

## **Pelatihan Foto Produk bagi Aswan Snack**

**Rr. Pramesthi Ratnaningtyas**

Universitas Amikom Yogyakarta

pramesthi@amikom.ac.id

**Abstrak:** Pengabdian masyarakat ini mengulas masalah yang dihadapi UMKM/UKM pada masa pandemi Covid-19. Aswan Snack tidak bisa menjual dagangannya karena masih berdagang secara *offline*. Penjualan secara daring masih merupakan hal yang baru, karena itu dilakukan pelatihan foto produk agar pihak mitra bisa aktif berjualan secara daring. Mitra juga diberikan bantuan studio mini portabel, tripod, *ring fill light* dan latar foto produk portabel. Perlengkapan tersebut diberikan agar memudahkan mitra untuk berlatih sendiri setelah pelatihan selesai. Pelatihan dilaksanakan pada 11 September 2021 dengan menggunakan studio mini portabel yang merupakan cara yang paling sederhana dan mudah untuk dilakukan. Penggunaan *ring fill light* dan tripod membutuhkan persiapan yang lebih lama daripada mini studio portabel, karena berkaitan dengan penataan alat dan penempatan cahaya yang tepat. Latar untuk memotret dengan tema berbeda yakni kayu dan makanan menjadi tambahan keanekaragaman pilihan ketika mitra ingin menggali ide foto. Pengabdian masyarakat ini mampu mengajak mitra untuk berpikir lebih kreatif dalam mempromosikan produk snacknya. Terlihat dari pihak mitra mencoba tahapan memotret produk mulai dari penggunaan mini studio portabel, hingga gabungan dari *ring fill light*, tripod dan latar foto secara bersamaan. Kesimpulan kegiatan ini, mitra bisa mempromosikan usaha yang sedang digeluti secara lebih luas melalui sosial media. Kegiatan serupa dapat diselenggarakan dengan melibatkan mitra yang lebih luas dan banyak.

**Kata Kunci:** Fotografi; Foto Produk; Snack; UMKM

**Abstract:** *This community service reviews the problems faced by MSMEs/SMEs during the Covid-19 pandemic. Aswan Snack cannot sell its products because it is still trading offline. Selling online is a new matter. Therefore product photo training is conducted so that partners can actively sell online. Partner is also given a set of simple photo equipment: a portable mini studio, a tripod, a fill light ring, and portable photo backdrops. The equipment is provided to make it easier for partners to practice independently after the training is completed. The training is held on September 11, 2021, using a portable mini-studio, the simplest and easiest way to do the photo session. The fill light ring and tripod require more preparation than the mini-studio because they need the right setup and placement. The photo backdrops, available in different themes, become additional variations when partners want to explore more. This community service can offer partners to think more creatively in promoting their snack products online. It can be seen from the partner trying the stages of photographing products, starting from using a portable mini studio to a combination of ring fill light, tripod, and photo background simultaneously. In conclusion, the partner can promote its products widely through social media with proper photos. Similar activities can be organized by involving a wider range of partners.*

**Keywords:** *Photography; Product Photos; Snack; MSMEs; SMEs*

© 2022 Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat

**Received: 6 April 2022 Accepted: 20 Mei 2022 Published: 31 Mei 2022**

*This is open access article under the CC-BY-SA license*



DOI : <https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i2.5186>

**How to cite:** Ratnaningtyas, R. P. (2022). Pelatihan foto produk bagi aswan snack. *Bubungan Tinggi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 497-506.

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang terjadi di seluruh dunia berdampak pada banyak sektor. Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) memperkirakan volume seluruh perdagangan global menurun 32% pada tahun 2020. Resesi global yang sangat besar tidak dapat dihindari, tetapi seberapa lama dan luas dampaknya berakar pada penerapan langkah-langkah yang tepat untuk mengatasi Covid-19. Di Indonesia sendiri, salah satu yang pihak yang merasakan dampak pandemi adalah UMKM/UKM. Peran dan kebijakan pemerintah bersama pihak lain yang bersifat aktif mampu mengurangi berbagai masalah yang dihadapi UKM/UMKM dan membantu bertahan (Islam & Wahab, 2020). Sugiri (2020) menjelaskan, dampak berturut-turut yang dihadapi UKM/UMKM adalah penurunan penjualan, kesulitan permodalan, hambatan distribusi produk, serta kesulitan bahan baku.

