersebut.

Peralatan dan bahan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Laptop, LCD, layar proyektor, dan pointer yang berguna untuk memaparkan materi pelatihan dalam bentuk ceramah maupun praktik tutorial
2. Gadget berupa handphone yang disertai dengan kuota supaya dapat mengakses internet. Gadget ini berguna untuk mengunduh aplikasi yang akan digunakan untuk pelatihan serta mengakses sosial media guna mengunggah konten media yang telah dibuat.

Langkah Kerja

Persiapan yang dilakukan sebelum pelaksanaan kegiatan yang dilakukan untuk mendukung kelancaran kegiatan, antara lain ;

1. Menghubungi pihak UMKM Kelurahan Pedurungan Lor, untuk rencana pengabdian tentang pelatihan fotografi produk, Menerima konfirmasi kesediaan & berkoordinasi mengenai waktu dan tempat pelaksanaan dengan UMKM Kelurahan Pedurungan Lor,
2. Berkoordinasi dengan dosen pengampu mata kuliah Komunikasi Pembangunan jurusan Ilmu Komunikasi USM tentang materi yang akan disampaikan serta menghubungi kesediaan Kaprodi Ilmu Komunikasi USM untuk memaparkan materi dalam acara workshop UMKM,
3. Mengadakan rapat bersama panitia acara untuk membahas pembagian materi dan pembagian jobdesk, Menyiapkan sarana dan prasarana yang akan digunakan lokasi pengabdian. Mempersiapkan penyuluhan dan pelatihan, Dalam hal ini panitia acara mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan mulai dari materi yang ditampilkan dalam layar proyektor, mencetak daftar hadir untuk peserta, penataan lokasi dan kegiatan dan konsumsi untuk hari H.
4. Pelaksanaan pelatihan sesi pertama yaitu pemaparan materi dari salah satu anggota tim pengusul. Lama sesi pemaparan yakni sekitar 45 menit.
5. Kemudian pelaksanaan sesi kedua yaitu pemberian praktekn serta tutorial penggunaan aplikasi. Lama sesi sekitar 30 menit.
6. Penyusunan Laporan Kegiatan

Model pembelajaran mengacu pada pendekatan pembelajaran yang akan digunakan, termasuk di dalamnya tujuan-tujuan pengajaran, tahap-tahap dalam kegiatan pembelajaran, lingkungan pembelajaran, dan pengelolaan kelas

Killen, mendefinisikan pembelajaran langsung atau Direct Instruction merujuk pada berbagai teknik pembelajaran ekspositori (pemindahan pengetahuan dari guru kepada murid secara langsung, misalnya melalui ceramah, demonstrasi, dan tanya jawab) yang melibatkan seluruh kelas. Pendekatan dalam model pembelajaran ini berpusat pada guru, dalam hal ini guru menyampaikan isi materi pelajaran model pembelajaran adalah suatu perencanaan atau pola yang digunakan sebagai pedoman dalam merencanakan pembelajaran di kelas atau pembelajaran tutorial

Pada bagian metode penerapan, uraikanlah dengan jelas dan padat metode yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah dicanangkan dalam kegiatan pengabdian. Hasil pengabdian itu harus dapat diukur dan penulis diminta menjelaskan alat ukur yang dipakai, baik secara deskriptif maupun kualitatif. Jelaskan cara mengukur tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian. Tingkat ketercapaian dapat dilihat dari sisi perubahan sikap, sosial budaya, dan ekonomi masyarakat sasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis hasil kegiatan ini, kami lakukan melalui pengamatan peserta saat mereka melakukan praktik dari hasil pemaparan materi fotografi produk sebagai sebuah solusi dalam menghasilkan foto yang unik dan menarik untuk mempromosikan produk agar memiliki daya jual yang menarik konsumen. Diselenggarakan pada Selasa tanggal 2 Mei 2023 bertempat di Balai Kelurahan Pedurungan Lor Jl. Isbaryadi RT02/RW05, Semarang, 50192 Jawa Tengah. Berdasarkan pengamatan tersebut para peserta pelatihan mampu membuat foto promosi yang unik dengan mengetahui cara memfoto yang bagus dan editing kemudian mempromosikan melalui sosial media menggunakan *Telepon Genggam* yang mereka miliki.



Gambar 1. Praktik penggunaan *Telepon Genggam* guna *photography*



(a)



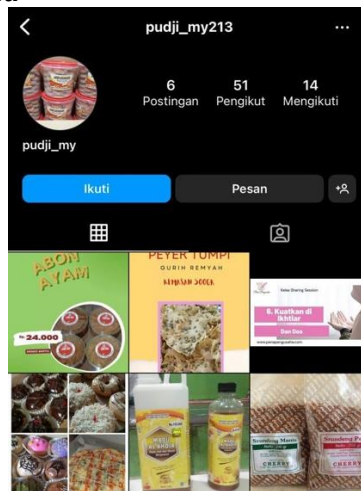
(b)

Gambar 2. Praktik (a) dalam ruangan (b) dan luar ruangan

Dibantu oleh panitia, peserta berupaya meningkatkan tampilan foto produk guna menunjang produk agar memiliki daya jual saat dipromosikan melalui sosial media. Sebagai evaluasi, kegiatan ini dilakukan dengan mengamati proses praktik dari peserta dalam

pengaplikasian dalam foto, edit, dan promosi menggunakan *Telepon Genggam*. Melalui kegiatan ini kelompok kami mengamati peserta pelatihan dan mendapatkan hasil peserta yang kurang memahami akan kesulitan, sedangkan yang terbiasa menggunakan langsung lancar dalam praktiknya, hal ini kami antisipasi dengan memberikan arahan secara runtun sehingga jika dirumah peserta bisa meminta bantuan kepada putra/putri.

