

PELATIHAN FOTOGRAFI DAN CITRA DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS KONTEN DIGITAL AKUN BISNIS UMKM RUSUNAWA WONOREJO, SURABAYA

Romi Ilham¹, Yudha Delonix² Renzina³, Lindiawati⁶, Dewi Ayu Wulandari⁵,
Heri Supriyanto⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Hayam Wuruk Perbanas

Jl. Wonorejo Utara 16, Surabaya

Email: yudha.delonix@hayamwuruk.ac.id, lindi@perbanas.ac.id, romi_ilham@perbanas.ac.id,
heri.supriyanto@hayamwuruk.ac.id, dewiayu.wulandari@perbanas.ac.id

Abstrak

The problem challenged by MSMEs in 'Rusunawa' (a rented simple flat belonging to the local government of Surabaya), at Wonorejo, Rungkut District, Surabaya is the low market response due to the lack of the quality of photos of MSME products as digital content. Therefore the solution offered is learning and practicing photography and digital image. The output of the activity is photos and edited photos and digital product catalogs uploaded on social media (Instagram, WhatsApp Status, and WhatsApp Business). After the training, participants are able to create product photos for digital content. product photos made by the support of a mini studio, properties that support the technique of taking the right angle and lighting. In addition, participants were also able to edit photos with the applications of Photorrom and Canva. Assistance of the Team is provided by monitoring the quality of photos taken and shared on WAG. After the photo is considered good, then it will be uploaded as content on Instagram or on WA Business.

Keywords: *Photography, digital image, digital content, Instagram, WA Business*

PENDAHULUAN

Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) dalam perekonomian Indonesia mempunyai peran dan potensi yang besar dalam membangun perekonomian nasional maupun sektoral (Munandar dan Firmansyah, 2018). Beberapa peran strategi usaha kecil menengah adalah, ikut serta dalam proses pemerataan pembangunan ekonomi, menunjang peningkatan pertumbuhan ekonomi, menciptakan kesempatan berusaha serta menciptakan dan memperluas lapangan kerja sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang banyak (Yasmin et al., 2015).

Meningkatnya penggunaan media sosial berdampak pada perkembangan usaha melalui penerapan teknologi internet (Alghizzawi, 2019). Bisnis yang didukung internet adalah salah satu trend bisnis yang berkembang saat ini (Nuseir & Aljumah, 2020). Produk yang ditawarkan akan dapat lebih mudah dikenal dan berdampak pada peningkatan penjualan (Agustina, 2020).

Salah satu kelompok masyarakat yang menjalankan usaha kecil dan menengah secara

online adalah ibu-ibu yang tergabung dalam kelompok PKK. Salah satu UMKM yang dikoordinir PKK adalah UMKM di Rumah Susun Sederhana Sewa (RUSUNAWA) di Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Di rusunawa ini terdapat 30 pelaku UMKM yang sebagian besar usahanya adalah makanan dan minuman.

Tabel 1. Data UMKM di Rusunawa, Wonorejo

No	Nama UMKM	Jenis Usaha	
		Makanan & Minuman	Non Makanan
1	Catering Barokah	V	
2	Ar Roya Cake dan Catering	V	
3	Sinom SEGAR	V	
4	Shafira Colection		V
5	Lumpia ala Semarang Bu Yayoek	V	
6	Pentol Legend	V	
7	Mie dan Donat Syfa Ciprut	V	
8	Geprek Mba Liek	V	
9	Warung Mbak Rahma	V	
10	Siomay Empat Putra	V	
11	Ayam Potong Ziah	V	
12	Rambak Arini	V	
13	Peyek Renyah Raisa	V	
14	Sandal Pak Sadi		V
15	Berkat Racing Usaha Makmur		V
16	Kue Mbak Sari	V	
17	Donat Ayu	V	
18	Mie Ayam Jumiati	V	
19	Burger Sabil	V	
20	MY Sablon		V
21	Jasmine House's	V	
22	Dapur Sinta	V	
23	Pentol Jangkrek	V	
24	Dariska Mie Ayam dan Bakso	V	
25	Pentol Edi	V	
26	Chopie Food	V	
27	Arek Arek Craft		V
28	Geprek Si Kembar	V	
Jumlah		23 (82%)	5 (18%)

Sumber: Data PKK RW X, Rusunawa, Wonorejo

Pelaku UMKM menilai bahwa usaha mereka memiliki respon pasar yang masih sangat sedikit. Sebagian besar pembelinya adalah tetangga di rusunawa atau saudara

kenalan tertentu saja karena selama ini informasi bisnis mereka hanya melalui WAG dan Instagram. UMKM perlu mengevaluasi apakah promosi yang dilakukan selama ini sudah efektif.

