

PELATIHAN FOTOGRAFI PRODUK PADA KELOMPOK MASYARAKAT DESA REMPOAH, KABUPATEN BANYUMAS

Adita Miranti¹,

¹Universitas Amikom Purwokerto
Email : adita.miranti@amikompurwokerto.ac.id¹

M Rafiun Nasrul Majid²,

²Universitas Amikom Purwokerto
Email : Rafiunnasrul2003@gmail.com²

Yudi Suidiana³

³Universitas Amikom Purwokerto
[Email : 19sb2041@mhs.amikompurwokerto.ac.id](mailto:19sb2041@mhs.amikompurwokerto.ac.id)

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan media internet, membuat masyarakat dituntut untuk semakin kreatif dan inovatif dalam menggunakan media internet serta merancang desain promosi produk mereka, dalam hal ini desain-desain visual berupa foto foto produk yang cukup menarik dan kreatif. Hal ini disebabkan oleh munculnya persaingan yang menonjolkan kreatifitas dan inovasi dalam kegiatan promosi dan pemasaran bagi masyarakat menggunakan media internet sebagai sarana untuk melakukan kegiatan promosi, pemasaran serta transaksi mereka. Kemampuan tersebut, masih sangat jurang dimiliki oleh para anggota kelompok masyarakat, khususnya kelompok masyarakat Desa Rempoah, Kabupaten Banyumas. Hal tersebut yang memotivasi tim pelaksanaan kegiatan masyarakat untuk memberikan pelatihan “Fotografi Desain” menggunakan peralatan yang ada, terjangkau dan mudah didapatkan serta menghasilkan foto produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka dalam melakukan promosi. Pelatihan ini menggunakan metode ceramah sosialisasi, demonstrasi, bimbingan partisipatif dan evaluasi. Pelatihan ini dilakukan dengan memberikan materi secara teoritis, yang dilanjutkan dengan praktek lapangan secara langsung, dimana peserta mengaplikasikan pengetahuan terkait fotografi produk yang sudah disampaikan sebelumnya. Dari pelatihan ini, peserta mendapatkan pengetahuan baru bagaimana membuat foto produk yang menarik menggunakan alat alat yang sudah mereka miliki.

Kata Kunci : *Fotografi produk, Promosi, Kelompok Masyarakat*

ABSTRACT

The rapid development of internet media, makes people are required to be more creative and innovative in using internet media and designing their product promotion designs, in this case visual designs in the form of product photos that are quite interesting and creative. This is due to the emergence of competition that emphasizes creativity and innovation in promotional and marketing activities for the public using the internet as a means to carry out their promotional, marketing and transaction activities. This ability is still very low for members of community groups, especially community groups in Rempoah Village, Banyumas Regency. This is what motivates the community activity implementation team to provide "Design Photography" training using existing, affordable and easy-to-obtain equipment and produce product photos that match their needs in carrying out promotions. This training uses the lecture method of socialization, demonstration, participatory guidance and evaluation. This training is carried out by providing theoretical material, followed by direct field practice, where participants apply the knowledge related to product photography that has been conveyed previously. From this training, participants gain new knowledge on how to make attractive product photos using the tools they already have.

Keywords: *Product photography, Promotion, Community Group*

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan media Internet, memberikan pengaruh besar bagi seluruh aspek kehidupan, tidak terkecuali aspek perekonomian. Hal ini dapat dilihat dari semakin marak dan beragamnya bentuk promosi, pemasaran hingga transaksi dagang yang dilakukan melalui media ini. Hal ini tentu saja dipengaruhi oleh keunggulan yang dimiliki oleh media internet, yaitu; kecepatan, keluasan dan efektifitas dalam menyampaikan pesan serta akses informasi yang hampir tak terbatas (Siapera & Veglis, 2012). Hal ini yang harus disadari oleh kelompok masyarakat di Desa Rempoah, Kab. Banyumas, agar mampu mengoptimalkan penggunaan media internet sebagai sarana promosi, pemasaran sekaligus transaksi dagang mereka.

(Malau, 2017) mengemukakan tujuan utama promosi, antara lain:

a. Menginformasikan (*informing*), dapat berupam menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru, memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk, menyampaikan perubahan

harga kepada pasar, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan, meluruskan kesan yang keliru, mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli, dan membangun citra perusahaan.

b. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk membentuk pilihan merek, mengalihkan pilihan ke merek tertentu, mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk, mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga, dan mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesman*).

c. Mengingatkan (*reminding*), dapat terdiri atas mengingatkan pembeli/konsumen bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk dari perusahaan tertentu, membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan, menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Arif Budiman, dalam (Maudhody, n.d.) mengatakan bahwa di era digital saat

ini, foto produk yang mampu menarik konsumen menjadi ujung tombak dalam pemasaran produk di era digital ini. Mengapa Foto Produk begitu penting? Albert Einstein, dalam salah satu quotes nya, pernah mengatakan bahwa “*One picture is worth a thousand words*”. Dari quote tersebut dapat diterjemahkan bahwa sebuah gambar, dalam hal ini foto, dapat menceritakan banyak hal. Dengan kata lain, melalui foto foto yang menarik serta sesuai dengan karakteristik produk dan konsumen, dapat menarik konsumen maupun calon konsumen yang ingin dituju oleh kelompok masyarakat.

