

Peningkatan Kemampuan Fotografi Produk UKM Kewirausahaan Cendikia UNIPMA

*Product Photography Ability Improvement in UKM Kewirausahaan Cendikia
UNIPMA*

Dimas Setiawan*¹, Nasrul Rofiah Hidayati², Firman Primawan³

^{1,2,3} Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Email : *dimas.setiawan@unipma.ac.id, nasrul.rofiah@unipma.ac.id,
firmprimawan@gmail.com

Abstrak – UKM Kewirausahaan Cendikia UNIPMA merupakan salah satu unit kegiatan mahasiswa yang dijadikan tempat untuk mengembangkan kemampuan berwirausaha dari mulai melakukan perencanaan bisnis, pembuatan produk, hingga pendistribusian produk bisnis. Pada tahap pendistribusian produk terdapat kegiatan marketing yang mana dalam prosesnya, foto produk menjadi hal penting dalam memberikan daya Tarik kepada calon konsumen. Namun mahasiswa di UKM Kewirausahaan ini masih minim dalam memiliki pemahaman tentang fotografi produk, sehingga dibutuhkan peningkatan kemampuan fotografi produk melalui workshop. Dari hasil uji Pre test & post test dalam pelatihan workshop fotografi produk didapat peningkatan pemahaman Rata-rata sebesar 30.48 poin & median sebesar 40 poin, dengan diikuti hasil penugasan foto produk dengan jumlah foto terkumpul sebesar 61 foto produk dengan berbagai komoditas.

Kata kunci – Fotografi produk, UKM Kewirausahaan, Workshop, UNIPMA

Abstract - UKM Kewirausahaan Cendikia UNIPMA is one of the student organization who's used as a place to develop entrepreneurial skills starting from business planning, product manufacturing, to distribution of business products. At the product distribution stage, there are marketing activities which in the process, product photos are important in attracting potential consumers. However, the student at UKM Kewirausahaan Cendikia UNIPMA still lacks an understanding of product photography, so it is necessary to improve product photography skills through workshops. From the results of the Pre-test & post-test in the product photography workshop training, an increase in understanding was obtained. An average of 30.48 points & a median of 40 points, with the results of the assignment of product photos with the number of photos collected being 61 product photos with various products.

Keywords – Product photography, UKM Kewirausahaan, Workshop, UNIPMA

I. PENDAHULUAN

Universitas PGRI Madiun (UNIPMA) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di daerah Jawa Timur, yang memiliki visi & misi dimana salah satunya untuk mencetak generasi yang memiliki jiwa kewirausahaan. Fasilitas yang disediakan oleh lembaga salah satunya dengan membuat organisasi kemahasiswaan kewirausahaan cendikia UNIPMA. Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk memberikan stimulus kepada mahasiswa untuk menjadi *entrepreneurship* [1].

Organisasi mahasiswa kewirausahaan cendikia UNIPMA, pada dasarnya terdapat kegiatan utama dimana para mahasiswa diarahakan untuk melakukan berbagai kegiatan, dari mulai perencanaan model bisnis, pelaksanaan model bisnis, pembuatan produk bisnis, hingga pendistribusian produk bisnis. Untuk kegiatan pendistribusian produk bisnis, terdapat kegiatan salah satunya foto produk. Namun sebagian besar mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan Organisasi mahasiswa kewirausahaan cendikia UNIPMA, merasa kurang dalam penguasaan foto produk. Padahal di era digital ini foto produk yang menarik menjadi hal utama dalam menarik daya beli konsumen[2]. selain itu perkembangan internet di era digital telah mempengaruhi semangat dan perkembangan dari kegiatan wirausaha[3]. Sehingga diperlukan kegiatan *workshop*/pelatihan tentang fotografi produk.

Metode pelatihan fotografi produk yang di desain dengan model ceramah & praktik memberikan dampak baik bagi peningkatan minat serta wawasan dari pemilik produk bisnis. & Meningkatkan daya jual kepada konsumen [4]. Namun terdapat beberapa kendala dimana rata rata para peserta pelatihan memiliki tingkat kemampuan yang heterogen, dan memiliki kekurangan dari sisi kreatifitas, sebagian besar juga belum memiliki sarana prasarana yang memadai. [5]

Dari beberapa kendala diatas, maka dibuatlah desain pelatihan fotografi produk dengan menerapkan model ceramah & praktik, yang diikuti dengan tambahan model pengujian dan penugasan. Dengan adanya model pelatihan ini bertujuan untuk mengukur keberhasilan progress pelatihan secara kuantitatif. Selain itu hasil dari penugasan dapat digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan para peserta dalam mengimplementasikan materi pelatihan dalam menghasilkan foto produk. Dalam mengatasi kendala keterbatasan sarana prasaran maka dibuatlah desain materi yang terfokus pada penggunaan fotografi *Smartphone*.