Pandemi yang sudah lebih dari satu tahun ini juga memberi dampak yang signifikan pada Aswan Snack, salah satu UMKM/UKM yang mendistribusikan makanan ringan di koperasi siswa, koperasi mahasiswa, serta kantin di beberapa sekolah dan kampus di daerah Sleman, Yogyakarta. Pangsa pasar Aswan Snack tutup karena sistem pembelajaran yang bersifat daring. Banyak koperasi dan/atau kantin sekolah juga tidak berjualan. Kondisi ini yang membuat Aswan Snack sempat terpuruk. Omset sempat anjlok 100% di awal pandemi. Belum lagi UMKM/UKM ini hanya berjualan dengan sistem *door to door* atau *offline*. Kondisi tersebut yang membuat sebagian besar barang menumpuk tidak terjual.

Jenis jajanan ringan yang ditawarkan Aswan Snack sebenarnya sudah cukup beragam, diantaranya

makaroni, basreng, mie lidi, dan kripik singkong. Snack ringan tersebut dikemas seperti jajanan sejenis pada umumnya dengan kemasan plastik biasa. Jajanan ringan dari Aswan Snack tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Sebagian Makanan Ringan dari Pihak Mitra yang Menumpuk

Memasuki *new normal*, atau di kisaran bulan September 2020, Aswan Snack mencoba kembali bergerak dengan menysar pasar baru yakni warung-warung. Kemasan makanan ringan ini dibuat berbeda dengan segmen sekolah dan kampus. Respon dari segmen baru ini terbilang lumayan, meskipun perputarannya cukup lama. Sementara itu, berjualan secara *online* belum menjadi pilihan bagi Aswan Snack karena UMKM/UKM ini hanya dijalankan seorang diri. Mitra masih menawarkan dagangan secara konvensional, dari satu warung ke warung lainnya. Belum lagi jika dagangan ditolak karena alasan satu dan lainnya. Barang dagangan Aswan Snack pernah ditolak karena sudah ada jenis

yang dimiliki kopma, kopsis, atau kantin yang didatangi. Ada juga karena sudah tidak ada lagi tempat untuk menaruh barang dagangan.

Sistem promosi *online* yang menggunakan media sosial belum diterapkan secara maksimal. Foto produk belum baik. Selain itu, akun jualan di sosial media tersebut juga di-*private* sehingga menyulitkan calon pembeli untuk mengaksesnya. Mitra mengaku jika promosi penjualan *online* belum dilakukan karena terkendala dengan *smartphone* yang dirasa kurang mendukung. Hal tersebut yang menyebabkan mitra tidak bisa membuat foto produk yang menarik. Selain itu, mitra juga merasa tidak tahu bagaimana menghasilkan foto produk yang baik dan menarik.

Salah satu solusi dari permasalahan yang dihadapi mitra adalah dengan memberikan pelatihan foto produk agar bisa aktif berjualan secara daring. Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Teten Masduki pada pemberitaan di Katadata.co.id yang ditulis oleh Rosadi (2020) pernah menyampaikan bahwa untuk memperluas jangkauan pasar, bisa dilakukan ketika produk masuk ke ekosistem digital. Khususnya, di masa pandemi yang kebiasaan perilaku masyarakat relatif serba digital. Ekosistem pasar digital tak lepas dari foto produk yang baik agar bisa menarik calon pembeli.

Fotografi produk adalah genre dalam fotografi komersial yang bertujuan untuk mendemonstrasikan produk kepada pelanggan bisnis atau untuk memamerkan barang-barang yang diproduksi oleh sebuah organisasi atau satu orang. Foto produk digunakan di toko dan portofolio *online* serta di katalog cetak dan digital (Kretova, 2013). Memotret foto produk sebenarnya bisa dilakukan siapapun, meski hanya berbekal *smartphone* berkamera dan mini studio. Peralatan yang ekonomis

pun bisa menghasilkan foto yang memikat dan mengagumkan (Athalla, 2016). Begitu pula dengan teknik yang digunakan. Foto produk juga tidak memiliki langkah-langkah yang terlalu sulit, meskipun begitu bagi Aswan Snack hal tersebut masih terbilang baru.

