

Workshop foto produk sebagai edukasi keterampilan promosi digital pada siswa SMK Negeri 7 kota Bandung

Yoka Pradana¹, Rajiv Dharma Mangruwa², Adrio Kusmareza Adim³

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

²Program Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

Penulis korespondensi : Yoka Pradana

E-mail : yokapradana@telkomuniversity.ac.id

Diterima: 05 Januari 2024 | Direvisi: 29 Januari 2024 | Disetujui: 30 Januari 2024 | © Penulis 2024

Abstrak

Permasalahan yang dihadapi mitra adalah kurangnya pemahaman dan skil mitra dalam aktivitas promosi digital, khususnya memproduksi foto produk. Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini untuk meningkatkan pengetahuan dan skil mitra tentang foto produk. Adapun metode yang digunakan terbagi dalam tiga tahapan, yakni pra-kegiatan adalah koordinasi dengan mitra untuk menggali masalah dan potensi mitra selanjutnya dirumuskan menjadi program. Tahap kegiatan pelaksanaan workshop dengan pemaparan materi dan praktik, serta terakhir evaluasi kegiatan. Hasil pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat adalah peningkatan pengetahuan mitra tentang foto produk dan kemampuan mitra untuk memproduksi foto produk sebagai sarana promosi digital. Hal ini dibuktikan dari hasil foto produk siswa menjadi lebih baik setelah mengikuti kegiatan workshop.

Kata kunci: workshop; foto produk; promosi digital; siswa smk.

Abstract

The problem faced by partners is the lack of understanding and skills of partners in digital promotion activities, especially producing product photos. The purpose of this Community Service activity is to increase partners' knowledge and skills about product photos. The method used is divided into three stages, namely pre-activity is coordination with partners to explore the problems and potential of partners and then formulated into programs. The activity stage is the implementation of workshops with material exposure and practice, and finally the evaluation of activities. The results of the implementation of Community Service are an increase in partner knowledge about product photos and the ability of partners to produce product photos as a means of digital promotion. This is evidenced by the results of student ' product photos becoming better after participating in the workshop activities.

Keywords : workshop; product photos; digital promotion; vocational school students.

PENDAHULUAN

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) mengusung konsep Pendidikan yang menghasilkan lulusan BMW (Bekerja, Melajutan dan Wirausaha). Konsep ini bertujuan untuk memberikan ruang pada peserta didik dalam menentukan masa depan sesuai dengan passion yang diminatinya (vokasi.kemdikbud.go.id, 2021). Lebih jauh konsep BMW adalah salah satu upaya untuk mengembangkan minat dan bakat peserta didik SMK agar menjadi lulusan yang mampu berdaya saing global dengan kompetensinya (Harris, 2023).

Salah satu SMK yang cukup berkembang adalah SMKN 7 Kota Bandung. SMK ini merupakan salah satu sekolah Favorit di Kota Bandung yang mempunyai kelas RSBI dan memiliki Sertifikat Standar ISO 9001:2008. Sekolah ini berlokasi di Jalan Soekarno-Hatta No. 596 Bandung. Kompetensi

keahlian yang ditawarkan di SMK ini adalah Kimia Industri, Kimi Tekstil, Analisis Pengujian Laboratorium, Farmasi Klinis dan Komunitas dan Farmasi Industri. Secara khusus mitra kegiatan PkM ini adalah siswa kelas XII dengan kompetensi Kimi Industri yang berjumlah 34 orang.

Pemilihan mitra berdasarkan pertimbangan potensi dan permasalahan mitra. Siswa SMKN 7 dengan peminatan kimia berpotensi menjadi pengusaha mandiri produk hasil olahan kimia, misalnya sabun mandi, *hansani taser* dan produk lainnya. Selain itu, perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat melahirkan peluang dalam dunia usaha, terutama berwirausaha secara digital. Siswa SMK merupakan Gen-Z yang dekat dengan teknologi sangat mungkin melakukan aktivitas pemasaran digital secara mandiri.

