



**Pelatihan Pembuatan Foto Produk Menggunakan Kamera Handphone dan Peralatan Sederhana untuk Membantu Menaikkan Daya Pemasaran UMKM di Desa Karangtengah, Kecamatan Cepiring, Kabupaten Kendal**

*Training of Product Photo Making by Using Mobile Cameras and Simple Equipment to Help Increase Home Industry Marketing Power in Karangtengah Village, Cepiring District, Kendal Regency*

**Muhammad Fahd Diyar Husni<sup>1\*</sup>, Eko Nursanty<sup>2</sup>, Krismawanti<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945, Semarang

<sup>2</sup>Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945, Semarang

<sup>3</sup>Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas 17 Agustus 1945, Semarang

\*husni@untagsmg.ac.id

---

**Article History:**

Received:

Revised:

Accepted:

**Keywords:** digital marketing, handphone camera, home industry, product photo, simple equipment.

**Abstract:** *It is considering that the market has now switched to digital through the world of social media. Skills in attracting buyers and digital marketing need to be improved for Home Industry entrepreneurs to compete and survive in the industrial market. By providing training in product photo making, at least it can provide new insights and knowledge that good product photos do not have to be done with sophisticated equipment and in a luxurious studio. However, producing interesting product photos can be done with a simple photo trick, like using only a handphone camera that almost everyone has, minimal software application, and simple equipment that helps to improve the results later. After delivering the theory and direct experiments, it is hoped that the knowledge and skills gained will continue to be remembered, utilized, honed, and continuously developed by themselves. Trial and error using more advanced photo editing application software that is widely available on mobile devices today, both free and paid. In the end, making attractive product photos, of course, will become a good weapon and increase competition in marketing Home Industry products, and the goal is to attract many buyers.*

---

**Abstrak**

Mengingat sekarang pasar sudah beralih ke digital lewat dunia sosial media sehingga kecakapan dalam menarik pembeli dan skill dalam digital marketing perlu

ditingkatkan untuk para pengusaha UMKM agar bisa bersaing dan bertahan di pasar industri. Dengan pemberian pelatihan pembuatan foto produk ini setidaknya dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru bahwa foto produk bagus tidak harus dilakukan dengan peralatan canggih dan di dalam studio mewah. Namun untuk menghasilkan foto produk yang menarik dapat dilakukan dengan trik foto sederhana yaitu hanya dengan menggunakan kamera handphone yang hampir semua orang memiliki dan peralatan sederhana untuk memperbaiki hasil nantinya. Setelah dilakukan penyampaian teori dan percobaan secara langsung diharapkan ilmu dan keterampilan yang didapat terus diingat, dimanfaatkan, diasah dan terus dikembangkan sendiri dengan mencoba menggunakan software aplikasi edit photo yang banyak tersedia di gawai handphone saat ini baik gratis maupun berbayar. Dengan dibuatnya foto produk yang menarik tentu saja akan meningkatkan persaingan dalam pemasaran produk UMKM dan dapat menarik banyak pembeli.

**Kata Kunci:** digital marketing, foto produk, kamera handphone, peralatan sederhana, UMKM.

## **PENDAHULUAN**

Bidang arsitektur sangat erat hubungannya dengan sesuatu yang bersifat visual, mulai dari membuat desain bangunan, membuat model tiga dimensi, bahkan merancang display presentasinya. Untuk dapat menciptakan visualisasi bangunan yang bagus, para arsitek butuh menangkap suatu ide, image atau karya besar arsitektural sebagai bahan referensi baik dengan menggambar sketsa atau dalam hal ini yaitu mengambil foto. Sehingga peran yang diciptakan oleh sebuah foto dapat menjadi sebuah media penuangan gagasan dan media komunikasi yang efektif dan menarik. Pada akhirnya hal itu memunculkan sebuah bidang tersendiri dalam arsitektur yang berfokus pada karya dokumentasi arsitektural yang disebut dengan fotografi arsitektur <sup>1</sup>. Bahkan fotografi menurut Higgot dan Wray <sup>2</sup> sangat berperan dalam membentuk pengetahuan kita akan sebuah kota yang modern dan merepresentasikan ruang dan bentuk dengan ide dan konsep yang unik.