Program pengabdian kepada masyarakat (PkM) berupa pelatihan foto produk ini bertujuan agar pihak mitra bisa mengenal dan memahami foto produk dan langkah yang diperlukan untuk mempromosikan produknya secara daring. Harapannya pihak mitra bisa lebih aktif berjualan secara daring, memperluas pasar digital, sembari mengasah ketrampilan foto produk. Hingga nantinya, bisa memberikan manfaat lebih bagi pihak mitra.

## **METODE**

PkM berupa pelatihan foto produk bagi Aswan Snack ini menggunakan dua metode yakni tahap observasi dan persiapan, serta pelaksanaan yang meliputi penyampaian materi dan pelatihan. Adapun tahapan tersebut adalah sebagai berikut.

### **Observasi dan persiapan**

Pelaksanaan PkM diawali dengan observasi ke pihak mitra untuk mengetahui permasalahan mitra. Hasil dari perbincangan, diketahui bahwa pihak mitra mengalami penurunan penjualan selama pandemi covid-19. Permasalahan lain juga muncul yakni banyaknya persaingan produk atau barang dagangan di beberapa penjual. Selain itu, pada pihak mitra ditemukan permasalahan tentang minim atau kurangnya pemahaman bagaimana menjual produk secara daring, bagaimana memotret produk yang baik untuk konten sosial media, serta tidak mengetahui bagaimana membuat foto produk yang baik dan menarik. Pihak mitra juga kurang memahami manfaat jualan daring di masa pandemi.

Maraknya teknologi digital juga menjadi perubahan dalam dunia usaha

yang menjadi peluang yang lebih luas (Maryati & Masriani, 2019). Wahyuningtyas (2019) mengemukakan bahwa bisnis *online* mampu menjangkau pasar yang lebih luas dengan waktu kerja yang tidak terbatas. Pihak mitra bisa menggunakan peluang dari bisnis daring tersebut untuk menaikkan penjualan dan/atau menarik calon-calon pembeli baru. Di saat yang sama, pihak mitra juga sempat mengeluhkan *handphone* yang tidak mendukung untuk memotret produk. Ketika dicek, pencahayaan saat memotret memang kurang diperhatikan oleh pihak mitra saat pengambilan gambar. Mitra juga tidak memperhatikan estetika saat mengambil gambar.

Pencahayaan memiliki peran utama dalam fotografi. Tanpa cahaya, baik cahaya matahari atau buatan, foto yang dihasilkan tidak akan nampak jelas. Gunawan (2015) menjelaskan, keberadaan cahaya pada saat sebuah foto direkam, mampu menjadi unsur yang mendukung suatu komposisi. Selain itu, bisa membangun mood atau kesan dalam sebuah foto. Keberadaan cahaya yang ada pada saat pengambilan foto, bisa berpengaruh pada keseluruhan penampilan suatu objek.

Menyikapi keadaan dan permasalahan dari pihak mitra tersebut, maka pada kegiatan PkM ini, dibutuhkan beberapa alat pendukung yang dapat membantu pelatihan. Adapun alat pendukung tersebut yakni yakni mini studio portabel, tripod, *ring fill light*, dan latar foto produk portabel. Peralatan pendukung yang digunakan untuk pelatihan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Perlatan yang Digunakan dalam Pelatihan

Selain itu, sebagai pegangan mitra untuk memotret sendiri, dibuatkan materi berupa panduan memotret produk makanan ringan yang mudah bagi UMKM/UKM. Dengan demikian, dari permasalahan mitra, maka diputuskan PkM dalam bentuk program pelatihan foto produk.

