

Workshop Eksplorasi Smartphone dalam Pembuatan Foto Profesional untuk Produk dan Jasa UMKM Komunitas Le93nd di Bandung

Iyus Kusnaedi¹, Inko Sakti Dewanto²

¹ ²Institut Teknologi Nasional Bandung Indonesia

e-mail: iyuskdj@itenas.ac.id¹, inkosakti@itenas.ac.id²

Received 30 November 2021 | Revised 30 Desember 2021 | Accepted 30 Januari 2022

ABSTRAK

Banyaknya usaha rumahan yang tumbuh pesat di tengah pandemik menyebabkan banyaknya usaha untuk menyajikan promosi yang efektif, bagus serta tepat sasaran sehingga menarik calon pembelinya. Salah satu cara yang mudah dilakukan untuk mempromosikan dagangan serta jasa yang ditawarkan adalah melalui media sosial, namun tampilan dan performa visual yang ditampilkan masih kurang representatif dan terkesan masih dibuat asal-asalan. Foto produk bisa dihasilkan dengan menggunakan fotografi smartphone, namun pelatihan khusus perlu diberikan kepada para pelaku usaha yang akan membuat foto produknya sendiri. Kegiatan Workshop eksplorasi Smartphone dalam pembuatan foto profesional untuk produk dan Jasa di Komunitas Le93nd Bandung diselenggarakan dengan cara pelatihan langsung menggunakan model pembelajaran Learning by Doing Tipe DORA (Doing, Observation, Reflection, Application) ini bisa meningkatkan kemampuan para anggota Le93nd khususnya para anggota di divisi Usaha dan Dagang yang memiliki usaha menengah / UMKM bisa memiliki bekal kemampuan untuk bisa membuat output foto jualan layaknya seperti tampilan profesional dengan gawai/ smartphone yang mereka miliki. Dari workshop yang sudah dilaksanakan kepada 30 peserta, 28 di antaranya sudah bisa membuat foto produk menggunakan smartphone dengan cukup representatif. Mereka sudah mengunggah foto di medsos yang biasa mereka unggah dalam menajakan hasil produknya. Hasil kuesioner dari 28 peserta yang mengisi, 21 peserta mengakui bahwa unggahan dengan foto hasil workshop lebih banyak mendapatkan respon dari orang yang melihat dan juga meningkatkan omset jualannya, yang tentunya pasti foto-foto produknya memiliki tampilan lebih baik daripada sebelum mereka mendapatkan pelatihan.

Kata kunci: learning by doing, fotografi smartphone, foto produk, komunitas Le93nd

ABSTRACT

The significant growth of home business during the pandemic situation causes the owners to do various efforts to promote its products effectively. The effective promotion is hoped to be right on target and can attract the buyers to buy their products. One of the easy ways to do related to this case is by promoting the offered products through the social media. But the problem is the visual performance of the shown products is not representative enough and poorly designed. The pictures of the products actually can be taken by using the smartphone camera and edited through the available applications in it. To be able to help the owners of the home business create their own excellent product photos, they need to join special workshop related to the smartphone exploration in designing professional product and service photos. The workshop of smartphone exploration in designing professional product and service photos in Le93nd community Bandung will be held by conducting direct training. The direct training is applied through Learning by Doing with DORA (Doing, Observation, Reflection, Application) method. This training is hoped to help Le93nd members, especially those who are in Business and Trading division and own micro and medium enterprises, to acquire some skills that can be used to create the photos that show their products and services like the photos that are produced by professionals by using their smartphone. The workshop was then conducted. There were 30 participants who joined. 28 of them have been able to produce some photos that are representative enough to be able to be shown on their product or service photo galleries on their social media. The 21 of 28 people who participated in filling the given questionnaire related to this event admit that they get more responses from the people who look at their products on their photo galleries which they put on their social media than usual. They also admit that their income is better after they show those photos, and certainly their product and service photos are better in performance than before they joined the workshop.