Tidak hanya pada bidang arsitektur, pada bidang pemasaran atau marketing, fotografi juga sangat penting dan diperlukan untuk menarik pembeli terutama dalam hal display produk. Pertama, melalui fotografi nilai brand produk akan meningkat, sehingga calon pembeli akan merasa yakin dengan produk tersebut <sup>3</sup>. Kedua, dengan produk yang sama tetapi foto produk yang ditampilkan

---

<sup>1</sup> Ari Widyati Purwanti, "Fotografi Arsitektur Sebagai Sarana Komunikasi," *Republika Online*, last modified January 26, 2016, accessed October 29, 2022, <https://republika.co.id/berita/pendidikan/umj-pendidikan/16/01/26/o1k3m0359-fotografi-arsitektur-sebagai-sarana-komunikasi>.

<sup>2</sup> Andrew Higgott and Timothy Wray, *Camera Constructs: Photography, Architecture and the Modern City* (Routledge, 2016).

<sup>3</sup> Rania Ezzat, "Enhancing the Advertising Message through the Conceptual Photography," *Journal of Art, Design and Music* 1, no. 2 (2022): 120–134.

berbeda, pembeli pasti akan cenderung untuk memilih toko dengan foto yang menarik<sup>4</sup>. Ketiga, memasang foto yang menarik dapat menciptakan kesan pertama yang kuat sehingga akan meningkatkan penjualan produk<sup>5</sup>. Dari ketiga alasan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam dunia marketing foto produk akan sangat berpengaruh dalam bisnis, toko yang dapat menyuguhkan produk yang menarik akan berpotensi besar dalam menaikkan penjualan.

Di era industri 4.0 ini segala hal dituntut untuk bisa terintegrasi dengan teknologi digital, tidak terkecuali dengan dunia pemasaran atau marketing. Dengan masuknya teknologi digital cara memasarkan produk dan jasa pun harus beradaptasi dengan era digital sekarang, sehingga muncul istilah digital marketing atau pemasaran produk secara online. Saat ini pemasaran produk melalui social media sudah banyak dilakukan diantaranya melalui Facebook, Instagram, bahkan sampai aplikasi chatting Whatsapp. Melalui media sosial salah satu cara pembeli untuk berinteraksi yaitu dengan cara melihat foto produk, memilih, lalu menyukai, dan kemudian berkomentar. Untuk itu menampilkan foto produk yang bagus dan menarik adalah sebuah keharusan untuk menarik pembeli<sup>6</sup>.

Tantangan yang dihadapi oleh para pengusaha UMKM saat ini yaitu: kemampuan menjaga kualitas produk, kurangnya literasi keuangan, menciptakan permintaan berkelanjutan, dan pengembangan bisnis secara digital<sup>7</sup>. Terkait mengenai pengembangan bisnis secara digital hal mudah yang mungkin bisa dilakukan salah satunya yaitu dengan meningkatkan kemampuan untuk menyajikan foto produk secara baik dan menarik. Dengan begitu pembeli akan merasa tertarik dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Untuk itu dibutuhkan pelatihan untuk para pengusaha UMKM agar promosi bisa semakin menarik yaitu dengan membuat foto produk yang bagus dan unik akan tetapi dengan cara dan peralatan yang sederhana.

## METODE

Kegiatan pengabdian ini ditujukan untuk para pengusaha rumahan atau UMKM sekitar dari tempat penulis tinggal yaitu di Desa Karangtengah, Kecamatan Cepiring, Kabupaten Kendal. Metode yang digunakan yaitu pemberian Pelatihan kepada pelaku UMKM terkait pembuatan foto

---

<sup>4</sup> Chechen Liao et al., "THE IMPACT OF PRESENTATION MODE AND PRODUCT TYPE ON ONLINE IMPULSE BUYING DECISIONS," *Journal of Electronic Commerce Research* 17, no. 2 (2016).

<sup>5</sup> Huosong Xia et al., "Creating the Best First Impression: Designing Online Product Photos to Increase Sales," *Decision Support Systems* 131 (April 1, 2020): 113235.

<sup>6</sup> Wannapon Suraworachet, Sarawadee Preamsiri, and Nagul Cooharajanone, "The Study on the Effect of Facebook's Social Network Features toward Intention to Buy on F-Commerce in Thailand," in *2012 IEEE/IPSJ 12th International Symposium on Applications and the Internet*, 2012, 245–250.