### Pelaksanaan

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka di lokasi mitra yang beralamat di Prayan Wetan, Sleman, Yogyakarta, pada hari Sabtu, 11 September 2021. Peserta pengabdian masyarakat difokuskan pada pemilik Aswan Snack, mengingat pihak mitra merupakan UMKM yang masih belum memiliki karyawan dan bekerja seorang diri. PkM dilakukan dengan tetap menerapkan protokol kesehatan. Hal tersebut dilakukan mengingat situasi pandemi dan di saat yang sama harus memberi pelatihan tentang bagaimana memotret produk dengan baik. Pelatihan tatap muka diperlukan agar mitra bisa mempraktikkan cara memotret yang baik, sehingga kedepannya mitra bisa memotret sendiri, serta mengunggah foto produknya di sosial media.

Pada tahap pelaksanaan, narasumber memberikan penjelasan tentang teknik foto dan beberapa angle foto. Visual yang dikemas dalam bentuk gambar sangat diperlukan untuk memberikan hasil tampilan yang menarik (Sanni et al., 2016). Sama halnya dengan gambar hasil fotografi yang juga perlu mempertimbangkan sudut pengambilan gambar agar hasil yang didapatkan bisa menarik perhatian penonton atau pihak yang melihat. Wibowo (2015) mengemukakan bahwa, karya foto merupakan rekaman visual atas benda, hal, kejadian atau peristiwa melalui teknik fotografi. Karya foto selain memberi informasi yang cermat, otentik, juga memiliki nilai dokumenter yang tinggi.

Berangkat dari hal tersebut, maka pemaparan singkat tentang fotografi juga dibutuhkan agar bisa memunculkan ide foto produk. Mengingat peserta atau mitra belum memiliki bayangan tentang fotografi dan foto produk makanan. Untuk mempermudah pihak mitra dalam memahami pelatihan, maka usai pemaparan yang meliputi pengenalan fotografi dan foto produk, teknik pengambilan foto, pencahayaan, pengaturan set dan properti serta komposisi, mitra langsung mempraktikkan pelatihan foto produk dengan alat yang sudah disiapkan.

Pelatihan dimulai dengan menggunakan peralatan yang paling sederhana yakni, studio mini portabel. Peralatan tersebut sangat mudah digunakan karena dari latar, lampu dan alas sudah tersedia menjadi satu. Jadi memungkinkan pihak mitra langsung menempatkan objek yang akan difoto, kemudian memotretnya. Mini studio juga mudah digunakan karena memungkinkan pihak mitra memotret tanpa mengatur cahaya dan tanpa *editing*.

Pelatihan dilanjutkan dengan memotret menggunakan gabungan latar foto, tripod dan *fill ring light*. Pada pelatihan ini, juga diajarkan adanya tiga warna lampu *fill ring light* yang memberikan nuansa berbeda pada setiap foto yang dihasilkan. Pada tahap ini, ide pemilihan warna lampu, latar foto harus juga dipertimbangkan oleh pihak mitra. Ini juga berkaitan dengan ide yang ingin dihadirkan mitra melalui karya foto produknya. Tentunya dengan tujuan agar foto tidak hanya menjadi dokumentasi saja. Wibowo (2015) menjelaskan fotografi juga bisa dikatakan sebagai karya seni dan bukan hanya sekadar dokumentasi jika memiliki tiga hal penting, yakni ide, teknik, dan pesan. Ketika foto juga bernilai seni, harapannya calon pembeli juga mulai tertarik dengan barang yang ditawarkan pihak mitra.