Keywords: learning by doing, smartphone photography, product photos, Le93nd community

1. PENDAHULUAN

Komunitas Le93nd Generation merupakan sebuah komunitas kumpulan alumni sekolah lanjutan atas keluaran tahun 1993 se Bandung Raya yang mana anggotanya lebih dari 3700 orang. Komunitas yang berdiri sejak akhir Desember 2020 ini belum genap setahun, namun pergerakan sudah gencar dan aktif melalui kegiatan-kegiatan baik di media sosial maupun *offline* meskipun sedang dalam masa pandemik. Kegiatan yang beragam di komunitas Le93nd dibuat divisi-divisi yang menaunginya. Salah satu yang aktif adalah tumbuh pesatnya usaha *trading* baik berupa barang, makanan, minuman, *apparel* juga jasa. Banyaknya usaha rumahan yang tumbuh bagaikan jamur di tengah-tengah pandemik ini menyebabkan banyaknya usaha untuk bagaimana menyajikan promosi yang efektif, bagus serta tepat sasaran sehingga menarik calon pembelinya. Media yang mudah dilakukan untuk mempromosikan dagangan serta jasa yang ditawarkan adalah melalui media sosial. Namun tampilan dan performa visual yang ditampilkan masih belum baik dan masih terkesan asal dibuat. Para anggota komunitas yang memiliki usaha dagang, namun dengan keterbatasan dana sehingga membuat foto produk/ jasa asal jadi. Dengan melihat hal tersebut, dosen pelaksana abdimas yang juga tergabung dalam komunitas ini dan juga salah satu anggota divisi Pendidikan dan Teknologi, memiliki ide bagaimana membuat suatu kegiatan untuk meningkatkan kemampuan para anggota dalam hal membuat *output* foto jualan yang layak dan memiliki tampilan professional tanpa harus mengeluarkan budget membayar fotografer dengan memanfaatkan gawai yang mereka miliki. Semua orang memiliki gawai namun tidak semua memiliki kemampuan mengeksplor dan mengelola gawainya bisa menghasilkan foto yang cukup bagus. Kegiatan *Workshop* Eksplorasi *Smartphone* dalam Pembuatan Foto Profesional untuk Produk dan Jasa UMKM Komunitas Le93nd Bandung ini bisa meningkatkan kemampuan para anggota Le93nd khususnya para anggota di divisi Dagang yang memiliki usaha menengah / UMKM bisa memiliki bekal kemampuan untuk bisa membuat output foto jualan layaknya seperti tampilan professional dengan gawai/ smartphone yang mereka miliki.

1.1 Analisis Situasi

Komunitas Le93nd lahir di ujung tahun 2020 (tepatnya 12 Desember 2020). Awalnya hanya untuk ajang silaturahmi antar alumni se Bandung Raya yang lulus sama-sama di tahun 1993. Sekarang ini komunitas Le93nd sudah memiliki 3701 anggota seperti yang terlihat di “Gambar 1”, yang tersebar keberadaannya baik di Bandung, Cimahi, Kabupaten, Jabodetabek bahkan di luar negeri seperti di Belanda, New Zealand dan negara-negara lainnya. Semangat silaturahmi ini membuat para anggotanya saling peduli satu sama sama lain dengan saling membantu. Seiring perkembangannya ternyata sesama anggota banyak saling membutuhkan, salah satunya adalah kebutuhan makanan, minuman, kebutuhan produk maupun jasa.



Gambar 1. Komunitas Le93nd di Facebook, sudah memiliki anggota sebanyak 3700 orang
Sumber: <https://www.facebook.com/groups/Le93nd/>

Komunitas Le93nd di Facebook merupakan ruang maya interaktif penyambung silaturahmi yang putus dan kenangan yang belum tuntas bagi lulusan 1993 SLTA sederajat (SMA/STM/SMIP/SMEA/SMKK/ SMKI/Madrasah Aliyah) se-Bandung Raya dan sekitarnya.