II. LANDASAN TEORI

2.1. Fotografi Produk

Fotografi produk merupakan bidang fotografi yang terfokus dalam teknik pengambilan gambar sebah produk bisnis, baik dalam skala kecil, menengah , hingga besar [6]. Tujuan dari fotografi produk adalah memberikan gambaran secara lengkap mengenai produk yang divisualisasikan. [7]. Fotografi produk merupakan bagian dari fotografi komersil yang mana fotografi yang bertujuan untuk mempromosikan barang/jasa. [8]

Dalam proses pelatihan terdapat proses sosialisasi dan praktik. Pelatihan praktik foto produk merupakan Pelatihan yang diadakan dalam rangka menghasilkan foto produk, dengan mengedepankan unsur estetika / keindahan guna meningkatkan daya beli konsumen. Sedangkan Sosialisasi merupakan kegiatan yang didalamnya memberikan pemaparan berupa materi fotografi produk. [9]

2.2. Penelitian Terdahulu

Proses pelatihan fotografi produk yang ditujukan ke Organisasi Kemahasiswaan Cendikia UNIPMA, mengacu pada beberapa kegiatan pengabdian/pelatihan yang sudah dilakukan sebelumnya dimana rincian dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Tahun, Penulis	Metode	Hasil/Kesimpulan
1	Pelatihan Fotografi Produk Kepada Ikatan Remaja Masjid Baiturrahman	2021, Bobby Halim,dkk.	<i>Metode Ceramah & Evaluasi</i>	Pelaksanaan pelatihan ditujukan kepada IRMA dengan tingkat kemampuan yang berbeda. Banyak yang kurang dari sisi kreatifitas, dan sebagain besar belum memiliki wawasan serta sarpras yang memadai.
2	Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari	2021, Ami Saptiyono, dkk.	<i>Metode Ceramah & praktik</i>	Pelaksanaan pelatihan ditujukan kepada UMKM Kelurahan Gebangsari. dimana terdapat peningkatan kualitas foto produk yang dihasilkan peserta dan munculnya keinginan dari peserta agar pelatihan seperti ini dilakukan rutin minimal satu kali dalam satu bulan.
3	Pelatihan Desain	2021,	<i>Metode</i>	Pelaksanaan Pelatihan, tidak

Kemasan & Pemetretan Produk Unggulan Kampoeng Kajoetangan Heritage Kota Malang	Bunyamin, dkk.	Ceramah & praktik	hanya terfokus pada pemetretan produk, tetapi juga desain kemasan. Kegiatan ini dirasa bermanfaat dengan memberikan pengetahuan & praktik dari mendesain kemasan dan foto produk.
--	----------------	-------------------	---

III. METODE

Metode yang dilakukan dalam workshop fotografi produk UKM kewirausahaan Cendikia UNIPMA menggunakan 7 tahapan pelaksanaan kegiatan:

- 1) Tahap Perencanaan Desain kegiatan Workshop.
Tahapan ini terfokus pada rancangan sistematis model workshop yang akan digunakan saat pelatihan, pengumpulan bahan material & instrumen yang nantinya digunakan saat workshop.
- 2) Tahap Pembuatan Materi dan instrumen kegiatan.
Tahapan ini terfokus pada penyusunan materi dengan konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, & Action) untuk menarik perhatian peserta pelatihan [10], serta penyediaan instrumen berupa pertanyaan yang terfokus ke pemahaman & wawasan tentang fotografi produk.
- 3) Tahap Pre Test
Tahapan ini merupakan tahapan yang dilaksanakan ketika workshop, dimana peserta diberikan beberapa poin pertanyaan, dimana berfungsi untuk menilai sejauh mana pemahaman peserta workshop mengenai fotografi produk sebelum adanya sesi sosialisasi & Demonstrasi.
- 4) Tahap Sosialisasi
Tahap ini berisikan kegiatan tentang pemaparan konsep dasar fotografi produk, baik dari definisi, tujuan, serta langkah langkah umum dalam melakukan foto produk.
- 5) Tahapan Demonstrasi
Tahap ini merupakan tahap dimana, pemateri mempraktikkan proses foto produk serta tip & trik ketika melakukan foto produk.
- 6) Tahapan Post Test
Tahapan ini merupakan tahapan yang dilaksanakan di sesi akhir workshop, dimana berfungsi untuk menilai sejauh mana pemahaman peserta workshop mengenai fotografi produk sebelum adanya sesi sosialisasi & Demonstrasi.
- 7) Tahapan Penugasan
Tahap ini terfokus pada pemberian tugas kepada para peserta workshop agar dapat mempraktikkan secara langsung materi yang diajarkan saat sesi pelatihan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pelatihan fotografi produk untuk Organisasi kemahasiswaan kewirausahaan cendikia UNIPMA, diikuti oleh seluruh mahasiswa yang tergabung dalam organisasi tersebut. Dengan jumlah peserta pelatihan 62 mahasiswa terdaftar.

- 1) Tahap Perencanaan Desain kegiatan Workshop.
Pada tahap perencanaan desain kegiatan dilakukan persiapan mengenai mekanisme susunan kegiatan model workshop/pelatihan yang menghasilkan 7 tahapan yaitu perencanaan desain kegiatan workshop, Pembuatan materi & Instrumen, Tahap pretest, Sosialisasi, demonstrasi, Post Test, dan penugasan. Dalam tahap ini pemateri dibantu oleh panitia pelaksana workshop UKM kewirausahaan cendikia UNIPMA.
- 2) Tahap Pembuatan Materi dan instrumen kegiatan.

Pada Tahapan ini dilakukan penyusunan materi dengan konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, & Action), serta penyiapan instrument berupa pertanyaan yang terfokus ke pemahaman & wawasan tentang fotografi produk. Dari hasil penyusunan materi didapat 6 butir pertanyaan untuk instrument post test dan pre test. Serta materi presentasi.



Gambar 1. Tampilan beberapa konten presentasi pelatihan

3) Tahap Pre Test

Tahapan ini merupakan tahapan yang dilaksanakan ketika workshop, dimana peserta diberikan 6 poin pertanyaan,

Tabel 1. Daftar pertanyaan Pret Test & Post Test

Daftar pertanyaan uji wawasan Pemahaman Fotografi Produk

1	Apa itu Fotografi Porduk ?
2	Tujuan Fotografi Produk ?
3	Apa Pentingnya Fotografi Produk?
4	Jenis Fotografi produk yang mengutamakan Backgorund polos ?
5	Jenis Fotografi produk yang mengutamakan props, setting, dan lain lain hingga terlihat natural dalam keseharian ?
6	Bagaimana memulai Fotografi Produk ?

4) Tahap Sosialisasi

Tahap ini berisikan kegiatan tentang pemaparan konsep dasar fotografi produk, baik dari definisi, tujuan, serta langkah langkah umum dalam melakukan foto produk.





Gambar 2. Sosialisasi materi secara Daring

5) Tahapan Demonstrasi

Tahap ini merupakan tahap dimana, pemateri mempraktikkan proses foto produk serta tip & trik ketika melakukan foto produk.



Gambar 3. Praktik Secara Daring

6) Tahapan Post Test

Pada Tahapan ini dilakukan uji mengenai wawasan yang sudah didapat oleh para peserta pelatihan dimana dalam tesnya mengajukan pertanyaan yang sama dengan soal post test. Dari hasil Post Test didapat peningkatan pemahaman Rata-rata sebesar 30.48 poin & median sebesar 40 poin.



Gambar 4. Hasil Pre Test



Gambar 5. Hasil Post Test

7) Tahapan Penugasan

Tahap ini terfokus pada pemberian tugas kepada para peserta workshop agar dapat mempraktikkan secara langsung materi yang diajarkan saat sesi pelatihan, didapat 61 hasil foto produk dari peserta pelatihan.