<sup>7</sup> Tiyarman Restu Putra Gulo, "Memahami Kelemahan UMKM untuk Berkembang," *KOMPASIANA*, last modified June 23, 2022, accessed October 30, 2022,

<https://www.kompasiana.com/tiyarmangulo/62b3ef7f7901691ffa083f82/memahami-kelemahan-umkm-untuk-berkembang>.

produk dengan menggunakan kamera handphone dan peralatan sederhana yang tujuannya untuk meningkatkan daya pemasaran. Pelatihan diadakan pada hari Minggu, tanggal 5 Juni 2022 di rumah Saudari Krismawanti Desa Karangtengah, Kecamatan Cepiring, Kabupaten Kendal.

Peralatan dan perlengkapan yang perlu dipersiapkan adalah:

1. Handphone
2. Kertas karton/ Manila (Warna Putih)
3. Lakban Hitam
4. Gunting Kertas

Setelah semua peralatan dan perlengkapan tersedia, maka langkah selanjutnya yaitu membuat set up untuk pemotretan produk. Yaitu dengan mempersiapkan sandaran untuk set pemotretan, lalu dilapisi dengan Kertas karton/ Manila agar kertas melekat pada sandaran dan alas set maka perlu digunakan Lakban untuk merekatkannya. Gunakan gunting untuk merapikan set pemotretan. Bisa juga diatur seperti gambar dibawah ini (Gambar 1).



**Gambar 1.** Posisi Set Pemotretan yang Baik

Sebelum melakukan pemotretan, alangkah baiknya memastikan hal ini terlebih dahulu agar foto yang dihasilkan dapat maksimal:

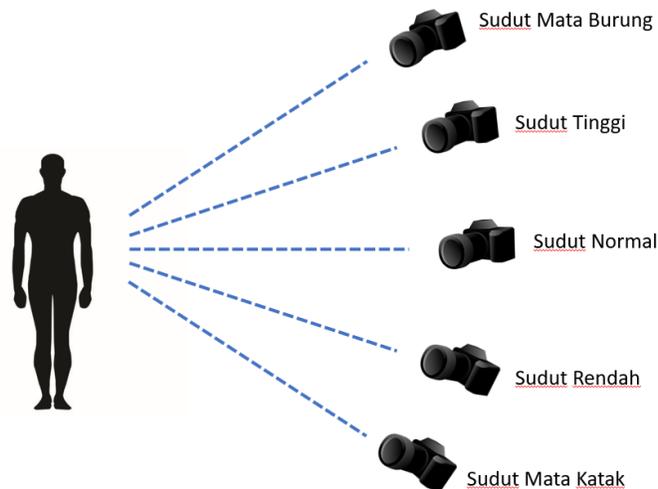
1. Apabila set di dalam ruangan, maka carilah tempat yang dekat dengan jendela atau pintu yang paling besar agar cahaya dapat masuk
2. Carilah waktu pemotretan saat cuaca cerah dan hindari waktu pemotretan saat mendung atau di ruang gelap, karena dengan cahaya yang minim ISO akan otomatis naik sehingga akan memunculkan Noise pada foto
3. Pastikan lensa kamera pada handphone dalam keadaan bersih sebelum digunakan

4. Usahakan Kertas karton yang sebagai Background tidak menekuk/ bersudut, paling baik harus melengkung
5. Letakkan objek pemotretan agak jauh dari background, semakin jauh semakin baik, maka dari itu usahakan memakai Kertas Karton yang agak besar
6. Jangan melakukan zoom pada kamera karena kualitas Pixel-nya akan berkurang, hindari pengaturan kamera dengan mode Wide
7. Ketika menekan tombol potret usahakan tangan tetap diam, dan ambil sudut pandang yang diinginkan

Sudut pandang ini adalah aspek terpenting dalam menciptakan foto yang menarik; setiap sudut harus unik dan memiliki makna tersendiri. Memilih sudut untuk bidikan ini sederhana sekaligus menantang, tergantung pada apa yang ingin Anda capai. Berikut sudut-sudut pandang pemotretan yaitu:

1. Sudut Normal (Level Mata)
2. Sudut Tinggi
3. Sudut Rendah
4. Sudut Mata Burung
5. Sudut Mata Katak

Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada Gambar 2 di bawah.



