



PENDAMPINGAN FOTOGRAFI PRODUK UNGGULAN DESA TLINGSING KABUPATEN KLATEN UNTUK MEDIA DIGITAL

Evelyne Henny Lukitasari¹, Ahmad Khoirul Anwar², Noviana Dewi³, Indah Tri Susilowati⁴

^{1,2}Universitas Sahid Surakarta

^{3,4}STIKES Nasional Surakarta

*e-mail: evelynehenny@gmail.com

ABSTRAK

Fotografi kini menjadi bagian penting dalam kehidupan, terutama dalam membuka peluang usaha. Salah satu tujuan fotografi adalah untuk membantu promosi suatu produk, khususnya kain tenun yang menjadi produk unggulan di Desa Talingsing, Kabupaten Klaten. Salah satu unsur yang mendorong penjualan produk adalah fotografi produk. Fotografi media digital dilakukan dengan menggunakan telepon pintar (smartphone), seperti iPhone, Android, atau kamera DSLR, dengan satu atau dua aplikasi, lensa tambahan, dan latar belakang kotak atau kertas. Inisiatif promosi produk dapat mendorong ekonomi dan pariwisata setempat. Mengambil foto produk yang menarik perhatian merupakan salah satu cara untuk mendukung promosi. Mengetahui cara mengambil foto produk merupakan komponen penting dari kampanye pemasaran yang bertujuan untuk menarik pelanggan. Untuk itu, diperlukan pelatihan teknik fotografi agar dapat mengambil foto produk. Dengan bantuan beberapa mahasiswa dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, dosen dari program studi tersebut melaksanakan pengabdian kepada masyarakat ini. Berdasarkan monitoring dan evaluasi yang dilakukan selama kegiatan, keterampilan peserta workshop dalam menggunakan teknik fotografi untuk mengambil foto produk yang menarik dan berkualitas meningkat hingga 64%.

Kata kunci: fotografi, produk, media digital

ABSTRACT

Nowadays, photography is an essential part of life, especially when it comes to opening up business opportunities. One of the purposes of photography is to aid in the promotion of a product, particularly woven cloth, which is a superior product in Talingsing Village, Klaten Regency. One of the elements that promotes product sales is product photography. Digital media photography involves using a smartphone, such as an iPhone, Android, or DSLR camera, with one or two apps, a set of extra lenses, and a box or paper background. Product promotion initiatives can boost local economies and tourism. Taking eye-catching product photos is one way to support promotions. Knowing how to take product photos is a crucial component of marketing campaigns that aim to draw in customers. For this reason, training in photography techniques is required in order to take product photos. With the help of a few students from the Visual Communication Design Study Program, lecturers from the program are carrying out this community service. According to the monitoring and evaluation conducted during the activity, workshop participants' proficiency in using photography techniques to take visually appealing and high-quality product photos increased by 64%.

Keywords: photography, product, digital media

1. PENDAHULUAN

Fotografi produk atau sering disebut foto produk adalah salah satu bentuk fotografi komersial. Tujuan utamanya untuk menghadirkan tampilan produk berupa foto yang sebaik mungkin (Fitriyah et al., 2024). Foto produk diperlukan untuk memberi deskripsi produk dengan lebih jelas secara visual kepada konsumen mengenai bentuk fisik dan fungsi dari produk tersebut (Banyumas & Majid, 2022). Dalam dunia digital marketing, foto produk adalah tentara garda paling depan dalam proses pemasarannya (Purwanto & Veranita, 2018). Jika sebuah foto produk sudah menarik perhatian, secara otomatis konsumen menjadi lebih mengetahui dan mengenal produk yang ditawarkan (Saptiyono et al., 2021).

Sementara itu, produk dari usaha yang baru memulai sampai pada yang termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa Tlingsing Kabupaten Klaten belum dibekali

cara memotret produk mereka melalui smartphone (Merliyana et al., 2021). Produk Unggulan di desa Tlingsing Kabupaten Klaten adalah kain tenun lurik.