Gambar 6. Beberapa contoh hasil Penugasan

V. KESIMPULAN

Pelatihan fotografi Produk untuk Organisasi kemahasiswaan kewirasuahaan Cendikia Universitas PGRI Madiun dengan menggunakan metode ceramah, praktik, pengujian, penugasan. Memberikan peningkatan pemahaman Rata-rata sebesar 30.48 poin & median sebesar 40 poin. Hasil penugasan dapat menghasilkan 61 fotografi produk dengan berbagai komoditas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. J. Pinem And D. Purbawati, “Praktik Pelatihan Foto Produk Untuk Kinerja Pemasaran Produk Pada Usaha Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro,” *Aksara J. Ilmu Pendidik. Nonform.*, Vol. 8, No. 1, Pp. 563–568, Jan. 2022, Doi: 10.37905/Aksara.8.1.563-568.2022.
- [2] W. P. Cahyani And U. Sutopo, “Pelatihan Foto Produk Dan Pembuatan Desain Promosi Bagi Pelaku Umkm Pengolahan Belimbing (Averr) Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Promosi,” *Prodimas Pros. Pengabdi. Masy.*, Vol. 1, Pp. 174–187, Jan. 2022, Accessed: Feb. 02, 2022. [Online]. Available: <https://Prosiding.Iainponorogo.Ac.Id/Index.Php/Prodimas/Article/View/442>.
- [3] N. Srijani, S. Riyanto, D. S. Hariyani, And I. Prastyaningrum, “Pelatihan Kewirausahaan Melalui Kegiatan Digital Entrepreneurship Pada Mahasiswa,” *J-Abdi J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, 2022, Accessed: Feb. 02, 2022. [Online]. Available: <https://Bajangjournal.Com/Index.Php/J-Abdi/Article/View/740>.
- [4] B. Bunyamin *Et Al.*, “Pelatihan Desain Kemasan & Pemotretan Produk Unggulan Kampoeng Kajoetangan Heritage Kota Malang,” *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, Vol. 8, No. 1, Pp. 38–41, Jul. 2021, Doi: 10.33795/Jabdima.V8i1.116.
- [5] B. Halim, A. Amaliatulwalidain, And N. Anggraini, “Pelatihan Fotografi Produk Kepada Ikatan Remaja Masjid Baiturrahman,” *Selaparang J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan*, Vol. 5, No. 1, Pp. 719–723, Dec. 2021, Accessed: Jan. 31, 2022. [Online]. Available: <http://Journal.Ummat.Ac.Id/Index.Php/Jpmb/Article/View/6527>.
- [6] A. Saptiyono, E. Dwi, S. Watie, And K. A. Febriana, “Pelatihan Fotografi Produk Bagi Umkm Kelurahan Gebangsari,” *Tematik*, Vol. 3, No. 1, Pp. 2775–3360, Jun. 2021, Accessed: Jan. 31, 2022. [Online]. Available: <https://Journals.Usm.Ac.Id/Index.Php/Tematik/Article/View/3033>.
- [7] M. Yanto, F. Fatimah, And M. Mastur, “Pengembangan E-Book Mata Kuliah Media Fotografi,” *J. Instr. Technol.*, Vol. 2, No. 1, Pp. 24–31, Aug. 2021, Accessed: Jan. 31, 2022. [Online]. Available: <https://Ppjp.Ulm.Ac.Id/Journals/Index.Php/J-Instech/Article/View/3812>.
- [8] S. Marjani Gusti, E. Oktavianus, And H. Nasution, “Coklat Malibou Dalam Penciptaan Karya Fotografi Produk,” *Matalensa J. Photogr. Media*, Vol. 1, No. 1, Pp. 14–24, Dec. 2021, Doi: 10.26887/Matalensa.V1i1.2190.
- [9] J. H. G. Purwasih *Et Al.*, “Pemberdayaan Melalui Pelatihan Pemasaran Produk Umkm Omah Jenang Blitar Di Masa Pandemi Covid-19,” *J. Abdimasa Pengabdi. Masy.*, Vol. 4, No. 2, Pp. 64–72, Jul. 2021, Accessed: Jan. 31, 2022. [Online]. Available: <https://Unimuda.E-Journal.Id/Jurnalabdimasa/Article/View/1213>.
- [10] D. Setiawan, “Teori & Praktik Multimedia Bisnis - Repository Unipma,” *Unipma Press*, 2021. <http://Eprint.Unipma.Ac.Id/153/> (Accessed Feb. 02, 2022).