Rendahnya respon pasar salah satu penyebab utamanya adalah visual konten yang kurang menarik. UMKM perlu belajar teknik desain visual foto produk. UMKM yang membutuhkan konten berkualitas di toko online yang mereka kelola harus mampu menyiapkan visual konten yang tepat dan menarik dilihat. Untuk itu UMKM perlu belajar tentang fotografi dan citra digital agar mendapatkan hasil gambar yang menarik. Secara teknik, foto-foto produk yang mereka siapkan memiliki kelemahan sebagai berikut: foto tidak tajam, sudut pengambilan foto tidak tepat sehingga produk tidak menarik, lingkungan sekitar produk tidak disiapkan dan terkesan apa adanya sehingga mengurangi daya tarik, bahkan bisa terkesan kurang higienis.

Keterbatasan secara teknis ini menyebabkan konten media sosial tidak tampak baik dan menarik pelanggan sehingga tidak berdampak pada terjadinya pembelian, sebaliknya cenderung membuat calon konsumen enggan melakukan *order*. Selaras dengan penelitian Hardilawati, (2020) yang menyatakan kelemahan mendasar yang dihadapi UMKM dalam bidang pemasaran digital salah satunya adalah lemah dalam manajemen konten. Menghadapi mekanisme pasar yang makin terbuka dan kompetitif, kemampuan dalam beradaptasi dengan teknologi untuk mengoptimalkan konten merupakan prasyarat untuk meningkatkan daya saing.

Terkait permasalahan rendahnya kualitas visual konten digital ini, melalui wawancara dengan perwakilan ibu-ibu PKK ini dilakukan analisis situasi ini yaitu rendahnya kemampuan UMKM dalam menyiapkan gambar produk yang berkualitas. Permasalahan ini selanjutnya dibicarakan dengan tim untuk mendapatkan solusi yang tepat yaitu pelatihan pembuatan konten yang menarik.

Tim Pengabdian Masyarakat yang akan membantu UMKK Rusunawa ini memiliki kepakaran yang relevan untuk membantu UMKM menyelesaikan permasalahannya. Selain ada beberapa dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memiliki kualifikasi di bidang pemasaran dan citra produk serta bisnis digital dan kewirausahaan, juga terdapat dosen Fakultas Teknis dan Desain Visual yang memiliki kualifikasi di bidang desain komunikasi visual, fotografi dan videografi.

Dengan kepakaran Tim Pengabdian Masyarakat dari Universitas Hayam Wuruk Perbanas ini diharapkan para pelaku UMKM dapat belajar fotografi dan citra digital yang relatif sederhana, praktis, dan ekonomis yang bisa dilakukan oleh ibu-ibu pelaku UMK di Rusunawa Wonorejo ini.



Gambar 1. Kunjungan ke Mitra di Rusunawa Wonorejo

Pada Tabel 1.2 berikut dipaparkan rangkuman alur logika dari permasalahan yang dihadapi UMKM, analisis situasi, solusi dan metode pelaksanaan

Tabel 2 Permasalahan, Analisis Situasi, Solusi dan Metode pelaksanaan

PERMASALAHAN	ANALISIS SITUASI	SOLUSI	METODE PELAKSANAAN
Respon pasar atas produk UMKM yaitu ibu-ibu PKK RW X Rusunawa, Wonorejo masih sangat rendah .	Kualitas visual konten yang kurang baik (kurang menarik)	Meningkatkan kualitas visual konten	Pelatihan fotografi dan citra digital

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan kunjungan Tim Pengabdian Masyarakat ke mitra dan melakukan pembicaraan dengan mitra yang meliputi Ibu Ketua RW sekaligus Ketua PKK RW X, Ibu RT 1, 2,3 , Ibu Pengurus Dasa Wisma serta beberapa perwakilan dari ibu-ibu yang mengelola UMKM di Rusunanawa diperoleh gambaran atas masalah yang secara prioritas dihadapi para pemilik UMKM di Rusunawa serta dilakukan analisis situasi atas penyebab masalah-masalah tersebut. Permasalahan yang dihadapi UMKM adalah bahwa kualitas visual konten yang kurang baik (kurang menarik).

