

Pelatihan Pembuatan Foto Produk sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Pada Media Sosial

¹⁾Ni Made Nike Zeamita Widiyanti*, ²⁾I Wayan Sudika, ³⁾Anna Apriana Hidayanti, ⁴⁾Eka Nurmindia Dewi Mandalika, ⁵⁾Rifani Nur Sindy Setiawan

^{1,3,4,5)}Program Studi Agribisnis, Fakultas Petanian, Universitas Mataram, Indonesia

²⁾Program Studi Agroekoteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram

Email Corresponding: zeamita@unram.ac.id *

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Foto Produk Media Sosial Home Industry Handphone Kabupaten Lombok Barat	Teknologi yang berkembang dapat merubah seluruh aspek kehidupan masyarakat, tidak terkecuali pada aspek perekonomian. Penerapan teknologi juga diadopsi pada kegiatan promosi produk pada media sosial. Salah satu hal penting dalam promosi pada media sosial adalah foto produk yang baik dan menarik, sehingga dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut. oleh karena itu perlu adanya kegiatan pengabdian untuk melatih para pelaku kelompok <i>home industry</i> untuk membuat foto produk dengan memanfaatkan <i>handphone</i> . Kegiatan ini dilakukan dengan metode <i>lesson study</i> dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang. Kegiatan ini dilakukan di Desa Jatisela Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat. Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian ini, pengetahuan dan keterampilan peserta mengalami peningkatan dan para peserta telah menghasilkan foto produk yang baik dan menarik. para peserta menilai kegiatan ini sangat bermanfaat dan pelaksanaannya baik.
Keywords: Product Photos Social Media Home Industry Handphone West Lombok District	ABSTRACT Developing technology can change all aspects of people's lives, including the economy. The application of technology is also adopted in product promotion activities on social media. One of the important things in promotion on social media is a good and attractive product photo, so that it can attract the attention of consumers to buy the product. therefore it is necessary to have a service activity to train home industry group actors to make product photos by utilizing cellphones. This activity was carried out using the lesson study method with a total of 20 participants. This activity was carried out in Jatisela Village, Gunung Sari District, West Lombok Regency. Based on the results of this service activity, the knowledge and skills of the participants have increased and the participants have produced good and attractive product photos. the participants considered this activity very useful and the implementation was good.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membuat seluruh aspek kehidupan di dunia mengalami perubahan. Tentunya perubahan tersebut diharapkan dapat membantu masyarakat dalam menjalankan seluruh aktivitas dengan efektif dan efisien. Hal ini juga terjadi juga pada aspek perekonomian. Salah satu penggerak perekonomian yang penting di Indonesia adalah keberadaan UMKM. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM memiliki kontribusi sebesar 60,5% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 96,9% tenaga kerja dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Oleh karena itu keberadaan UMKM di Indonesia menjadi penggerak bagi pembangunan perekonomian baik secara local maupun nasional.

UMKM saat ini banyak memanfaatkan teknologi untuk menunjang berbagai kegiatan usahanya mulai dari produksi hingga pemasaran produk. Strategi pemasaran merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi jumlah penjualan ((Sairo *et al.*, 2018), (Hulu *et al.*, 2021)). Beberapa strategi pemasaran yang dapat berpengaruh terhadap tingkat penjualan, yaitu: distribusi, promosi (Subhan dan Fatmala, 2019). Kegiatan

promosi merupakan upaya perusahaan untuk memberpekanlkan produk dan dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang dijual, sehingga promosi harus dilakukan dengan menarik. Seiring dengan berkembangnya teknologi, kegiatan promosi tidak hanya dilakukan secara offline, namun saat ini banyak perusahaan yang melakukan promosi secara online.