Meskipun demikian, Fotografi bukanlah suatu bidang yang mudah dan murah. Fotografi tidak mudah karena dibutuhkan peralatan, pengetahuan. Kemampuan dan keterampilan yang memadai agar dapat menghasilkan foto foto yang menarik, unik dan artistik. Tidak murah karena peralatan fotografi pada umumnya relatif mahal dan sulit dijangkau oleh kalangan menengah ke bawah. Hal tersebut menjadi kendala bagi kelompok masyarakat dalam membuat foto produk secara mandiri. Sementara apabila menggunakan jasa fotografer profesional tidak hanya membutuhkan biaya yang relatif besar, waktu yang relatif lama, sehingga kurang efektif dan efisien.

Kendala – kendala tersebut, mengakibatkan para kelompok masyarakat mengabaikan pentingnya foto produk yang berkualitas dalam promosi produk – produk mereka. Hal ini terlihat dari foto foto produk mereka di media sosial yang terlihat seadanya, yang penting ada dan orang tahu tentang produk mereka tanpa memperhatikan sisi artistik, etis dan kesesuaian dengan produk mereka.

Berdasarkan analisis tersebut, tim penulis tergerak melakukan pengabdian masyarakat kepada anggota anggota kelompok masyarakat dengan judul “**Pelatihan Fotografi Produk Pada Kelompok Masyarakat Di Desa Rempoah, Kabupaten Banyumas**” . untuk memberikan pengenalan dan pemahaman praktis kepada kelompok masyarakat mengenai fotografi produk

dalam rangka meningkatkan daya tarik promosi usaha mereka.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode dalam sebuah pelatihan keahlian merupakan bagian yang krusial untuk mencapai keberhasilan sebuah pelatihan, apalagi berkaitan dengan pelatihan Keterampilan dasar Fotografi Produk, karena tidak semua peserta memiliki fondasi atau keterampilan dalam Keterampilan Fotografi Produk. Sebagian dari peserta tentunya benar-benar sebagai pemula dalam mengolah foto menjadi Fotografi Produk.

Secara garis besar target pelatihan Keterampilan dasar Fotografi Produk bagi Kelompok Masyarakat di Desa Rempoah, Kab. Banyumas adalah memberikan keterampilan secara teknis. Adapun dasar yang diterapkan adalah prinsip dasar fotografi, sedangkan teknik yang berkaitan dengan digital adalah mengolah foto mentah menjadi lebih matang, lalu digabungkan dengan teks maupun elemen grafis lainnya sehingga menjadi Foto Produk.

Pelatihan Fotografi Produk di Balai Desa Rempoah yang berada di Kecamatan Baturaden Desa Rempoah Kabupaten Banyumas pada November 2021 diikuti oleh 19 peserta dari berbagai kelompok masyarakat.

Adapun tahapan pelaksanaan yang digunakan dalam pelatihan Keterampilan dasar Fotografi Produk bagi Kelompok Masyarakat Desa Rempoah adalah sebagai berikut:

- a. Penulis melakukan wawancara singkat dengan Kepala Desa Rempah, hal apa yang belum dikuasai oleh Kelompok Masyarakat Desa Rempoah dalam bidang Teknologi.
- b. Setelah mengetahui jenis pelatihan yang akan dibawakan, penulis menyiapkan materi, alat dan bahan untuk pelatihan.

- c. Pada hari yang sudah disepakati oleh penulis dan mitra, disini yaitu Kelompok Masyarakat Desa Rempoah, maka dilaksanakan pelatihan sesuai rencana hingga selesai.

Tabel 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

No	Tahapan	Penjelasan
1	Metode Sosialisasi dan Ceramah	Metode ini dapat diartikan sebagai presentasi materi yang berkenaan dengan teori Keterampilan dasar Fotografi Produk, langkah-langkah proses pembuatan Keterampilan dasar Fotografi Produk, hingga strategi pengembangan desain Keterampilan dasar Fotografi Produk
2	Metode Demonstrasi	yaitu dengan cara praktik secara langsung di depan peserta pelatihan mengenai hal-hal yang bersifat teknis. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam pelatihan Keterampilan dasar Fotografi Produk ini di antaranya adalah pemahaman teori prinsip dasar Fotografi, prinsip Foto Produk dan Pengolahan Foto Mentah menjadi Foto Produk yang Matang.