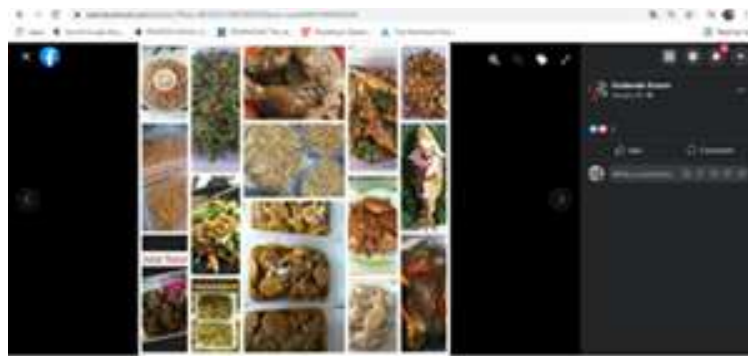
Program ‘Le93nd Dagang’ yang diluncurkan Komunitas Le93nd setiap hari Jumat mendapat antusias sangat tinggi karena ternyata anggota komunitas Le93nd banyak yang berkecimpung dalam usaha

'rumahan' karena dampak pandemik serta banyaknya anggota Le93nd yang banyak berkegiatan di rumah termasuk WFH (*work from home*). Banyaknya anggota komunitas yang mengunggah produknya melalui tampilan gambar, foto serta video di media sosial membangkitkan usaha dan saling memberikan keuntungan, namun secara tampilan masih seadanya, yang penting ada dan meramaikan. Dari saling unggah saling membutuhkan produk jasa antar anggota, sebagai salah satu anggota grup pengaju proposal menawarkan secara lisan dengan cara menawarkan bagaimana jika ada acara berkumpul bermanfaat untuk meningkatkan wawasan para anggota khususnya para usahawan Le93nd mengeksplor smartphone nya untuk digunakan lebih *expert* sehingga dapat membuat foto produk yang lebih baik lebih bagus tampilannya sehingga saat diunggah di medsos baik di Facebook ataupun Instagram terlihat bagus dan *instagramable* sehingga mengundang selera calon pembeli. Hal itupun disambut baik, kemudian diadakan kegiatan awal dan pesertanya ternyata membludak di luar perkiraan. Saat pendaftaran yang hanya diperuntukkan untuk 35 orang peserta, karena terbatas tempat serta masih saat pandemik, tetapi peserta melampaui batas, tercatat yang daftar mencapai 149. Ke-149 calon peserta pelatihan pemanfaatan *smartphone* ini sudah tercatat ke dalam pendataan divisi UDAG (Usaha dan Dagang) Le93nd. Sebetulnya masih banyak lagi yang membutuhkan, namun keikutsertaan peserta diutamakan kepada selain yang sudah terbilang stabil dan memiliki foto-foto produk yang berkualitas karena sudah menyewa fotografer khusus.

2. PERMASALAHAN DAN PENYELESAIAN MASALAH

Permasalahan yang dihadapi komunitas seperti yang telah sedikit diuraikan sebelumnya adalah banyaknya penggiat usaha baik produk ataupun jasa dari anggota komunitas Le93nd yang belum representatif dari segi pemasaran khususnya tampilan foto/video yang dihasilkan oleh mereka di media sosial. Kehadiran teknologi membawa perubahan besar dalam kebudayaan masyarakat, termasuk di dalamnya adalah trend pemasaran digital[1]. Mereka memiliki keinginan untuk memiliki output foto yang bagus namun jika harus menyewa fotografer profesional mungkin harus banyak mengeluarkan dana. Selain kualitas produk itu sendiri, pemasaran mendapatkan peran yang cukup penting untuk mendorong penjualan [2]. Sebagus apapun produk tersebut jika tanpa adanya pemasaran yang baik maka sulit untuk dilirik oleh konsumen. Produk tersebut awalnya harus dikenalkan pada calon pembeli potensial lalu dipasarkan secara luas.