Semua perlengkapan dan alat yang digunakan pada pelatihan ini juga diberikan kepada pihak mitra usai kegiatan berlangsung. Perlengkapan tersebut diberikan untuk memacu dan menunjang produktivitas mitra dalam mempromosikan dagangannya. Selain itu, memudahkan mitra berlatih sendiri setelah pelatihan selesai. Selebihnya, agar mitra bisa mengambil gambar secara lebih baik dan tidak buram atau gelap. Hal tersebut tidak lepas dari hasil foto produk yang diharapkan mampu menggugah calon pembeli yang mengunjungi sosial media Aswan Snack. Tentunya, juga mampu meningkatkan omset penjualan agar kembali normal setelah omset turun 100% selama pandemi tahun pertama. Usai pelaksanaan pengabdian, pihak mitra masih berupaya untuk menerapkan hasil pelatihan tersebut, walaupun dirasa belum maksimal. Dengan demikian, diperlukan pelatihan lanjutan agar ketrampilan dan ide mitra semakin terasah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan foto produk dilaksanakan secara efektif dalam satu hari di tanggal 11 September 2021. Pada pelatihan, pihak mitra mendapatkan wawasan mengenai fotografi, sehingga memiliki bekal cukup dan dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan. Materi yang didapatkan pihak mitra sebagai peserta dapat dijabarkan dalam Tabel 1.

Tabel 1 Materi Pelatihan Foto Produk

Materi	Konten
Foto Produk	Pengenalan Fotografi & foto produk Teknik pengambilan foto Angle foto Pencahayaan
Pelatihan	Pengaturan set dna properti komposisi Memotret menggunakan mini studio portabel Memotret menggunakan alas foto, <i>ring fill light</i> dan tripod

### Foto produk

Fotografi tidak lepas dari pencahayaan. Foto produk sendiri merupakan salah satu kategori fotografi yang memiliki karakter tersendiri. Kebutuhan terhadap promosi barang yang dijual menempatkan foto produk sebagai salah satu solusi untuk mem-branding produk. Foto produk yang baik seharusnya mampu menarik minat calon pembeli. Komposisi juga penting diperhatikan dalam menempatkan produk yang difoto. Afrian et al (2018) menyampaikan bahwa penempatan point of interest dengan benar merupakan komposisi yang harus diperhatikan. Kusuma et al (2020) mengungkapkan bahwa foto yang baik tidak hanya butuh kemampuan teknis, tapi juga konsep visual dan estetika.

Foto produk sendiri merupakan bagian dari periklanan. Foto yang dihasilkan harus mencitrakan tampilan atau kesan yang terdapat dalam produk. Foto produk pun juga berkaitan dengan upaya untuk menampilkan atau menonjolkan kelebihan objek yang difoto. Hasil foto produk juga memiliki fungsi sebagai pesan visual dan *brand image*. Nurlaily et al (2021) mengemukakan bahwa selain harus menggambarkan suatu produk dengan jelas, hasil foto produk juga harus fungsional sebagai *visual massage* dan juga *brand image*.

Bagi pemula, disarankan menggunakan cahaya matahari karena dapat mempermudah proses dan menekan biaya yang dikeluarkan (Muliawan & Pradnyanita, 2021). Berbeda dengan pemotretan di studio. Banyak yang harus dipersiapkan, dari pengaturan lampu studio hingga perlengkapan properti (Gunawan, 2015). Memotret dalam ruangan juga harus memperhatikan cahaya. Jika berada dalam ruangan, penempatan cahaya pada produk yang difoto akan berpengaruh pada hasil, karena itu cahaya harus berada di posisi yang mampu

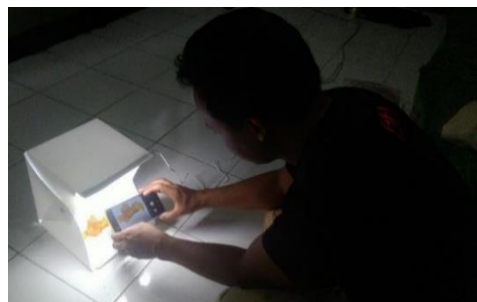
merefleksikan atau mencitrakan kelebihan dari objek yang difoto. Foto produk juga menuntut kesempurnaan dalam detail, tekstur dan pilihan angle objek. Begitu pula dengan ketajaman hasil foto. Warna objek harus terlihat sesuai aslinya. Kemampuan meletakkan atau memposisikan cahaya secara tepat pada objek yang difoto membutuhkan waktu tersendiri. Tentunya, agar didapatkan penempatan cahaya yang sesuai, sehingga didapatkan foto produk yang baik. Yulianto (2021) mengungkapkan bahwa foto yang menampilkan tekstur secara alami, tidak terlalu halus, tetapi tidak juga terlalu kasar adalah hasil dari foto produk yang baik. Pencahayaan memiliki peran agar foto yang dihasilkan tidak terlalu *over exposure* atau *under exposure*. Hal tersebut menjadi kendala tersendiri bagi pihak-pihak yang sama sekali tidak mengetahui seluk beluk fotografi. Seiring berkembangnya teknologi, kini menghasilkan foto produk juga bisa dilakukan oleh orang yang awam fotografi. Menghasilkan foto produk sendiri sudah dipermudah dengan hadirnya beragam peralatan portabel yang dijual di pasaran, misalnya, mini studio, *ring fill light*, tripod dan latar objek foto.