Potensi dan peluang ini perlu didukung keterampilan promosi digital salah satu produksi foto produk. Konten pemasaran yang berkualitas seperti foto produk merupakan hal penting yang harus dihadirkan dalam aktivitas pemasaran digital. Fotografi produk adalah komponen penting dalam kegiatan promosi produk baik secara digital atau konvensional, dengan foto produk citra produk dapat dalam kegiatan promosi (Setyowati & Rohmah, 2022). Gambar dapat mengirimkan pesan promosi untuk meningkatkan awareness dan citra produk sehingga dapat meningkatkan nilai jual, kepercayaan (Wahyu et al., 2023). Foto produk yang menarik dapat membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk, secara khusus dalam kegiatan promosi digital (Utami & Ratnasari 2023). Lebih jauh, foto produk berfungsi sebagai produk online yang dapat merepresentasikan kualitas produk, mempromosikan dan menarik minat pembeli atau calon pembeli jika diproduksi dengan sebaik mungkin (Sari and Irena 2022; Putra et al. 2023).

Siswa SMKN 7 kota Bandung dengan kompetensi kimia industri selama ini melakukan aktivitas pembelajaran seputar kimia dan mata pelajaran umum, jarang dibekali skil spesifik seperti foto produk untuk mendukung untuk berwirausaha secara mandiri, padahal konsep pendidikan di SMK salah satunya adalah menghasilkan lulusan yang mampu berwirausaha. Hasil FGD antara tim PkM dengan mitra ditemukan permasalahan diantaranya : (1) Mitra belum memahami tentang konsep foto produk; (2) Mitra belum memiliki skil tentang foto produk. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah meningkatkan pengetahuan dan skill mitra tentang foto produk.

METODE

Metode pelaksanaan PkM ini terbagi dalam tiga tahapan, yakni tahap pra-kegiatan, tahap kegiatan dan tahap evaluasi kegiatan. Semua tahapan dilaksanakan secara sistematis. Deskripsi singkat metode pelaksanaan PkM digambarkan dalam Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alir Metode Pelaksanaan PkM

Pelaksanaan PkM diawali dengan tahap pra-kegiatan dengan melakukan observasi dan FGD dengan mitra, untuk mengumpulkan data potensi dan permasalahan mitra. Data yang sudah terkumpul selanjutnya dirumuskan menjadi masalah utama yang dapat diselesaikan oleh tim PkM. Selanjutnya tim PKM merumuskan solusi yang disusun dalam bentuk program kegiatan.

Tahap kegiatan adalah pelaksanaan pelatihan dikemas dalam bentuk workshop. Workshop foto produk dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 12 Oktober 2023, jam 09.00 – 12.00 WIB bertempat

Workshop foto produk sebagai edukasi keterampilan promosi digital pada siswa SMK Negeri 7 kota Bandung

di Aula SMK Negeri 7 Kota Bandung. Tahap ini diawali dengan pembukaan oleh Kepala SMKN 7, dilanjutkan dengan pemaparan materi tentang foto produk, diskusi dan praktik pemotretan foto produk. Hasil foto produk yang didapat dari peserta sebagai alat ukur bagi tim PkM untuk menilai adanya peningkatan skill foto produk pada mitra. Terakhir adalah tahap evaluasi yakni proses evaluasi seluruh program PkM. Pada tahap ini tim PkM melakukan evaluasi dengan mengirimkan kuisioner umpan balik kepada mitra, mempublikasi kegiatan dalam bentuk pemberitaan di media massa dan video kegiatan di media sosial youtube.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemaparan hasil dan pembahasan dalam kegiatan PkM ini dideskripsikan berdasarkan tahapan yang telah dilakukan oleh tim PKM, yakni dimulai dari pra-kegiatan, kegiatan dan evaluasi kegiatan. Semua tahapan dilaksanakan secara berurutan, agar kegiatan berjalan dengan sistematis dan mendapat hasil yang sesuai dengan tujuan kegiatan.

Pra-Kegiatan

Tahap pra- kegiatan merupakan tahap perencanaan kegiatan PkM. Langkah pertama yang dilakukan tim PkM dalam tahap ini adalah koordinasi dengan mitra yang dikemas dalam bentuk FGD. Kegiatan ini dilakukan pada hari Kamis, 21 September 2023 jam 09.00 WIB secara daring. Peserta kegiatan tersebut terdiri dari tim PKM yang berjumlah 4 orang (2 dosen dan 2 mahasiswa) Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Sedangkan dari pihak mitra hadir perwakilan 4 orang (2 orang guru dan 2 orang siswa kelas XII).