Berikut salah satu tampilan foto (Gambar 2) dari Le93nd Dagang di bawah divisi UDAG Le93nd:



Gambar 2. Salah satu tampilan foto dari Le93nd dagang yang masih apa adanya

Sumber : <https://web.facebook.com/photo/?fbid=4016221398390935&set=oa.444841900042605>

Dari foto di atas, foto diambil apa adanya dan belum jelas dan tidak fokus/ masih random sehingga untuk calon konsumen akan kebingungan yang mana yang akan dibeli. Jika tampilannya bisa dimaksimalkan akan berbeda hasilnya karena orang akan memilih item per item dan ada *caption/* tulisan baik nama produk, harga dan info lainnya.

Peluang dan tantangan ini coba akan dijawab dengan akan diadakannya pelatihan gratis dengan memanfaatkan gawai yang mereka miliki. Rata-rata gawai/*smartphone* yang mereka miliki sudah bagus dari segi pixel dan kemampuan dalam merekam foto dan video.

Pelatihan-pelatihan untuk pemberdayaan *smartphone* untuk membuat foto produk sudah banyak dilakukan oleh profesional yang memang tujuannya adalah semacam bisnis pelatihan, namun dan kebanyakan berbayar dari mulai Rp.100.000,- hingga Rp. 500.000,- yang dibagi per pertemuan/ jam. Seperti foto di bawah ini (Gambar 3) pelatihan/ *workshop smartphone photography* diadakan berbayar

dan bersertifikat serta dilakukan beberapa sesi yang dilakukan oleh profesional yang bergerak di bisnis fotografi.



Gambar 3. Salah satu kegiatan pelatihan *smartphone* yang berbayar dan bersertifikat
 Sumber: https://www.ukmindonesia.id/upload/attachment/img/IMG_20190224_175036_977.jpg

Pelatihan eksplorasi *smartphone* untuk membuat foto produk ini bertujuan untuk meningkatkan performa dari brand barang/jasa yang akan dijual sehingga tingkat kepercayaan dengan tampilan bagus, *instagramable* dan juga representatif dari segi fotografi akan meningkatkan omset/ penghasilan. Foto yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pembeli dan harga produk itu sendiri, sehingga orang bisa lebih tertarik untuk dapat membelinya [3] dan dengan meningkatkan kualitas foto produk yang memenuhi standar kualitas maka akan berdampak pada naiknya jumlah minat pembeli [4]. *Brand image* melalui tampilan foto juga berpengaruh [5] bahwa variabel *brand image* berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada produk, dengan kata lain konten foto yang tersaji calon pembeli di *platform* Facebook atau Instagram bisa menjadi salah satu faktor calon pembeli untuk membeli barang tersebut. Selain foto, caption/ tulisan menarik juga membuat minat orang untuk membeli sangat tinggi [6]. Foto dan video yang memberi audiens informasi menarik dengan cara baru dan unik. Dengan mengoptimalkan konten berisi foto produk barang dagang yang berisi tulisan nada menghibur hingga mendorong keterlibatan pelanggan.

2.1. Solusi Permasalahan

Solusi yang dapat ditawarkan dari permasalahan di atas adalah dengan memberikan kegiatan interaktif kepada anggota Le93nd yang memiliki usaha namun masih kesulitan dengan promosi yang dikeluarkannya dengan kurang bagusnya tampilan foto produk/jasa yang akan dijual. Kegiatan interaktif ini dilakukan secara *learning by doing* dan bukan teori namun berkegiatan dengan mencoba langsung eksplorasi gawai/*smartphone* mereka untuk bisa menghasilkan foto produk yang representatif sehingga lebih menarik, lebih bagus dari sebelumnya dan kualitasnya pun tidak kalah dengan hasil dari fotografer profesional yang tentu saja tidak *instant*. Setidaknya pada saat pelatihan peserta diajak untuk mengeksplor gawai yang mereka punya yang pada rata-rata usia peserta adalah umur 45-47 masih bisa mengikuti perkembangan teknologi. Dengan memberikan teori sekilas tentang seluk beluk *smartphone* yang dimilikinya, tentang fitur-fitur yang ternyata banyak dan bisa dieksplorasi. Setelah diberikan teori, peserta akan diajak belajar langsung memotret produknya atau contoh produk yang *similar* yang bisa difoto secara bersama-sama oleh sesama peserta. Setelah pemotretan peserta *dibrief* untuk bagaimana mengemas foto tersebut sehingga terlihat lebih menarik, proses edit dengan memotong, memutar foto atau juga memakai aplikasi tambahan sehingga akan lebih tampil beda dari foto hasil sebelumnya. Hasil foto tersebut sudah akan bisa tayang di media sosial mereka untuk dipajang.