### Pelatihan

Selama pelaksanaan pelatihan, mitra menggunakan kamera pada *handphone* untuk memotret. Pelatihan pertama menggunakan peralatan berupa studio mini portabel. Penggunaan studio mini portabel menjadi cara yang paling sederhana dan mudah untuk dilakukan. Studio mini portabel yang sudah dilengkapi pencahayaan yang berdaya rendah, hanya tinggal disambungkan listrik langsung, atau dapat menggunakan power bank. Karenanya, mini studio portabel ini pun memungkinkan mitra untuk memotret foto produk dimanapun dan menjadi pilihan paling mudah, tanpa persiapan yang banyak dan ribet.

Selain itu, dengan latar yang netral, yakni berwarna hitam atau putih, semakin memudahkan mitra untuk menempatkan makanan ringan yang ingin difoto. Penggunaan studio mini portabel membuat mitra bisa menghasilkan foto yang dapat langsung digunakan untuk promosi, atau langsung diunggah. Ide-ide sederhana dengan hanya menempatkan produk dengan jumlah yang tidak banyak sudah mampu menjadi foto yang menarik. Foto dengan pilihan angle dari sisi depan, dan sedikit dari sisi samping, bukan menjadi masalah besar ketika porsi snack yang difoto sesuai, tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit. Hasil foto pun akan lebih menarik, enak dipandang karena memperhatikan komposisi dan mengeksplorasi detail. Kurniawansyah (2020) menyampaikan bahwa komponen foto yang berbeda diorganisasikan sedemikian rupa menjadi satu kesatuan yang saling mendukung dan mengisi satu sama lain adalah tujuan dari komposisi. Komposisi yang baik adalah menarik dan tidak terkesan kaku atau datar.

Penggunaan foto studio portabel juga mampu membuat mitra bisa mendekati objek, sehingga tidak perlu menggunakan fitur *zoom in* yang terdapat pada kamera *smartphone*. Manfaat lain ketika kamera *smartphone* digunakan untuk memotret objek yang dekat adalah didapatkan detail objek yang semakin memungkinkan untuk terlihat dalam foto yang dihasilkan. Berbeda ketika menggunakan fitur *zoom in* yang membuat foto yang dihasilkan menjadi *noise* atau *grain*, sehingga terlihat kurang menarik ketika diunggah. Khususnya jika kualitas kamera *smartphone* masih di bawah standar. Dokumentasi mitra saat praktik memotret menggunakan mini studio dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3 Mitra sedang mencoba memotret menggunakan mini studio

Sementara itu, penggunaan *ring fill light* harus dipasangkan ke tripod untuk mengisi maupun memperkuat cahaya pada objek yang difoto. *Ring fill light* merupakan lampu dengan bentuk melingkar atau cincin. Kamera *smartphone* diletakkan di tengah lampu berbentuk cincin ini saat memotret. *Ring fill light* membuat objek bisa disinari dari berbagai arah. *Ring fill light* dengan pilihan tiga warna lampu yang bisa diubah-ubah sesuai keinginan dan kebutuhan menjadi kelebihan tersendiri. Dokumentasi mitra saat praktik memotret menggunakan *ring fill light*, tripod, dan latar foto dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Mitra sedang mencoba memotret dengan mengkombinasikan *ring fill light*, tripod, dan latar foto