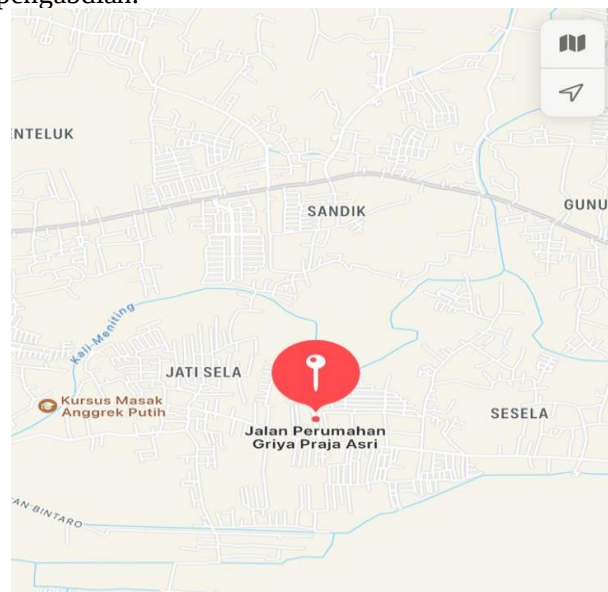
Memperkenalkan produk dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial. Adanya media sosial dapat menjangkau konsumen lebih luas dan mempermudah proses jual beli jika terhalang jarak yang cukup jauh. Media sosial memiliki pengaruh positif terhadap jumlah penjualan (Indriastuti, 2019), oleh karena itu para pengusaha dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan penjualan. Media sosial yang sering digunakan UMKM untuk melakukan promosi, yaitu: whatsapp, facebook, instagram, dan tik tok. Media sosial ini memiliki pengguna yang banyak, sehingga memungkinkan pengusaha untuk menjangkau konsumen lebih luas. Selain itu, fitur-fitur yang tersedia mudah digunakan dan diakses. Manfaat lainnya yang didapatkan oleh pengusaha yaitu: biaya promosi yang lebih murah, dapat berkomunikasi 24 jam, serta informasi produk yang akurat.

Penggunaan media sosial tidak semata akan meningkatkan volume penjualan secara langsung. Namun perlu upaya-upaya lainnya untuk menarik perhatian konsumen. Salah satu hal yang dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli sebuah produk adalah foto produk yang menarik. foto produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk ((Paujiah et al., 2022), (Fauzi dan Lina (2021)). Foto produk merupakan solusi bagi konsumen yang tidak dapat melihat produk secara langsung. Sehingga penting bagi pengusaha untuk membuat foto produk yang jelas dan menarik. melalui kegiatan pelatihan terkait foto produk mampu meningkatkan keterampilan peserta pelatihan yang akan dipromosikan pada media sosial (Merliyana et al., 2021).

Pengetahuan pelaku usaha terutama pelaku usaha *home industry* yang sebagian besar digeluti oleh ibu rumah tangga yang kurang memahami mengenai teknik fotografi. Sehingga perlu adanya pelatihan mengenai foto produk dengan menggunakan *handphone*. Foto produk yang dihasilkan dapat digunakan sebagai bahan promosi yang dilakukan pada media sosial. Berdasarkan uraian di atas maka perlu adanya pelatihan untuk membuat foto produk yang baik dan menarik. Tujuan dari kegiatan ini adalah membuat foto produk yang menarik untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang dihasilkan pelaku usaha pada media sosial.

II. MASALAH

Permasalahan yang sering dihadapi oleh home industry dalam kegiatan promosi pada media sosial khususnya di Desa Jatisela Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat, yaitu: (1) foto produk yang kurang menarik, (2) foto produk kurang pencahayaan dan *blur*, dan (3) banyak fitur kamera handphone yang belum diketahui peserta, sehingga tidak dapat memanfaatkan kamera handphone dengan maksimal. Berikut ini adalah Gambar 1 lokasi pengabdian.



Gambar 1. Lokasi Pengabdian

III. METODE

Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Mei 2024, dimana kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 12 Mei 2024 di Desa Jatisela Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat, dengan objek kegiatan pengabdian adalah pelaku Kelompok *Home Industry* Ibu Rumah Tangga. Jumlah peserta pada kegiatan ini sebanyak 20 orang. Pelatihan foto produk ini dimulai dari mengidentifikasi masalah yang terjadi pada lokasi pengabdian, melaksanakan pelatihan dan pendampingan, kemudian melakukan evaluasi (Raharjo, 2018). Metode pelatihan ini menggunakan metode *lesson study*, dimana metode ini terdiri dari 2 tahapan, yaitu: tahap perencanaan dan tahap pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan dilakukan dengan metode demonstrasi, dimana para peserta melihat langsung cara atau teknik foto produk yang baik, kemudian para peserta mengikuti cara atau teknik yang telah diajarkan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini dimulai dengan memberikan lembar pre test untuk melihat seberapa banyak pengetahuan peserta terhadap foto produk. Kemudian setelah kegiatan selesai akan diberikan lembar post test untuk melihat apakah ada perubahan pengetahuan maupun keterampilan peserta terhadap teknik foto produk. Secara keseluruhan peserta menilai kegiatan ini sangat baik. Kegiatan ini memberikan pengetahuan kepada peserta mengenai trik-trik yang dapat membuat foto produk mereka menarik. Alat yang digunakan untuk mempelajari teknik foto produk adalah *handphone*. Pemilihan *handphone* sebagai alat untuk foto produk karena peserta rata-rata memiliki *handphone* untuk berkomunikasi dan menjual produk-produk mereka, sehingga tim pengabdian ingin meningkatkan pemanfaatan *handphone* para peserta untuk menghasilkan foto produk yang menarik. Selain itu penggunaan *handphone* lebih hemat dibandingkan menggunakan kamera SLR atau DSLR.