Diskusi dilakukan untuk menggali potensi, sekaligus merumuskan masalah yang dihadapi oleh mitra. Berdasarkan hasil diskusi ditemukan rumusan potensi mitra, yakni siswa SMK berpotensi untuk menjadi wirausaha mandiri. Akan tetapi, praktik wirausaha tersebut memerlukan skill penunjang yakni kemampuan lulusan untuk melakukan kegiatan pemasaran, khususnya pemasaran digital. Selama ini skill tersebut belum diajarkan secara khusus di kelas. Oleh karena itu, tim PkM menawarkan solusi dalam bentuk program pelatihan foto produk sebagai bagian dari aktivitas pemasaran digital.

Kegiatan Workshop Foto Produk

Kegiatan workshop diawali dengan penjelasan definisi fotografi dan jenis – jenis fotografi. Dalam paparan materi dijelaskan bahwa ada tiga jenis fotografi, yakni foto jurnalistik, foto advertising (*persuasive & komersil*) dan fotografi desain/ seni murni. Foto produk masuk kedalam jenis fotografi desain sekaligus foto advertising. Foto produk sebagai foto desain merujuk pada penataan konsep foto produk diperlukan desain yang kompleks. Sedangkan foto produk sebagai foto advertising merujuk pada tujuan foto tersebut sebagai kebutuhan persuasif dan komersil. Foto produk merupakan salah satu jenis fotografi yang komersial yang digunakan oleh perusahaan untuk menunjukkan produk atau memamerkan produk kepada calon pelanggan (Dewi & Hartiningtyas, 2022). Artinya foto produk yang berkualitas akan mampu membujuk calon konsumen untuk membeli produk.



Gambar 2. Pemaparan Materi Foto Produk

Sebagai dasar pemikiran foto produk sebagai media promosi, fotografer perlu mempertimbangkan konsep '*stil life photography*'. Konsep ini diartikan sebagai pemotretan benda mati yang menjadikan benda tersebut terlihat lebih hidup. *still life photography* dapat digunakan secara konteks

Workshop foto produk sebagai edukasi keterampilan promosi digital pada siswa SMK Negeri 7 kota Bandung

fungsional maupun konteks ekspresif (Kurniawansyah, 2020). Artinya jika ingin mengkomunikasikan fungsi dari sebuah benda, maka foto harus dibuat melakukan fungsinya dan konteks ekspresif harus menunjukkan sisi artistiknya.

Dalam konteks foto produk untuk mendapatkan hasil yang maksimal, maka foto produk bukan sekadar menggambarkan objek ke dalam sebuah gambar dua dimensi dengan cara seadanya, tetapi memerlukan konsep, teknik pemotretan yang baik terkait sudut pemotretan, pencahayaan, penataan objek atau hal-hal lain yang terkait dengan tujuan pencapaian hasil foto yang artistik (Nurlaily, Asmoro, & Aini, 2021). Secara spesifik teknik tersebut adalah pencahayaan, sudut pengambilan gambar, property, komposisi, stylish (penataan), konsep dan editing.

Pencahayaan adalah teknik utama yang perlu diperhatikan dalam pengambilan foto produk. Pencahayaan terbagi dua, yakni natural (*available light*) dan pencahayaan buatan. Pencahayaan natural adalah memanfaatkan cahaya matahari untuk pemotretan. Waktu terbaik untuk mendapatkan cahaya ini biasanya sekitar jam 07.00 s/d 09.00 pagi, namun hal ini perlu mempertimbangkan kondisi cuaca dan ruangan dimana pemotretan berlangsung. Dalam kegiatan PKM ini, pemateri menyarankan bagi fotografer pemula untuk memanfaatkan cahaya natural atau cahaya matahari. Penggunaan cahaya natural akan mempermudah proses pengambilan gambar dan hemat biaya (Muliawan, Sagung, & Pradnyanita, 2021). Sementara cahaya buatan, dapat memanfaatkan keylight (lampu utama), fill light (lampu untuk mengurangi kontras), back light (lampu untuk memisahkan obyek dari latarbelakangnya), dan background light (lampu untuk menerangilatar belakang).

Sudut pengambilan gambar merupakan teknik yang juga perlu dipertimbangkan dalam pemotretan. Sudut pengambilan gambar dalam foto produk berbeda-beda, tergantung kebutuhan pesan yang ingin dikomunikasikan. Secara umum teknik pengambilan gambar foto produk secara horizontal (*eye level*), low angle (10-20 derajat), mid angle (45derajad) atau overhead (90derajad). Selain itu, foto produk perlu mempertimbangkan komposisi. Berbagai komposisi yang disarankan dalam foto produk adalah rule of third, goldenratiogolden linier atau diagonal, framing atau bahkan negative space.