3. TEKNOLOGI DAN METODE

Nara sumber dan fasilitator yang terlibat dalam kegiatan ini adalah orang-orang kompeten dan berpengalaman di bidang fotografi. Nama dan kompetensi nara sumber dan instruktur dapat dilihat pada "Tabel 1".

Tabel 1. Kompetensi Nara Sumber / Instruktur

No	Nama	Bidang Keahlian
1	Inko Sakti Dewanto, S.T., M.Ds	Desain Grafis, Brand Identity, Tipografi, Audio Visual, Fotografi
2	Iyus Kusnaedi, S.Sn., M.Ds	Desain Interior, Fotografi, Craftmanship & Sustainable Material Craft

Sedangkan dalam pelaksanaan *workshop* ini, dibantu oleh satu orang mahasiswa prodi Desain Komunikasi Visual dan dua orang mahasiswa Desain Interior FAD Itenas.

Metoda dalam pelaksanaan *workshop* ini di bagi menjadi tiga bagian yaitu pra *workshop*, pada saat *workshop* dan setelah *workshop* (tindak lanjut hasil pelatihan).

Metode pelatihan yang diberikan adalah dengan *workshop learning by doing*, yang memungkinkan peserta akan teringat dan paham dengan apa yang telah dan akan dilakukan lagi karena proses yang telah dilakukan akan diulang kembali. Learning by doing yang diaplikasikan pada *workshop* ini adalah tipe DORA (*Doing, Observation, Reflection dan, Application*) atau Melakukan, Observasi, Refleksi dan Aplikasi. Dalam sebuah penelitian melalui metoda Learning by Doing tipe DORA. Respon peserta terhadap Model Pembelajaran Learning by Doing Tipe DORA (*Doing, Observation, Reflection, Application*) sangat positif karena mendapatkan respon yang sangat baik hasilnya dapat dilihat pada hasil perolehan pengisian lembar angket respon siswa yang diisi siswa setelah melaksanakan pelatihan dengan prosentase rata-rata yaitu, 86% peserta pelatihan memiliki respon yang kuat pada model pembelajaran *Learning by Doing ini* [7].

Tahapan yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

3.1 Pra *workshop*

Sebelum kegiatan dilaksanakan terlebih dahulu dilakukan survey untuk mengetahui:

1. Karakter Peserta
2. Tipe *smartphone* yang akan dipakai
3. Jenis produk yang akan dijadikan objek pemotretan

1. Karakter Peserta

Karakter peserta yang rata-rata berumur 45-47 tahun ini masih dapat mengikuti perkembangan teknologi. Ini dibuktikan dengan kepemilikan gawai mereka yang cukup mumpuni untuk memotret objek yang menghasilkan karakter yang bagus. Peserta yang akan mengikuti kegiatan ini dibatasi hanya 30 orang peserta. Mengingat keterbatasan ruang dan mengikuti protocol kesehatan dalam hal mencegah penyebaran virus covid-19.

2. Tipe *smartphone* yang akan dipakai

Tipe tipe gawai yang dipakai peserta sangat mempengaruhi hasil pemotretan. Jika di survey awal tipe-tipe *smartphone* yang dipakai peserta belum ketinggalan zaman dan masih cukup representatif digunakan sebagai alat memotret saat pelatihan.