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang ada, maka solusi yang ditawarkan adalah memberikan Pelatihan fotografi dan citra digital agar mendapatkan hasil gambar yang menarik. Pelatihan Fotografi produk dengan menggunakan *tools* yang sederhana yaitu dengan memanfaatkan studio foto mini yang bisa dibeli atau dibuat sendiri, agar bisa diaplikasikan secara langsung oleh warga Rusunawa. Pelatihan ini menggunakan smartphone yang akan disinergikan dengan beberapa aplikasi untuk editing foto dengan memanfaatkan aplikasi *content maker* seperti Canva. Selain itu akan disarankan kepada peserta untuk membuat konten foto lokasi memasak untuk diupload sehingga bisa membangun kesan yang bagus dan higienis atas produk yang ditampilkan secara online. Beberapa hal teknis yang diajarkan adalah mengenai tata letak, cahaya, *angle* dalam fotografi produk, serta estetika.



Gambar 2 Pemetretan Produk di Studio Mini

Tabel 2 berikut memaparkan indikator keberhasilan pelatihan yang ditargetkan tim dengan mempertimbangkan kemampuan peserta yang semuanya adalah Ibu-ibu serta

luaran hasil pelatihan.

Tabel 4 Indikator Keberhasilan Pelatihan dan Luaran Pelatihan

Pelatihan	Indikator Keberhasilan Pelatihan	Luaran Pelatihan dari Peserta
Pembuatan konten citra digital	a. Menghasilkan konten foto produk minimal 5 saat pelatihan dan minimal 5 foto lagi seminggu setelah pelatihan. b. Meng- <i>upload</i> konten pada media sosial	a. Foto dan foto edit b. Katalog digital produk yang diunggah di media sosial (Instagram, WhatsApp Status, maupun WhatsApp Business)

Tahapan pelatihan meliputi kegiatan sebagai berikut.

1. Pembuatan Konten Citra Digital

Pelatihan ini mengajarkan teknik pembuatan foto produk yang lebih artistic dan menarik bagi konsumen. Peserta sangat antusias dalam mempraktekkan pembuatan foto produk makanan yang mereka siapakan dari rumah. Pembuatan foto produk ini dibantu dengan studio mini yang dibeli dengan dana program Pengabdian Masyarakat UHW Perbanas. Dengan mengikuti pelatihan ini diharapkan peserta dapat memotret produk dengan hasil yang menarik.

Materi yang disampaikan dalam pelatihan pembuatan konten digital adalah sebagai berikut:

- Produk fotografi memiliki relevansi dengan aspek berikut:
 - ✓ Meningkatkan Reputasi Bisnis
 - ✓ Meningkatkan nilai jual
 - ✓ Identitas Bisnis
 - ✓ Daya Tarik Bisnis
 - ✓ Social Media Marketing
- Hal penting dalam fotografi
 - ✓ Penguasaan alat foto
 - ✓ Segitiga exposure
 - ✓ Teknik Pencahayaan
 - ✓ Komposisi foto
 - ✓ Referensi
 - ✓ Pentingnya property
 - ✓ Sudut pengambilan foto
 - ✓ *Rule of Third*
 - ✓ *Editing* foto

2. *Aktifitas Pasca Pelatihan*

Aktifitas yang dijalankan oleh pelaku UMKM adalah mempraktekan pemotretan produk, serta mengupload foto pada Instagram dan WA Business. Adapaun Tim Pengabdian Masyarakat melakukan evaluasi dan monitoring hasil pelatihan.

Berikut penjelasan tentang kegiatan pasca pelatihan.

a. *Pemotretan Produk*

Semua peserta antusias mencoba membuat foto produk dengan menggunakan studio mini yang disediakan oleh tim serta mengunggah foto dan atau video sebagai konten di Instagram maupun *WA Business*.

Antusias peserta pelatihan ini juga ditunjukkan oleh adanya semangat seorang pelaku UMKM Catering Barokah yaitu Ibu Yeni yang mana beliau setelah mengikuti pelatihan memotret produk dengan bantuan studio mini, selanjut di rumah membuat studio mini sendiri dari kardus mi instant. Dengan studio mini buatan sendiri ini, setiap hari bu Yeni selalu memotret masakan yang dibuat, yaitu menu-menu harian yang kemudian mengupload masakan di status WA dan *WA Business*.