Gambar 2. Pengerjaan Lembar Pre Test oleh Para Peserta

Pelaksanaan Pre test

Lembar pre test terdiri dari pertanyaan untuk pengetahuan peserta mengenai kamera *handphone* dan cara mengedit foto melalui *handphone*. Hasil pre test yang telah dikerjakan oleh peserta dapat dilihat pada Tabel 1. Rata-rata pengetahuan peserta mengenai kamera *handphone*nya sebesar 52,50%. Peserta belum banyak mengetahui bagaimana memfokuskan kamera kepada objek sehingga banyak foto produk yang terlihat *blur* atau objeknya tidak jelas. Selain itu 65% peserta tidak mengetahui fungsi *setting* di kamera *handphone*.

Tabel 1. Hasil Pre Test

Pengetahuan Peserta	Persentase Peserta (%)
Pengetahuan kamera <i>handphone</i> :	
- Tombol shutter	100
- Mode pemotretan	45
- Mengatur titik focus	30
- Setingan di kamera <i>handphone</i>	35
Rata-rata	52,50
Pengetahuan editing melalui <i>handphone</i>	
- Tools editing kamera <i>handphone</i>	40

- Aplikasi edit foto	55
Rata-rata	47,50

Sumber : data primer diolah, 2024

Pelaksanaan Teknik Foto Produk

Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan materi mengenai bagaimana cara membuat foto produk yang baik dan menarik dengan memanfaatkan *handphone* yang dimiliki oleh peserta. Rata-rata peserta memiliki kendala dalam proses pengambilan foto terkait cahaya dan sisi pengambilan foto. Sehingga foto yang dihasilkan cenderung buram atau kurang menarik serta terkesan monoton seperti foto produk pada Gambar 3.



Gambar 3. Foto Produk yang Buram atau Kurang Pencahayaan

Kegiatan pelatihan foto produk diawali dengan memberikan materi mengenai teknik foto produk kepada peserta. Materi yang diberikan berupa kegunaan atau pentingnya membuat foto produk yang baik dan menarik, mengenali *tools* yang ada pada kamera *handphone*, serta tips dalam membuat foto produk yang baik dan menarik. pemaparan materi ini tentunya juga diberikan contoh-contoh foto produk yang menarik sehingga peserta memiliki gambaran mengenai hal tersebut. Melalui pemaparan materi dan contoh yang telah diberikan, diharapkan peserta memiliki kreativitas tersendiri untuk membuat foto produknya masing-masing.



Gambar 4. asil Tangkap Layar Materi Pelatihan dan Contoh Foto Produk yang Menarik

Kegiatan selanjutnya merupakan kegiatan pendampingan peserta untuk melakukan foto produk. Foto produk dilakukan dengan menggunakan donat kentang sebagai objek foto. Foto produk tidak hanya dilakukan dengan produk yang sudah jadi atau siap untuk dijual, namun foto produk juga bisa berupa proses pembuatan produk tersebut, sehingga konsumen memahami proses-proses dalam pembuatan produk yang akan mereka konsumsi. Hasil foto produk oleh para peserta dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Hasil Foto Produk Para Peserta

Foto produk yang telah dihasilkan peserta kemudian mencoba memasukkan foto tersebut ke dalam media sosial milik peserta. Seperti yang terlihat pada Gambar 6. Peserta memasukkan ke dalam akun facebook untuk menarik para konsumen. Pada foto tersebut terlihat foto produk yang jelas sehingga memudahkan konsumen untuk melihat-lihat produk yang dijual.