3. Jenis produk yang akan dijadikan objek pemotretan

Jenis jualan yang anggota Le93nd jual sangat beragam, namun setelah ditelusuri kebanyakan mereka menjual produk makanan dan minuman, baik yang siap makan ataupun yang dikemas dengan bungkus, selain itu ada beberapa produk *apparel* seperti baju jenis hijab, ataupun keluarga, tas juga sepatu. Produk-produk mereka harus dibawa untuk objek pemotretan.

Untuk mengetahui hal-hal di atas, sebelumnya sudah dilakukan promosi kegiatan disebarkan melalui grup Facebook & Instagram Le93nd, karena pesertanya khusus dari komunitas ini, dibuat e-poster khusus sebagai bukti akan adanya kegiatan ini, kemudian setelah mendapatkan calon peserta, dibuat grup koordinasi dengan menggunakan media *Whatsapp* sehingga memudahkan untuk koordinasi. Dan metode pencarian datanya didapat dari quisioner menggunakan *google form*.

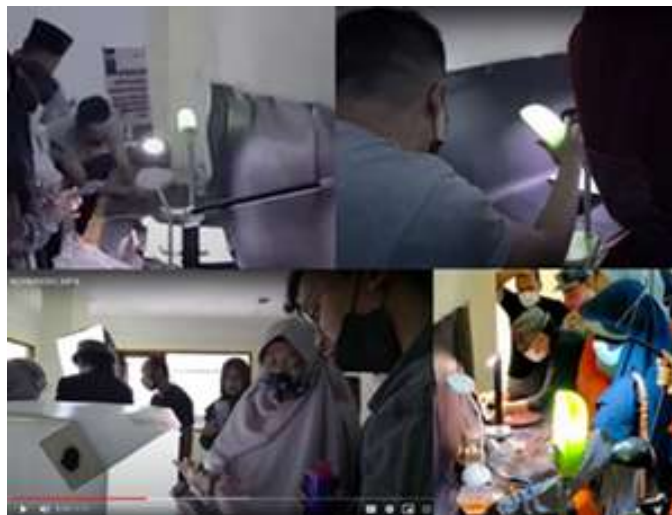
3.2 Pada saat *workshop*

Pelatihan diberikan dalam satu hari, pada Hari Minggu 12 September 2021 dan bertempat di Gedung Madani ICMI Jawa Barat Lt. 3 Jl Cikutra No 276 D. Kegiatan ini sendiri terdiri dari dua sesi di mana pada sesi pertama berisikan ceramah tutorial, diskusi serta pemberian contoh studi kasus yang diberikan oleh fasilitator / dosen yang sesuai dengan kompetensinya, seperti yang terlihat di Gambar 4 berikut:



Gambar 4. Sesi pertama pelaksanaan *workshop*: penjelasan, tutorial serta diskusi dan tanya jawab

Untuk sesi kedua, sebelum peserta mencoba teknik pemotretan produk terlebih dahulu dosen fasilitator memperagakan teknik-teknik dasar memotret, mengatur komposisi, pencahayaan, mengatur sudut pengambilan foto (gambar 5). Setelah diperagakan seluruh peserta partisipan *workshop* diminta untuk melakukan praktek pemotretan dengan objek masing-masing yang sudah dibawa dari rumah sesuai dengan produk yang dijualnya (gambar 6). Selama peserta melakukan pemotretan terhadap objek produk selalu dalam pengawasan fasilitator. Di sela-sela praktek, dosen fasilitator membantu mengarahkan, mencoba juga mengarahkan peserta tentang sudut pandang, cara pengambilan cahaya serta *setting* kamera yang ada pada gawai yang mereka gunakan.