		Beberapa langkah tersebut terlebih dahulu diberikan pengenalan terhadap peserta pelatihan.
3	Metode Bimbingan dan Partisipatif	Metode ini diterapkan ketika proses pelatihan dilaksanakan. Secara teknis metode ini dilakukan melalui pemantauan secara langsung terhadap masing-masing peserta, dan kemudian memperagakan teknik-teknik Keterampilan dasar Fotografi Produk.
4	Metode Evaluasi	Secara garis besar metode evaluasi dapat dipahami sebagai proses untuk mengukur atau menilai apakah suatu kegiatan atau program yang dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam pelatihan Keterampilan dasar Fotografi Produk bagi Kelompok Masyarakat Desa Rempoah evaluasi yang dilakukan berkaitan dengan penguasaan teknik dasar dalam

		Keterampilan dasar Fotografi Produk, proses produksi, penerapan dari foto entah menjadi foto matang, kualitas foto yang dihasilkan.
--	--	---

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pada Program Pengabdian Pada Masyarakat ini dilaksanakan selama 2 kali yaitu pada bulan November 2021 di Balai Desa Rempoah, Kab. Banyumas. Subjek pengabdian ini adalah kelompok masyarakat yang berjumlah 19 orang.

Data diperoleh secara kualitatif. Data kualitatif diperoleh berdasarkan lembar observasi atau hasil pengamatan catatan lapangan. Kegiatan pelatihan sudah terlaksana sesuai dengan perencanaan. Indikator yang telah dicapai oleh peserta pengabdian antara lain memahami tentang Fotografi, memahami tentang dasar Fotografi Produk, mampu membuat *lightbox*, dan mampu praktik memotret dengan produk UKM HP (*Smartphone Photography*).

Produk yang dihasilkan dari pelatihan ini adalah foto produk yang tampilannya cukup baik, detail dan jelas untuk kepentingan penjualan melalui jejaring sosial. Pelatihan ini tampaknya mudah dimengerti oleh para peserta karena sebenarnya untuk memotret sebuah foto produk tidak hanya dapat dilakukan dengan kamera DSLR tetapi dengan kamera *smartphone* pun dapat dilakukan asal produk yang akan di potret mempunyai pencahayaan yang cukup baik.



Gambar 1.
Fasilitator sedang memberikan penjelasan kepada peserta pelatihan



Gambar 2.
Fasilitator sedang mendampingi peserta pelatihan



Gambar 3.
Fasilitator sedang mendampingi peserta pelatihan



Gambar 3.
Fasilitator sedang mengajarkan fotografi

4. SIMPULAN

Pelatihan Fotografi Produk sebagai Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Purwokerto di Rempoah, Kabupaten Banyumas bertujuan untuk menambah keterampilan peserta dalam menampilkan produk-produk yang akan dipromosikan melalui fotografi produk.

Pemaparan dan praktek pengambilan photo produk di apresiasi dengan sangat antusias oleh peserta, selain itu kegiatan ini juga semakin meningkatkan semangat peserta dalam berwirausaha sejalan dengan sasaran yang ingin dicapai. Keterbatasan kepemilikan kamera dan properti menjadi isu lain yang perlu dicari alternatif solusinya.

Diharapkan kegiatan seperti ini dapat dilaksanakan secara berkelanjutan kepada kelompok masyarakat Desa Rempoah, Kabupaten Banyumas agar pengetahuan mereka lebih matang seputar fotografi.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Amikom Purwokerto atas pendanaan dan dukungannya dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

6. REFERENSI

- Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of business venturing*, 16(5), 495-527.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Keish, N. (2015). *Photographing Your Life with Your Smartphone (ebook)*. Nick Keish for FOREVER. www.howtophotographyourlife.com
- Koentjaraningrat. (1997). *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.
- Maudhody, A. (n.d.). *Mengapa Foto Produk di Era Digital Marketing Sangat Penting? Simak Penjelasan Pakar Pemasaran*. Banjarmasin Tribunews. <https://banjarmasin.tribunnews.com/2017/0A09/11/mengapa-foto->

[produk-di-era-digitalmarketing-%0Asangat-penting-simakpenjelasan-%0Apakar-pemasaran](#)

Präkel, D. (2010). *The Visual Dictionary of Photography*. AVA Publishing.

Siapera, E., & Veglis, A. (2012). *The Handbook of Global Online Journalism*. : John Wiley & Sons.