Gambar 3 Studio Mini Karya Pelaku UMKM

b. *Evaluasi dan Monitoring Hasil Pelatihan*

Tim Pengabdian Masyarakat baik dosen maupun mahasiswa melakukan beberapa tanggungjawab pasca pelatihan digital marketing, yaitu:

- Mengevaluasi dan mengarahkan hasil foto yang di-*share*-kan di grup WA yang kurang tepat. Ini dilakukan oleh para dosen .
- Memonitor apakah pelaku UMKM telah mengupload foto ke media sosial Instagram dan *WA Business*. Kegiatan ini dilakukan oleh mahasiswa dengan melihat Instagram dan *WA Business* pelaku UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini didasarkan pada hasil identifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM Rusunawa yang selanjutnya dicarikan solusi berupa fotografi dan citra digital agar mendapatkan hasil gambar yang menarik. Adapun

hasil yang dipaparkan dalam bagian ini adalah luaran dari kegiatan sebagaimana dipaparkan secara runtut dari permasalahan, solusi sampai dengan luaran dalam Tabel 3.1 berikut

Tabel 5 Target dan Luaran Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Permasalahan Mitra	Solusi	Rencana Target	Indikator Capaian	Luaran
Rendahnya respon pasar karena rendahnya kualitas foto produk UMKM sebagai konten <i>digital</i>	Pelatihan fotografi dan citrakonten digital agar mendapatkan hasil gambar yang menarik.	Pembuatan citra digital	a. Menghasilkan konten foto produk b. Meng- <i>upload</i> konten pada media sosial	a. Foto dan foto edit b. Katalog digital produk yang diunggah di media sosial (Instagram, WhatsApp Status, maupun WhatsApp Business)

Terkait dengan pembuatan foto produk, materi yang disampaikan tim khususnya oleh Bpk Yudha Delonix Renzina S.T., M.Sn dari Program Studi Desain Komunikasi Visual dibantu dengan studio mini dengan beberapa properti yang mendukung misalnya piring, cangkir, taplak, daun, bawang, rempah-rempah dll, semua UMKM pada saat pelatihan sudah mencoba membuat foto produk UMKM yang mereka sudah menyiapkan (membawa sendiri dari rumah) dengan menggunakan studi mini.

Peserta sangat antusias mencoba memotret produk mereka dengan menggunakan studio mini. Mereka juga sangat antusias dengan mencoba-coba propertinya. Yang masih perludiarahkan dan dipantau adalah *sense of art* mereka dalam memilih properti yang tepat serta angle foto yang hasilnya bagus sehingga detil produk akan tampak dengan bagus. Untuk mengetahui perbedaan hasil foto dengan bantuan studio mini dan tanpa studi mini, beberapa hasil foto peserta dibuat komparasinya. Berikut beberapa komparasi hasil foto dengan menggunakan studio mini dan tanpa studio mini.



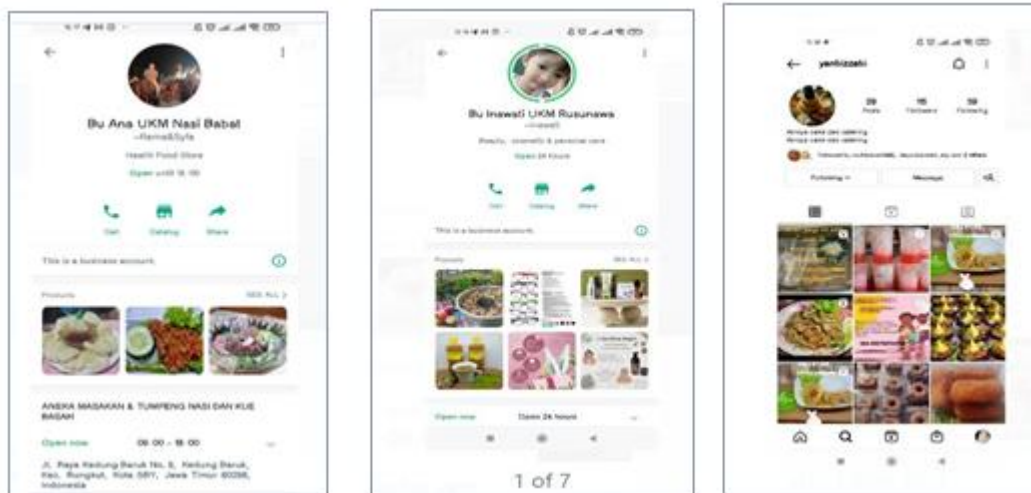
Gambar 4 Perbandingan Hasil Foto dengan Bantuan Studio Mini dengan Tanpa Studio Mini

Selain mencoba memotret produk dengan berbagai properti menggunakan studio mini, hasil foto yang dibuat pelaku UMKM seringkali kurang didukung properti yang tepat, atau kurang ditunjang dengan obyek sekitar yang kurang dipersiapkan dengan detil serta beberapa hal lain yang perlu diperbaiki. Untuk itu setelah masa pelatihanpun pelaku UMK dan tim Pengabdian Masyarakat tetap berada dalam satu grup WA sehingga tetap bisa melakukan evaluasi hasil foto. Berikut beberapa hasil foto yang mendapat evaluasi untuk direvisi pada Gambar 3.2.