**Gambar 2.** Sudut Pandang Pemotretan

Pencahayaan adalah faktor utama dalam menentukan kualitas foto. Untuk itu perlu dipertimbangkan faktor-faktor pencahayaan dalam pemotretan, seperti berikut:

1. Posisikan set pemotretan menyamping dari cahaya yang masuk, hindari posisi yang menghadap maupun membelakangi cahaya
2. Posisi set yang menyamping maka ada kemungkinan akan ada bayangan yang dihasilkan, tidak

3. apa-apa jadikan bayangan itu faktor pemanis tampilan
4. Jika menggunakan lampu usahakan beri jarak jangan terlalu dekat
5. Jika masih agak gelap, pengaturan light meter pada kamera bisa digeser keatas
6. Penggunaan kertas putih sebagai reflektor juga bisa dicoba untuk menghilangkan bayangan yang ada disamping
7. Perhatikan sudut sesuai dengan komposisi bentuk produk, usahakan terpotret semua
8. Eksplor berbagai sudut dan gaya agar tujuan yang diinginkan bisa tercapai

Untuk proses editing bisa menggunakan aplikasi Lightroom yang bisa diunduh secara gratis baik pada sistem operasi Android maupun iOS. Berikut bentuk icon aplikasinya (Gambar 3).



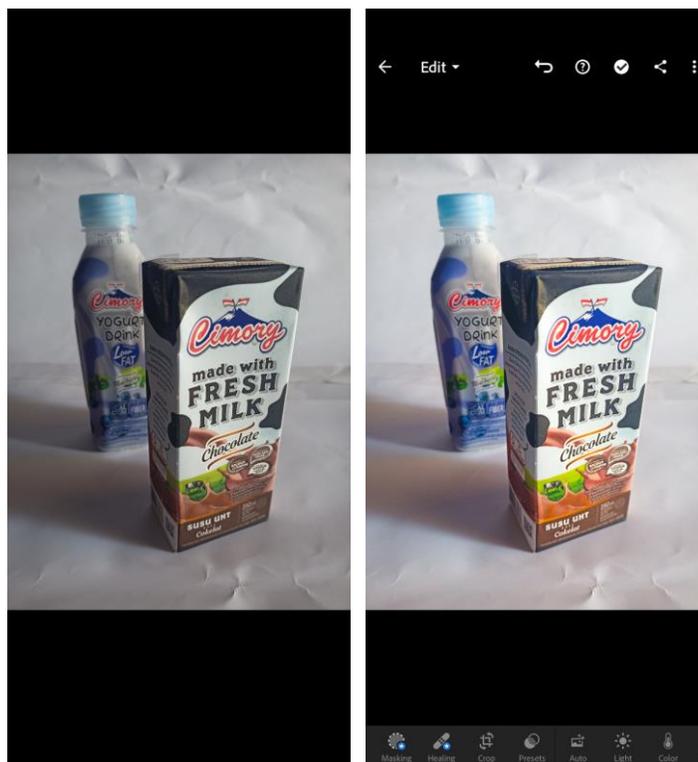
**Gambar 3.** Icon Aplikasi Lightroom Mobile (Google)

Langkah-langkah editing menggunakan Lightroom yaitu:

1. Pilihan Exposure geser kanan sedikit saja
2. Pilihan Contrast geser kanan sedikit banyak melebihi Exposure
3. Pilihan Whites geser kanan sejajar dengan Contrast
4. Pilihan Blacks geser kanan atau kiri sesuai dengan hasil yang diinginkan
5. Pilihan Saturasi geser kanan sedikit saja

## **HASIL**

Dari hasil praktik langsung dapat dihasilkan hasil yang cukup memuaskan. Tinggal dilatih sendiri terus menerus agar dapat dihasilkan hasil yang lebih baik lagi. Disarankan juga untuk mencoba-coba aplikasi edit foto yang lain yang tersedia Download Store agar pengetahuan menggunakan aplikasi edit foto bisa terus bertambah dan terasah. Berikut adalah hasil-hasil dari peserta yang telah praktik secara langsung (Gambar 4).



**Gambar 4.** Foto Sebelum dan Sesudah di-edit dengan Lightroom

## DISKUSI

Foto produk merupakan representasi visual dari suatu barang yang akan kita perlihatkan kepada pelanggan. Selanjutnya, teknik fotografi mengacu pada prosedur dan pendekatan apa pun untuk memotret objek yang menarik. Akibatnya, memilih pendekatan pemotretan yang tepat akan mempengaruhi persepsi yang dihasilkan di sisi calon pembeli. Selain itu, ada berbagai faktor yang perlu dipertimbangkan saat mengambil foto. Baik itu foto produk makanan, produk minuman, atau bahkan barang sekali pakai, Anda harus melakukan penyesuaian. Hal ini berkaitan tentang atribut foto produk yang diperlukan selama prosedur fotografi. Fotografi produk makanan mungkin akan memerlukan tatakan tambahan, properti peralatan makan dari kayu, dan alat peraga lainnya. Jadi dengan penambahan tersebut akan menambah kesan seakan-akan siap disantap<sup>8</sup>.