Kota Klaten berada di Jawa Tengah berada di antara Yogyakarta dan Solo. Masyarakat Klaten memiliki sejarah budaya yang kaya. Tylor berpendapat bahwa kebudayaan adalah kumpulan yang rumit yang mencakup ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, akhlak, hukum, adat, dan berbagai kemampuan dan kebiasaan yang dimiliki setiap orang sebagai anggota Masyarakat (Kistanto, 2017). Sebagai contoh, sentra kerajinan lurik yang berkembang di Kecamatan Pedan, Bayat, dan Cawas menunjukkan bahwa masyarakat di Kabupaten Klaten terus mengembangkan tradisi kreatif mereka. Desa Tlingsing berada di kecamatan Cawas kabupaten Klaten. Kain tenun lurik semakin diminati oleh anak muda yang pemanfaatannya menjadi pakaian dengan gaya kontemporer yang sesuai dengan tren fashion anak muda saat ini. Hal ini memiliki peluang besar untuk meningkatkan pertumbuhan pasar. Dalam suatu desa, budaya dapat berdampak positif pada masyarakatnya, terutama dalam hal ekonomi dan sosial budaya. Oleh karena itu, sangat penting bagi penduduk desa Tlingsing Cawas untuk memiliki akses informasi tentang kemajuan dalam lurik tradisional ke seluruh Indonesia bahkan seluruh dunia dalam hal ini melalui foto produk kain tenun lurik dari Desa Talingsing, Cawas, Klaten. Suparno memiliki pendapat bahwa sangat penting bagi industri rumahan untuk memiliki struktur industri yang kokoh, terutama dalam hal pemasaran (Sarfiyah dkk., 2019).



Gambar 1. Peta Desa Tlingsing, Cawas, Klaten
(<https://tlingsing.cawas.klaten.go.id/#peta>)

Banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di kabupaten Klaten yang merupakan bisnis turun temurun telah bertahan bertahun-tahun. Diharapkan bahwa usaha kain tenun lurik di Desa Tlingsing, Cawas dapat menerapkan ekonomi kreatif, yang merupakan konsep ekonomi yang berfokus pada ide, gagasan, dan kreativitas sebagai sumber daya untuk menggerakkan ekonomi.



Gambar 2. Kain Tenun Lurik Desa Tlingsing, Cawas, Klaten
(<https://web.dpmptsp.klaten.go.id/desa-wisata-tlingsing-kecamatan-cawas>)

Kegiatan ekonomi kreatif ini dilakukan oleh individu dan kelompok dengan sumber daya kreativitas, inovasi, dan informasi dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan usaha (Rintan Saragih, 2017). Kegiatan menumbuhkan kesadaran pentingnya ekonomu kreatif salah satunya melalui pelatihan dan pendampingan pembuatan foto produk dari tenun lurik desa talingsing, Cawas, Klaten.

Oleh karena itu perlu mengadakan pelatihan mengenai ilmu teknik fotografi dalam *smartphone* guna mendukung pemasaran produk usaha rintisan dan UMKM. Pemanfaat jejaring sosial dalam promosi produk di zaman digital ini sangat penting. Gambar-gambar menarik inilah, yang dibutuhkan sebagai salah satu trik memikat calon pembeli. Melalui kamera *smartphone*, produk dapat dikreasikan secara estetik dengan memaksimalkan peralatan yang ada, sehingga tidak perlu lagi menggunakan kamera mahal seperti DSLR. Apalagi saat ini sudah banyak aplikasi pendukung editing foto yang mempermudah proses pembuatan foto produk, karena foto produk merupakan salah satu faktor penentu bagi pelaku usaha ketika berpromosi untuk menarik konsumen di media sosial. Agar mampu bersaing di pasar online, usaha rintisan dan UMKM harus bisa menampilkan gambar produk yang menarik minat konsumen.

Sehingga, tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan sumbangsih bagi peningkatan skill dari pelaku usaha UMKM dalam membuat foto produk, selain itu juga memberikan kemampuan dalam melakukan *editing foto* produk yang kelak akan dimanfaatkan dalam pemasaran *Online* maupun *Offline*, dengan demikian mereka memiliki kemampuan untuk menayangkan foto produknya secara menarik serta memiliki nilai artistic(Ratnaningtyas, 2022).

Pelaksanaan membantu memecahkan masalah foto produk usaha rintisan dan UMKM mitra agar dapat mendapatkan visualisasi yang menarik perhatian, sehingga mampu memberikan dan meningkatkan pemasaran produk usaha UMKM(Sariningsih et al., 2021). Pelaksanaan dengan melaksanakan penyuluhan dan pelatihan mengenai proses pelaksanaan kegiatan Workshop Desain Foto produk media digital dan mengembangkan elemen-elemen visual foto produk kedalam Foto produk media digital sebagai dasar pemebntukan visualisasi foto produk yang menarik dan, unik dan menjual(Merliyana et al., 2021).