Gambar 6. Hasil Tangkap Layar Media Sosial Milik Peserta

Pelaksanaan Evaluasi

Pelaksanaan evaluasi dilakukan dengan memberikan lembar post test yang dikerjakan oleh peserta. Lembar post test berisi mengenai evaluasi pengetahuan dan keterampilan pasca pelatihan serta evaluasi mengenai pelaksanaan kegiatan pengabdian. Berdasarkan hasil post test terlihat seluruh pengetahuan dan keterampilan peserta meningkat. Peningkatan paling tinggi berada pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam mengatur titik fokus pada objek foto.

Tabel 2. Hasil Post Test

Pengetahuan Peserta	Persentase Peserta (%)	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta (%)
Pengetahuan kamera handphone :		
- Tombol shutter	100,00	0,00
- Mode pemotretan	100,00	55,00
- Mengatur titik focus	90,00	60,00
- Setingan di kamera <i>handphone</i>	85,00	50,00
Rata-rata	93,75	41,25
Pengetahuan editing melalui <i>handphone</i>		
- Tools editing kamera <i>handphone</i>	75,00	35,00
- Aplikasi edit foto	80,00	25,00
Rata-rata	77,50	30,00

Sumber : data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pengabdian pada Tabel 3, secara keseluruhan peserta menilai pelaksanaan kegiatan pengabdian pada kategori sangat baik. Hal ini terlihat pada antusiasnya peserta ingin mengetahui cara membuat foto produk yang menarik. Kemudian mengenai pemaparan materi yang telah disampaikan tim pengabdian, 85% peserta menilai pada katagori baik. Selanjutnya penilaian mengenai manfaat dari kegiatan pengabdian ini dinilai 80% peserta sangat bermanfaat. Beberapa manfaat yang telah didapatkan oleh peserta yaitu: peserta dapat memahami penggunaan kamera *handphone* yang sebelumnya tidak diketahui, peserta memahami bagaimana teknik foto produk yang baik dan menarik, serta foto produk yang dihasilkan dapat menarik perhatian konsumen.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian

No.	Pernyataan	Sangat baik/ bermanfaat (%)	Baik/ bermanfaat (%)	Tidak baik/ bermanfaat (%)	Sangat tidak baik/ bermanfaat (%)
1	Pelaksanaan pelatihan secara keseluruhan	90,00	10,00	0,00	0,00
2	Penyampaian materi serta pendampingan	15,00	85,00	0,00	0,00
3	Manfaat pelatihan	80,00	20,00	0,00	0,00

Sumber : data primer diolah, 2024

V. KESIMPULAN

Secara umum, kegiatan pengabdian ini telah dilakukan dengan baik. Hal ini terlihat pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam membuat foto produk yang baik dan menarik. Selain itu, pelaksanaan pelatihan ini dinilai oleh 90% peserta pada katagori sangat baik. Peserta telah menciptakan foto produk yang baik dan menarik dengan menggunakan kamera *handphone*, sesuai dengan materi serta contoh yang telah diberikan tim pengabdian. Hal ini diharapkan dapat menjadi strategi dalam menarik perhatian konsumen melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review Dan Online Customer Rating Pada Minat Beli Konsumen Di E-Commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 21-26.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya. *Pareto: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 16-25.
- Indriastuti, P. W. (2019). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Volume Penjualan Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Pada Pengrajin Tas dan Koper di Desa Kludan, Tanggulangin-Sidoarjo)* (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA).

-
- Kementerian Koperasi dan UKM. 2023. Gambaran UMKM Indonesia (KUMKM dalam Angka). <https://www.kemenkopukm.go.id/kumkm-dalam-angka/?type=indikator-umkm&sub=0>
- Merliyana, M., Saefurahman, A., Burda, A., Hendrawati, H., Chandra, R., Sulistyowati, S., & Syamsuar, G. (2021). Pelatihan Fotografi Produk untuk Menambah Ketrampilan Berpromosi. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 1(2), 96-103.
- Paujiah, S., Ahmad, A., & Mutiasari Nur Wulan, M. N. (2022). Pengaruh Foto Produk dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi GoFood (The Effect of Product Photos and Customer Ratings on Purchase Decisions through GoFood Application). *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis (Rambis)*, 2(1), 79-87.
- Raharjo, Adisasmita. 2018. Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sairo, H., Sumampouw, H. J., & Walangitan, O. (2018). Pengaruh Startegi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Ikan Kaleng Isabella pada PT. Sinar Purefoods Internasional Bitung. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(002).
- Subhan, M., & Fatmala, C. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Susu Anlene Pada Pt. Fonterra Brands Indonesiacabang Jambi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(2).