Stylish dan konsep merupakan dua hal yang perlu diaplikasikan dalam pemotretan foto produk, mengingat foto produk merupakan foto desain. *Stylish* dalam foto produk dapat dilakukan dengan cara pemilihan alas foto dan latar belakang, pengaturan komposisi obyek, pengaturan elemen warna, menata elemen pendukung dan mengatur momentum cerita dalam foto. Sedangkan konsep merupakan merujuk pada cerita detail yang ingin dibangun, misalnya era modern, klasik, kafe, warna – warni dan sebagainya. Secara umum terdapat dua aliran besar dalam konsep fotografi produk yaitu *dark mood* – foto dominan gelap, dan *bright mood* foto dominan terang. Foto yang sudah di potret perlu di edit agar dapat ditampilkan secara maksimal. Proses editing saat ini sering disebut sebagai digital imaging yakni proses pengolahan gambar (editing) dari dokumen asli menjadi file digital berbentuk pixel yang dapat dibaca dan dimanipulasi menggunakan computer grafis.



Gambar 3. Praktik Pengambilan Foto Produk

Selain pemaparan materi kegiatan workshop, kegiatan PKM diisi dengan diskusi tentang foto produk. Dalam sesi diskusi mitra tampak antusias mengajukan beberapa pertanyaan kepada pemateri. Adapun beberapa topik yang dibahas dalam diskusi antara lain kemampuan kamera handphone dalam memproduksi foto produk, tantangan terberat dalam menghasilkan foto produk dan cara mengasah skil foto produk bagi pemula. Semua pertanyaan yang di ajukan peserta dijawab dengan baik oleh

pemateri. Kegiatan terakhir dari workshop adalah sesi praktik foto produk. Praktik dimulai dengan menyiapkan penataan meja dan produk yang akan dipotret oleh peserta. Selanjutnya mitra melakukan pemotretan foto produk dengan handphone masing – masing. Setelah sesi pemotretan berakhir, pemateri mengevaluasi beberapa hasil potretan mitra.

Evaluasi Kegiatan

Tahap terakhir kegiatan PkM ini adalah evaluasi kegiatan. Evaluasi yang dilakukan terdiri dari 2 hal, yakni evaluasi ketercapaian tujuan PkM dan evaluasi secara umum kegiatan PkM. Tahap evaluasi pertama yakni mengevaluasi ketercapaian tujuan PkM yakni peningkatan pengetahuan dan skill mitra tentang foto produk. Peningkatan pengetahuan mitra tentang foto produk dibuktikan dengan sesi diskusi diakhir kegiatan. Pemateri menanyakan kembali kepada secara acak kepada 10 orang peserta tentang materi yang telah disampaikan. Adapun beberapa diantaranya (1) apa teknik pencahayaan yang dapat digunakan oleh pemotret pemula; (2) apa yang dimaksud dengan *style life photography*; (3) Jelaskan konsep yang dapat digunakan dalam foto produk; (4) Sebutkan beberapa komposisi yang disarankan dalam foto produk. Dari 10 orang yang ditanya secara langsung, 8 orang mampu menjelaskan pertanyaan dengan baik. Artinya sebagian besar mitra telah mengalami peningkatan pengetahuan tentang foto produk.

Selain itu, evaluasi tentang peningkatan skill foto produk. Tahapan ini dilakukan dengan cara mitra mengumpulkan semua karya pada sesi praktik, terkumpul 34 karya foto produk. Selanjutnya pemateri dan tim memberikan apresiasi dan evaluasi terhadap foto yang telah dihasilkan. Dari 34 karya, pemateri berpandangan terdapat 24 karya yang sudah memenuhi standar minimal foto produk. Hal ini dinilai dari teknik pencahayaan, komposisi & angle. Hasil foto produk dari peserta terlihat memiliki cahaya foto yang terang, komposisi yang digunakan sudah cukup baik dan peserta telah mampu memotret dengan berbagai sudut pengambilan yang sesuai. Sedangkan 10 karya belum memenuhi standar dengan berbagai catatan yakni foto yang dihasilkan masih gelap dan komposisi foto yang belum terlalu jelas penonjolannya.