Foto produk dibutuhkan tidak hanya oleh perusahaan raksasa tetapi juga oleh UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah. Membangun Reputasi Bisnis; Meningkatkan Visibilitas dan Keterlibatan dengan Pelanggan; Meningkatkan Penjualan, dan Menarik Lebih Banyak Konsumen adalah keuntungan jika memberikan foto produk yang memukau saat kita beriklan dan berjualan

<sup>8</sup> Sylvia C. Mooy and Henry S.J. Robben, "Managing Consumers' Product Evaluations through Direct Product Experience," *Journal of Product & Brand Management* 11, no. 7 (January 1, 2002): 432–446.

lewat media sosial.

Dalam sebuah perusahaan, branding sangatlah penting. Branding akan menentukan kualitas, popularitas, dan citra perusahaan. Selain itu, branding yang baik dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk barang yang diproduksi, citra perusahaan di mata pelanggan, dan sebagainya. Banyak elemen yang memengaruhi penjualan, seperti cara menjual, tetapi jual-beli mungkin akan mandek jika tanpa foto produk yang menarik. Menjaga kualitas barang atau jasa merupakan komponen terpenting dalam meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap barang atau jasa yang kita jual. Jangan pernah meremehkan kekuatan foto produk dalam menarik pembeli baru ke bisnis kita.

## **KESIMPULAN**

Dengan diadakannya pelatihan untuk para pengusaha UMKM agar promosi bisa semakin menarik yaitu dengan membuat foto produk yang bagus dan unik akan tetapi dengan cara dan peralatan yang sederhana dan dengan dibuatnya foto produk yang menarik tentu saja akan meningkatkan persaingan dalam pemasaran produk UMKM dan dapat menarik banyak pembeli.

## **PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS**

Terimakasih kepada warga desa X, Kelurahan X, Kabupaten Kendal yang telah bersedia untuk mengikuti Pelatihan sebagai bagian dari penyelenggaraan pengabdian kepada masyarakat. Semoga apa yang sudah didapat bisa dimanfaatkan dan membawa perubahan yang baik di masyarakat.

## **DAFTAR REFERENSI**

Ezzat, Rania. "Enhancing the Advertising Message through the Conceptual Photography."

*Journal of Art, Design and Music* 1, no. 2 (2022): 120–134.

Gulo, Tiyarman Restu Putra. "Memahami Kelemahan UMKM untuk Berkembang."

*KOMPASIANA*. Last modified June 23, 2022. Accessed October 30, 2022.

<https://www.kompasiana.com/tiyarmangulo/62b3ef7f7901691ffa083f82/memahami-kelemahan-umkm-untuk-berkembang>.

Higgott, Andrew, and Timothy Wray. *Camera Constructs: Photography, Architecture and the Modern City*. Routledge, 2016.

Liao, Chechen, Pui-Lai To, Yun-Chi Wong, Prashant Palvia, and Mohammad Daneshvar Kakhki.

"THE IMPACT OF PRESENTATION MODE AND PRODUCT TYPE ON ONLINE IMPULSE BUYING DECISIONS." *Journal of Electronic Commerce Research* 17, no. 2 (2016).

- Mooy, Sylvia C., and Henry S.J. Robben. "Managing Consumers' Product Evaluations through Direct Product Experience." *Journal of Product & Brand Management* 11, no. 7 (January 1, 2002): 432–446.
- Purwantiasning, Ari Widyati. "Fotografi Arsitektur Sebagai Sarana Komunikasi." *Republika Online*. Last modified January 26, 2016. Accessed October 29, 2022.  
<https://republika.co.id/berita/pendidikan/umj-pendidikan/16/01/26/o1k3m0359-fotografi-arsitektur-sebagai-sarana-komunikasi>.
- Suraworachet, Wannapon, Sarawadee Prensiri, and Nagul Cooharajanone. "The Study on the Effect of Facebook's Social Network Features toward Intention to Buy on F-Commerce in Thailand." In *2012 IEEE/IPSJ 12th International Symposium on Applications and the Internet*, 245–250, 2012.
- Xia, Huosong, Xiaoting Pan, Yanjun Zhou, and Zuopeng (Justin) Zhang. "Creating the Best First Impression: Designing Online Product Photos to Increase Sales." *Decision Support Systems* 131 (April 1, 2020): 113235.