Target yang dicapai pada pengabdian foto produk di desa Tlingsing, Cawas, Klaten adalah; a. Peserta Workshop dapat termotivasi untuk membuat dan melaksanakan kegiatan Workshop Foto produk melalui *smartphone*, b. Berperan aktif sebagai pendampingan dalam kegiatan praktek emotretan foto produk dengan *smartphone*, c. Berperan aktif sebagai narasumber dalam kegiatan Workshop Foto produk dengan menggunakan *smartphone* sehingga, peserta memahami desain Foto produk yang menarik, unik dan menjual dengan menggunakan *smartphone* yang baik(Agustin et al., 2022).

2. METODE

Foto produk media digital sebagai sarana promosi dan *branding* prudul tenun lurik dari desa tlingsing, Cawas, Klaten yang erat kaitannya dengan informasi mengenai produk tenun lurik berserta keunggulannya, serta desain visual dari Foto produk media digital tersebut. Sehingga, hal ini mampu meningkatkan kesadaran pelaku UMKM tenun lurik di desa Tlingsing untuk dapat membuat Foto produk media digital tersebut.

Berdasarkan pada konsep di atas, dan sesuai dengan permasalahan, kondisi, kebutuhan dan karakter mitra yang hendak dilakukan adalah meningkatkan pemahaman cara penempatan foto produk melalui *smartphone* (Utami et al., 2023) maka, pelaku UMKM diberikan pelatihan dan pendampingan :

- a. Penyuluhan dan pelatihan mengenai proses Foto produk dengan menggunakan *smartphone* sebagai sarana promosi dan branding program produk usaha rintisan dan

UMKM.

- b. Pembuat konsep
- c. Mengembangkan ide menjadi kreatif brief.
- d. Membuat strategi kreatif dari Foto produk dengan menggunakan smartphone sebagai sarana promosi dan branding produk usaha rintisan dan UMKM.

Pembuatan Foto produk dengan menggunakan smartphone sebagai sarana promosi dan branding produk usaha rintisan dan UMKM yang terkonsep dan memiliki ciri khas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan foto produk tenun lurik di desa Tlingsing, Cawas, Klaten dilakukan melalui 5 tahapan yaitu;

a. Peningkatan Pemahaman Tentang Pentingnya Fotografi Produk

Pada Kegiatan ini berdasarkan keadaan dilapangan bahwa sebagian besar peserta tidak tahu betapa pentingnya fotografi produk untuk pemasaran terutama pemasana digital. Foto-foto produk sebelumnya tidak menarik karena tidak mempertimbangkan aspek teknis seperti pencahayaan, komposisi, dan latar belakang.



Gambar 3. Contoh Foto produk tenun lurik desa Tlingsing, Cawas, Klaten
(facebook.com/KainLurikTlingsing/)

Setelah pelatihan foto produk, peserta memahami konsep fotografi produk, seperti:

Untuk mendapatkan warna kain yang tepat, pencahayaan alami sangat penting. Teknik komposisi sederhana, seperti aturan sepertiga, digunakan untuk menampilkan produk. pilih latar belakang yang kontras dan sederhana untuk menampilkan detail kain tenun yang lebih jelas.



Gambar 4. Pemberian materi Foto produk tenun lurik desa Tlingsing, Cawas, Klaten
(Andi Pras, 2024)

b. Keterampilan Teknis yang Dikuasai untuk menggunakan smartphone.

Sebagian besar peserta tidak memiliki kemampuan untuk menggunakan kamera smartphone. Fokus pelatihan adalah pengaturan kamera smartphone secara manual, seperti fokus dan eksposur. Untuk mendapatkan hasil terbaik, metode ini menggunakan cahaya matahari pagi atau sore ditambah dengan pencahayaan dari *ringlight*.