Terakhir dilakukan survey umpan balik kegiatan PkM pada mitra. Hasil survey menunjukkan bahwa dari 5 indikator yang diajukan yakni : (1) kesesuaian materi dengan kebutuhan 73 % sangat setuju, 27 % setuju dan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 %; (2) Waktu pelaksanaan yang cukup dan sesuai sebanyak 71 % sangat setuju, 29 % setuju dan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 %; (3) Materi yang disajikan cukup mudah sebanyak 71 % sangat setuju, 29 % setuju dan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 %; (4) Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan sebanyak 75 % sangat setuju, 25 % setuju dan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 % dan mitra menerima dan berharap kegiatan dilanjutkan sebanyak 78 % sangat setuju, 22 % setuju dan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 %. Dapat disimpulkan bahwa peserta kegiatan merasa puas dengan pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat dengan rata – rata persentase sangat setuju 73,6 % dan 26,4 persen setuju, serta netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 %.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaksanaan PkM berjalan dengan baik, serta mampu memenuhi tujuan pelaksanaan PkM. Hasil kegiatan PkM ini adalah peningkatan pengetahuan dan skill mitra tentang foto produk. Adapun peningkatan pengetahuan terlihat dari hasil diskusi tim PkM dengan peserta kegiatan, peserta mampu menjawab pertanyaan seputar teknik fotografi produk yang diajukan oleh mitra. Sementara peningkatan skill foto produk terlihat dari hasil karya mitra yang melakukan praktik foto produk. Sebagian besar hasil karya peserta terlihat telah memenuhi beberapa standar foto produk. Peningkatan pemahaman dan skill dalam jangka panjang diharapkan dapat menjadi bekal bagi mitra untuk berwirausaha secara mandiri

Adapun hambatan dalam pelaksanaan PkM ini adalah terbatasnya waktu pelaksanaan, sehingga peningkatan pengetahuan dan skill pada siswa belum sepenuhnya merata. Dimasa depan pelaksanaan PkM perlu dilakukan dalam durasi yang lebih panjang sehingga pembelajaran tentang foto

produk dapat dilaksanakan secara intensif. Selain itu, diwaktu mendatang perlu mengadakan pelatihan produksi konten promosi digital untuk membekali siswa SMK sehingga memiliki skil pemasaran digital.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan PkM ini. Terutama kepada PPM Universitas Telkom yang telah memberikan pendanaan kegiatan PkM ini dalam skema pelatihan dan atau pendampingan.

DAFTAR RUJUKAN

- Dewi, I. C., & Hartiningtyas, L. (2022). Pengaruh Foto Produk, Lokasi, dan Pengalaman Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen pada Khoyiir Store Tulungagung. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(8), 2015–2026.
- Harris, A. (2023). Lulusan SMK Didorong Terapkan Konsep “BMW.”
- Kurniawansyah, H. (2020). Food Photography Goodfellas Resto Dengan Pendekatan Still Life. *Arty: Seni Rupa UNNES*, 9(1), 22.
- Muliawan, K. D., Sagung, A. A., & Pradnyanita, I. (2021). Analisa Teknik Fotografi Dalam Tren Food Photography. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 1–7.
- 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.
- Putra, M. R. A., Hidayatullah, M., Aditama, R. F., & Tompo, A. P. H. (2023). OPTIMALISASI FOTO PRODUK UMKM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI KOTA BAUBAU. SELAPARANG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(September), 1671–1676.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk Umkm. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3), 633–642. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13271>
- Setyowati, R., & Rohmah, A. N. (2022). Peningkatan Promosi Melalui Fotografi Produk Dengan Smartphone Pada Bukuan Fried Chicken (BFC). *Jurnal Pengabdian Masyarakat ...*, 1(3), 75–82.
- Utami, A. R., & Ratnasari, K. (2023). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN FOTO PRODUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI. SELAPARANG. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7, 2351–2357.
- vokasi.kemdikbud.go.id. (2021). SMK Harus Cetak Wirausaha Sukses.
- Wahyu, M., Reza, A., Anggalih, N. N., Desain, J., Surabaya, U. N., Desain, J., & Surabaya, U. N. (2023). Perancangan Fotografi Sebagai Media. *Jurnal Barik*, 4(3), 259–267.