Gambar 5. Beberapa Perubahan Kualitas Foto Setelah Diarahkan Tim

Berikut adalah *screenshot* Instagram peserta.



Gambar 3.3 Tampilan Instagram UMKM

KESIMPULAN

Kesimpulan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan pelatihan fotografi dan citra digital adalah sebagai berikut:

1. Permasalahan yang dihadapi UMKM di Rusunawa, Wonorejo, Kecamatan Rungkt, Surabaya adalah rendahnya respon pasar karena kurangnya kualitas foto produk UMKM sebagai konten *digital*. Karenanya solusi yang ditawarkan adalah pelatihan fotografi dan citra digital. Sedangkan luaran kegiatan adalah foto dan foto edit dan katalog digital produk yang diunggah di media sosial (Instagram, WhatsApp Status, maupun WhatsApp Business).
2. Setelah pelatihan, peserta mampu membuat foto produk untuk konten digital. Foto produk yang dibuat dengan bantuan studio mini, properti yang mendukung dengan teknik ketepatan sudut pengambilan dan pencahayaan. Selain itu peserta juga mampu melakukan edit foto dengan aplikasi Photorrom dan Canva.
3. Peserta rutin mengunggah foto produk pada media sosial yang dikelolanya yaitu di Instagram maupun di WA-Business.

Adapun saran bagi keberanjutan perbaikan kualitas foto produk yaitu:

1. Agar pelaku UMKM semakin terdorong untuk lebih aktif membuat konten dan mengupload konten, maka pemberian apresiasi perlu dilakukan bagi UMKM yang aktif. Salah satu apresiasi yang tidak berbiaya tinggi adalah membuat *feature* berita koran online tentang perkembangan salah satu pelaku UMKM yang berkinerja bagus dalam membuat dan mengunggah foto produk.
2. Berdasarkan hasil evaluasi bahwa sebagian hasil foto produk UMKM kurang dari sisi estetikanya dikarenakan kurang tepat dalam pemilihan properti, pencahayaan, serta fokus, maka perlu mencarikan contoh di internet tentang foto produk serupa yang bagus kualitasnya sehingga mudah dipahami dan dipraktikkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan dijalankannya kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan baik dan sukses, segenap Tim Pengabdian Masyarakat mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat serta Kerjasama atas dukungan dana, program dan dukungan akses dan *support* lainnya.
2. Kelompok PKK RW X Rusunawa, Wonorejo, Rungkt, Surabaya yang membuka diri menjadi mitra kegiatan dengan semangat dan ketekunan tinggi dalam belajar.
3. Pihak Humas Universitas Hayam Wuruk Perbanas yang membantu publisitas .

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, L. S. S. (2020). Perilaku Berbasis Teknologi di Sosial Media pada Digital Nattive. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 5(1), 76-88.
- Alghizzawi, M., Habes, M., Salloum, S. A., Ghani, M. A., Mhamdi, C., & Shaalan, K. (2019). The effect of social media usage on students'e-learning acceptance in higher

- education: A case study from the United Arab Emirates. *Int. J. Inf. Technol. Lang. Stud.*, 3(3), 13-26.
- Krisnawati, D. (2018). Peran perkembangan teknologi digital pada strategi pemasaran dan jalur distribusi UMKM di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1), 69-74.
- Laura Hardilawati, W. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Munandar, J. M., & Firmansyah, D. (2018). The role of digital marketing in improving SME's product competitiveness in the ASEAN Economic Community (AEC)(Case study in Indonesia). *Journal of Administrative and Business Studies*, 4(4), 206-218.
- Prasetyo, E. H. (2021). Legitimacy building of digital platforms in the informal economy: evidence from Indonesia. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. *International journal of management science and business administration*, 1(5), 69-80.
- T. Nuseir, M., Basheer, M. F., & Aljumah, A. (2020). Antecedents of entrepreneurial intentions in smart city of Neom Saudi Arabia: Does the entrepreneurial education on artificial intelligence matter?. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1825041.