Gambar 5. Praktek lighting foto produk tenun lurik desa Tlingsing, Cawas, Klaten
(Andi Pras, 2024)

Penataan Produk: Peserta belajar bagaimana melipat dan menyusun kain lurik dengan rapi sehingga pola dapat dilihat dengan jelas. Tekstur kain tenun lurik diperjelas dengan mode HDR. Untuk meningkatkan daya tarik visual, tambahkan elemen dekoratif seperti tanaman, alat tenun, atau properti tradisional.



Gambar 6. Praktek komposisi foto produk tenun lurik desa Tlingsing, Cawas, Klaten
(Andi Pras, 2024)

Editing Foto: Peserta berhasil menggunakan aplikasi gratis seperti Snapseed dan Canva. Menyesuaikan saturasi, kontras, dan kecerahan kain untuk membuatnya lebih hidup. Menghapus bayangan yang tidak diinginkan dari layar Anda. Untuk melindungi hak cipta, masukkan watermark sederhana.

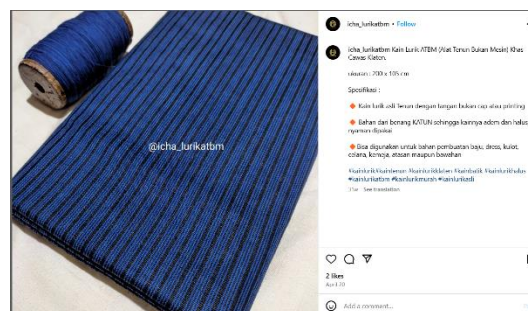


Gambar 7. Praktek aplikasi grafis foto produk tenun lurik desa Tlingsing, Cawas, Klaten
(Andi Pras, 2024)

c. Foto yang dibuat untuk membandingkan produk sebelum dan sesudah pelatihan.

Sebelum ini: Latar belakang berantakan, gelap, dan kurang fokus adalah ciri foto. Setelah itu, pencahayaan yang baik, latar belakang yang bersih, dan detail kain yang terlihat jelas meningkatkan kualitas foto.

Contoh Implementasi: Sejumlah peserta mengunggah foto terbaru mereka di media sosial, seperti Instagram dan Facebook. Respon dari calon pembeli meningkat pesat, seperti yang ditunjukkan oleh jumlah like, komentar, dan permintaan informasi tambahan tentang produk.



Gambar 8. Aplikasi sosmed produk tenun lurik desa Tlingsing, Cawas, Klaten
(instagram.com/p/C5-SCRoyutt/4)

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat tentang Fotografi Produk untuk media digital sebagai upaya meningkatkan daya saing produk unggulan desa Tlingsing, Klaten. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan dengan baik dan mendapat tanggapan positif dari para peserta. Pelaku UMKM di Desa Tlingsing mendapatkan pemahaman dasar tentang teknik fotografi produk, penggunaan cahaya alami, penggunaan latar belakang yang menarik, dan pentingnya estetika visual dalam pemasaran digital melalui pelatihan ini. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu mengaplikasikan keterampilan yang mereka peroleh dengan cukup baik, yang ditunjukkan oleh peningkatan kualitas visual produk yang mereka buat yang layak diaplikasikan pada media digital. Ini merupakan langkah awal yang signifikan dalam meningkatkan nilai jual produk lokal dan memperluas jangkauan pasar melalui platform digital dan media sosial lainnya.

Pelatihan dan pendampingan foto produk kain tenun lurik di Desa Tlingsing, Cawas, Klaten, telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi pengrajin atau pelaku UMKM kain tenun lurik desa Tlingsing, Cawas, Klaten. Selain menguasai keterampilan teknis fotografi dan pengeditan menggunakan perangkat sederhana seperti kamera smartphone, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya foto

produk berkualitas tinggi sebagai alat pemasaran digital. Hasil foto produk yang dibuat setelah pelatihan menunjukkan bahwa pencahayaan, komposisi, dan estetika secara keseluruhan telah meningkat. Foto yang lebih profesional ini meningkatkan nilai kain tenun lurik dan menarik calon pembeli di marketplace dan media sosial. Selain itu, pengrajin telah menyadari pentingnya branding yang konsisten dan memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan mereka. Setelah mengunggah foto produk hasil pelatihan, beberapa peserta bahkan melaporkan adanya peningkatan pesanan.