Dokumentasi hasil foto produk yang dipotret oleh mitra bisa dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5 Beberapa Hasil Foto Mitra

Gunawan (2012) mengungkapkan bahwa warna adalah salah satu unsur penting dalam fotografi. Kehadiran warna memiliki pengaruh pada respon visual seseorang dan memberikan stimulus tertentu. Begitu pula warna cahaya, dalam fotografi dikenal tiga warna yaitu warna yang dingin, netral dan hangat. Warna dingin memberi kesan sejuk, tenang dan damai. Contohnya, ungu, hijau dan biru. Warna netral adalah hitam, putih dan abu-abu. Warna hangat memberi kesan hangat dan cenderung panas seperti kuning, orange, magenta dan merah. Sama halnya dengan *ring fill light* yang memberikan tiga pilihan warna lampu berbeda kepada mitra. Saat mitra menginginkan foto produk dengan nuansa yang hangat bisa memilih warna lampu kuning. Begitu pula jika ingin menggunakan warna dingin ataupun netral. Sedangkan tiga latar untuk memotret dengan tema berbeda yakni kayu dan makanan menjadi tambahan keanekaragaman pilihan ketika mitra ingin menggali ide foto. Ketiga perlengkapan seperti *ring fill light*, tripod, dan *background* juga bisa dikombinasikan untuk menghasilkan foto produk yang lebih beragam.

Penggunaan studio mini portabel lebih mudah digunakan karena tidak perlu mengatur dan memilih cahaya yang akan digunakan. Studio mini portabel

memudahkan mitra untuk menghasilkan foto lebih cepat dan tanpa ribet. Hanya memerlukan daya atau energi listrik yang kecil, mini studio portabel tersebut juga bisa menggunakan *powerbank* sebagai daya. Dengan demikian, mitra bisa memotret produk di mana pun.

PkM ini berupaya mengajak mitra untuk berpikir lebih kreatif dalam mempromosikan produknya. Pihak mitra mencoba tahapan memotret produk mulai dari penggunaan mini studio portabel, hingga gabungan dari *ring fill light*, tripod, dan latar foto secara bersamaan. Dari kegiatan ini, terlihat mitra sudah berani dan bisa mengoperasikan alat penunjang yang diberikan. Ketertarikan terhadap foto produk juga terlihat dari antusiasme mitra yang terus mencoba. Mitra juga langsung praktek memotret dengan menggunakan snack yang rencana akan dipromosikan. Hasil foto mitra sudah lumayan. Hanya tinggal diasah terus agar bisa mendapatkan hasil foto yang lebih mampu “berbicara” atau mampu lebih menarik minat calon pembeli.

Diskusi dan tanya jawab saat pelatihan pun kerap terjadi. Mitra sering menanyakan terkait foto produk dan cara mengunggah ke media sosial. Begitu pula ketika ada kendala atau hal-hal yang belum dipahami. Pihak mitra juga mencoba melihat respon dengan mengunggah foto yang dihasilkan dengan menjadikannya status di akun Whatsapp dan Facebook. Keadaan tersebut memperlihatkan bahwa mitra sudah paham bagaimana menghasilkan foto produk selanjutnya.

Gagasan selanjutnya dari pengabdian masyarakat ini, yakni bisa dengan mencoba menambahkan unsur atau ornamen tambahan untuk mempercantik atau memperindah foto produk. Keberadaan ornamen tambahan dalam foto produk juga bisa memberikan kesan yang berbeda, atau tidak kosong pada komposisi foto produk yang dihasilkan. Eksplorasi komposisi dengan



penempatan ornamen tersebut akan memberikan kesan yang berbeda-beda pada hasil foto yang didapat.

#### SIMPULAN

PkM ini mengajak mitra untuk berkenalan dengan foto produk. Mitra bisa melihat dan mengambil peluang yang terbuka untuk mempromosikan usaha yang sedang digeluti secara lebih luas melalui sosial media. Ketrampilan dari foto produk yang didapatkan juga bisa diterapkan jika mitra ingin menjual snack lainnya. Alat-alat pendukung yang diberikan diharapkan bisa menjadi pemicu agar mitra bisa lebih produktif dan kreatif dalam mempromosikan dagangannya.