Luaran yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat meliputi beberapa jenis, yaitu: peningkatan kemampuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi editing, mengambil foto produk dengan teknik yang benar melalui *Telepon Genggam* yang mereka miliki supaya memiliki nilai jual, Adanya buku ajar sebagai modul dalam pengajaran fotografi, publikasi media massa



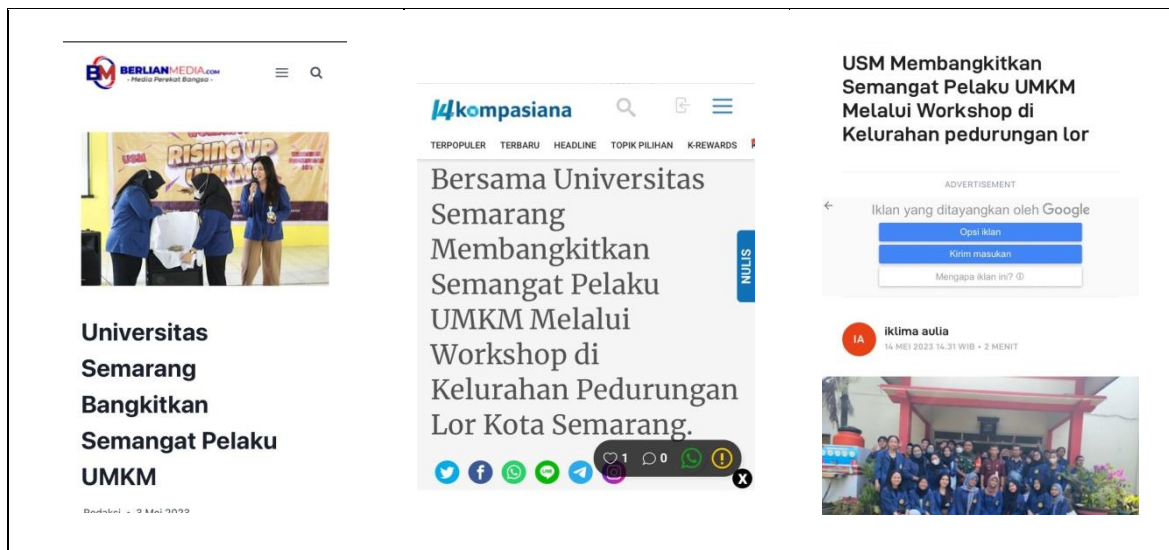
Gambar 3. Akun Promosi Media Sosial Peserta dengan UMKM Abon Ayam dan Peyek



Gambar 4. Hasil editan peserta Penyuluhan



Gambar 5. Buku ajar sebagai modul pembelajaran



Gambar 6. Publikasi Media Massa

4. KESIMPULAN

Program pengabdian Di Kelurahan Pedurungan Lor ini diharapkan bisa melatih kemampuan para pelaku UMKM agar bisa lebih paham cara memasarkan produk mereka yang lebih maju dengan mengandalkan basis teknologi internet yang sudah ada. Dari pelatihan itu diharapkan adanya beberapa perubahan yang nantinya bisa diharapkan masyarakat akan bisa memasarkan produk mereka melalui metode lain yang bisa meningkatkan volume penjualan dan menambah pendapatan mereka sebagai pelaku usaha UMKM dan supaya lebih dikenal di masyarakat luas dengan adanya bantuan metode pemasaran baru yang lebih dikenal luas oleh masyarakat luas lainnya.

Tabel 2. Tabel Solusi dan Output Kegiatan

Potensi dan Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan	Output yang Diharapkan
<ul style="list-style-type: none"> Jarangnya melakukan branding mengenai produk yang ditawarkan. Minimnya pengetahuan tentang cara membuat produk agar terlihat menarik dan memiliki daya jual tinggi. Kurangnya memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan. Kurangnya memanfaatkan aplikasi editing untuk membuat foto produk terlihat menarik 	<ul style="list-style-type: none"> Memberikan arahan kepada pelaku UMKM bahwa branding di media sosial itu penting untuk mengenalkan produk ke konsumen. Memberikan arahan bagaimana cara fotografi produk guna pemasaran produk agar terlihat memiliki nilai jual dan menarik konsumen. Sosialisasi tentang pentingnya pemasaran digital untuk sarana promosi dan meningkatkan perhatian masyarakat luas. Memberikan tata cara menggunakan aplikasi editing melalui <i>Telepon Genggam</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Semakin luasnya pemasaran produk UMKM di kelurahan pedurungan lor melalui media sosial Meningkatnya para pelaku umkm tau bahwa pentingnya editing foto sebuah produk agar terlihat menarik konsumen. Meningkatnya pengetahuan para pelaku UMKM mengenai pentingnya sebuah branding dan bagaimana cara mengenalkan sebuah produk melalui foto untuk pemasaran di media digital pada zaman sekarang ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Universitas Semarang beserta Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi yang telah mendukung dan memfasilitasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, sehingga dapat berjalan lancar tanpa ada halangan yang berarti. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada pelaku UMKM Kelurahan Pedurungan Lor, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah Semarang yang telah turut serta berpartisipasi dalam pelatihan *workshop* ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriah, M. (2018). *Pemasaran Melalui Desain Visual*. Diakses pada 12 Mei 2023, dari https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Pemasaran_melalui_Desain_Visu/-uZjDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&printsec=frontcover.
- Pramiswara, I. G. A. N. A. Y. (2021). *Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Promosi Budaya*. Diakses pada 18 Mei 2023, dari

<http://jurnal.ekadanta.org/index.php/danapati/article/view/135>.

Sari, W. P., & Irena, L. (2022). *Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Umkm. Diakses pada 12 Mei 2023, dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/baktimas/article/view/13271>.*