Sebagai hasil dari pelatihan dan pendampingan foto produk kain tenun lurik yang dilakukan di Desa Tlingsing, ada beberapa rekomendasi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan keberlanjutan dan pengembangan kapasitas Masyarakat yaitu; 1. Penggunaan kamera yang lebih sesuai untuk memfoto produk yaitu dengan kamera DLSR, 2. Adanya penguatan strategi pemasaran digital, 3. Adanya peningkatan branding produk, 4. Penguatan Kerjasama dengan pihak lain baik instansi pemerintah maupun swasta, 5. Monitoring berkala dengan pemberdayaan kelompok usaha bersama. Dengan menerapkan rekomendasi ini, pengrajin kain tenun lurik Desa Tlingsing diharapkan dapat

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D., Rushadiyati, R., Asim, A., Ahmadun, A., & Nurminingsih, N. (2022). Pelatihan Membuat Foto Produk dengan Kamera Smart-Phone Bagi Usaha Mikro Kecil di Kelurahan Cilangkap, Jakarta Timur. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)*, 6(1), 39–44. <https://doi.org/10.52643/pamas.v6i1.1969>
- Banyumas, K., & Majid, M. R. N. (2022). Pelatihan Fotografi Produk Pada Kelompok Masyarakat Desa Rempoah, Kabupaten Banyumas. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 6, 1–6.
- Fitriyah, F., Rochmah, N. N., Hakim, L., Kurniawati, E., Sintiya, T., Arifan, M. V., Azizah, P. N., Rosyidah, A. D., Avanti, L. S., Nada, E. Q., Ilham, M., Rosy, F., Masykur, A., Ni, W., Biarfiunsta, I., Ariyanto, R., & Hidayah, A. (2024). Pelatihan Foto Produk dan Pemasaran Online untuk Mengembangkan UMKM di Desa Semen. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 163–169.
- Merliyana, M., Saefurahman, A., Burdah, A., Hendrawati, H., Chandra, R., Sulistyowati, S., & Syamsuar, G. (2021). Pelatihan Fotografi Produk untuk Menambah Ketrampilan Berpromosi. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 1(2), 96–103. <https://doi.org/10.36406/progresif.v1i2.415>
- Primadewi, A., Anwar, T. M., Yustin, & Et.al. (2020). Penguatan Pemasaran Produk UMKM Ashfa Madu Borobudur Melalui Strategi Product Branding. *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(3), 154–161. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i3.17683>
- Purbohastuti, A. W., Lusianingrum, F. P. W., Hidayah, A. A., Ari bowo, D., & Desmira. (2021). Peningkatan SDM UMKM Melalui Pengayaan Packaging Produk di Kecamatan Jombang Kota Cilegon. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 375–383. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i2.5323>
- Purwanto, Y. S., & Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Dharma Bhakti Ekuitas*, 2(2), 205–211. <https://doi.org/10.52250/p3m.v2i2.74>
- Ratnaningtyas, R. P. (2022). Pelatihan Foto Produk bagi Aswan Snack. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 497. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v4i2.5186>

- Rifa'i, B. (2013). Efektivitas Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Krupuk Ikan dalam Program Pengembangan Labsite Pemberdayaan Masyarakat Desa Kedung Rejo Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo. *Journal Unair*, 1(1), 130–136.
- Saptiyono, A., Watie, E. D. S., & Febriana, K. A. (2021). Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari. *Tematik*, 3(1), 2775–3360. <https://journals.usm.ac.id/index.php/tematik/article/view/3033>
- Sariningsih, A., Barat, J., & Media, S. (2021). Pelatihan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Digital di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 1(1), 31–36.
- Syaukani. (2004). Efektifitas Pemekaran Daerah Di Kelurahan Semanggi dan Kelurahan Kadipiro. *Defin Tentang Implementasi*. 2004, 295.
- Utami, A. R., Ratnasari, K., & Fahririn, F. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Foto Produk Sebagai Media Promosi. *SELAPARANG. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(4), 2351–2357.
- Utami BHS, Gumanti M, Dewi NAK. Pelatihan Pemasaran Online Usaha Home Industry Kerajinan Semen Pekon Keputran Kabupaten Pringsewu. *Lumbung Inov J Pengabdi Kpd Masy*. 2021;6(1):10–5 Iklan Pariwisata Desa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 1689–1699. <https://doi.org/10.36312/linov.v6i1.475>

First Publication Right
GANESHA Jurnal pengabdian Masyarakat

This Article is Licensed Under