Rekomendasi dari kegiatan ini adalah diperlukannya sosialisasi dan promosi yang sifatnya lebih luas dan besar, sehingga peserta tidak hanya pihak mitra saja. Seiring tingginya promosi dan transaksi dari penjualan daring, maka perlu tambahan waktu pelaksanaan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan bagi pihak UMKM/UKM terkait foto produk. Perlu dilakukan pendampingan agar kegiatan semacam ini bisa dilakukan secara berkala. Perlu juga melibatkan pihak mitra lain di luar sehingga lebih memberikan kemanfaatan yang lebih besar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, T., Rusli, E., & Arsita, A. (2018). Foto produk amanda griya kebaya dengan elemen pendukung bangunan cagar budaya di Yogyakarta. *Specta: Journal of Photography, Arts, and Media*, 2(1), 69–80.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.24821/specta.v2i1.2469>
- Athalla, J. (2016). *Memotret foto produk untuk toko online dengan smartphone* (A. Fajar (ed.)). PT Grasindo.
- Gunawan, A. P. (2012). Peranan warna dalam karya fotografi. *Humaniora* Vol.3 No.2, 3(2), 540–548.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3397>
- Gunawan, A. P. (2015). Pencapaian dalam studio fotografi. *Jurnal Dimensi: Seni Rupa Dan Desain*, 12(1), 81–102.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.25105/dim.v12i1.101>
- Islam, A., & Wahab, S. A. (2020). *Configuring a quadruple helix innovation model (QHIM) based blueprint for Malaysian SMEs to survive the crisis happening by covid-19*.  
<https://www.researchgate.net/>  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20931.35364>
- Kretova, A. (2013). *Product Photography for an Online Store and a Printed Catalogue* [Helsinki Metropolia University of Applied Sciences].  
<https://core.ac.uk/download/pdf/38098055.pdf>
- Kurniawansyah, H. (2020). Food photography goodfellas resto dengan pendekatan still life. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 11–32.
- Kusuma, A., Amalia, D., K, M. A., & F, I. D. (2020). Pelatihan fotografi periklanan terhadap pelaku UMKM di Dolly Surabaya. *JABN: Abdimas Bela Negara*, 1(1), 1–10.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33005/jabn.v1i1.2>
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang bisnis di era digital bagi generasi muda dalam berwirausaha: strategi menguatkan perekonomian. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 53–58.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.33005/mebis.v4i2.62>
- Muliawan, K. D., & Pradnyanita, S. I. (2021). Analisa teknik fotografi dalam tren food photography. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 40–46.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v3i1.193>

- Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan teknik foto produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan visual branding usaha rintisan. *J-Abdi : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 347–356. <https://bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/126>
- Rosadi, D. (2020). *Digitalisasi UMKM jadi kunci bertahan di kala pandemi*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/doddyrosadi/berita/5f96d4c419a73/digitalisasi-umkm-jadi-kunci-bertahan-di-kala-pandemi>
- Sanni, M. I., Dian, Y., & Ramdhan. (2016). Pemanfaatan angle fotografi pada foto dokumentasi. *Jurnal Cices*, 2(1), 24–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.33050/cices.v2i1.189>
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan usaha mikro, kecil dan menengah dari dampak pandemi covid-19. *Fokbis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi Vol. 19, No. 1, 19(1)*, 76–86. <https://doi.org/https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Wahyuningtyas, A. C. (2019). Berbisnis online melalui media sosial. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 96–102. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.23887/ekuitas.v7i2.18197>
- Wibowo, A. A. (2015). Fotografi tak lagi sekedar alat dokumentasi. *Imajinasi Jurnal Seni*, 9(2), 137–142. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/imajinasi.v9i2.8847>
- Yulianto, A. (2021). Pelatihan foto produk dengan studio mini dari kardus di warga rt 02 jajar, sukabumi. *jUARA:Jurnal Wahana Abdimas Sejahtera*, 2(2), 151–160. <https://doi.org/10.25105/juara.v2i2.9817>