Gambar 5. Sesi kedua pelaksanaan *workshop*: para dosen fasilitator memperagakan dan mencontohkan bagaimana cara memotret produk



Gambar 6. Para Peserta mencoba mempragakan memotret produk sendiri tanpa bantuan fasilitator

Sebelum *workshop* diakhiri, peserta diberikan semacam kuesioner tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan ini. Kuesioner meliputi pertanyaan kualitas materi, kedua nara sumber/ fasilitator, penyampaian materi, kualitas tempat, konsumsi, serta keterserapan materi oleh peserta dan pertanyaan lanjutan berupa kesediaan mereka untuk mengaplikasikan teknik-teknik hasil *workshop* dan saran dan masukan untuk kegiatan selanjutnya.

3.3 Pasca *workshop*

Setelah kegiatan *workshop* selesai diadakan sesi ‘asistensi’ *online* peserta kepada pelaksana PKM yaitu meminta masukan apakah foto-foto yang dihasilkan pasca pelatihan layak untuk ditayangkan di medsos untuk proses daya tarik penjualan. Hal ini dilakukan sebagai umpan balik peserta supaya pelatihan yang diberikan langsung dipraktekan. Kegiatan ini juga sebagai kegiatan wajib bagi mereka jika mereka mau mendapatkan sertifikat kegiatan. Di komunitas Le93nd ini, bukti sertifikat atau tanda telah ikut kegiatan merupakan supremasi eksistensi anggota terhadap komunitas ini. Selain asistensi *online* sebagai syarat mendapatkan sertifikat tanda selesainya kegiatan, mereka diberikan lagi kuesioner tentang kepuasan dan pengalaman setelah mendapatkan materi dan praktek yang didapatkan dari *workshop*. Kuesioner diberikan secara daring melalui *google form*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Workshop eksplorasi *smartphone* dalam memotret produk jual dalam sehari diselenggarakan dengan penyampaian teori dan praktek langsung dihadiri oleh 30 orang peserta yang terdiri dari 11 orang laki laki dan 19 orang perempuan yang rata-rata berusia 45-47 tahun dan dari 30 orang peserta tersebut tiga orang lainnya berusia remaja berusia 18-22 tahun (putra putri beberapa peserta lainnya). Pasa saat sesi penyampaian materi fotografi *smartphone* peserta sangat antusias menyimak penyampaian dari fasilitator dan banyak dari peserta yang bertanya sehingga diskusinya lebih hidup. Peserta rata-rata baru mengetahui bahwa gawai yang mereka miliki ternyata kemampuan untuk menghasilkan foto bagus setara kualitas kamera digital DSLR maupun mirrorless. Dengan hasil tersebut, ternyata banyak peserta yang langsung memahami setelah *trial error*.

Hasil praktek peserta setelah metode *Learning by Doing*, peserta bisa langsung mempelajari dengan melakukan sendiri dari teori yang didapat dari sesi pertama yakni pengetahuan tentang *smartphone photography* serta tips dan trik memotret produk. Tipe DORA (*Doing, Observation, Reflection, Application*) atau Melakukan, Observasi, Refleksi dan Aplikasi memungkinkan peserta bisa cepat mempelajari dan mendapatkan hasil terbaik dari proses pemotretan sendiri. Setelah *Doing/* Melakukan, peserta mendapatkan hasil dan mengukur sejauh mana mereka dibandingkan dengan apa yang diperagakan dosen fasilitator dan peserta lain. Lalu mereka mengamati cara, trik serta hasil dari peserta lain, sehingga mereka dapat merefleksikan bagaimana memotret yang efektif, sehingga bagus hasilnya, dan dapat mengaplikasikan metode dan cara yang lebih baik sehingga mendapatkan hasil yang lebih baik dari sebelumnya. Respon peserta terhadap model pembelajaran *Learning by Doing*

tipe DORA ini secara keseluruhan sangat memudahkan dan mempercepat proses dalam mendapatkan hasil foto terbaik. beberapa kali mencoba, dan setelah melihat dan membandingkan hasil sendiri dengan peserta lain dapat dilihat pada gambar 7 dan 8.



Gambar 7. Contoh beberapa hasil foto dengan smartphone dengan objek foto produk non food



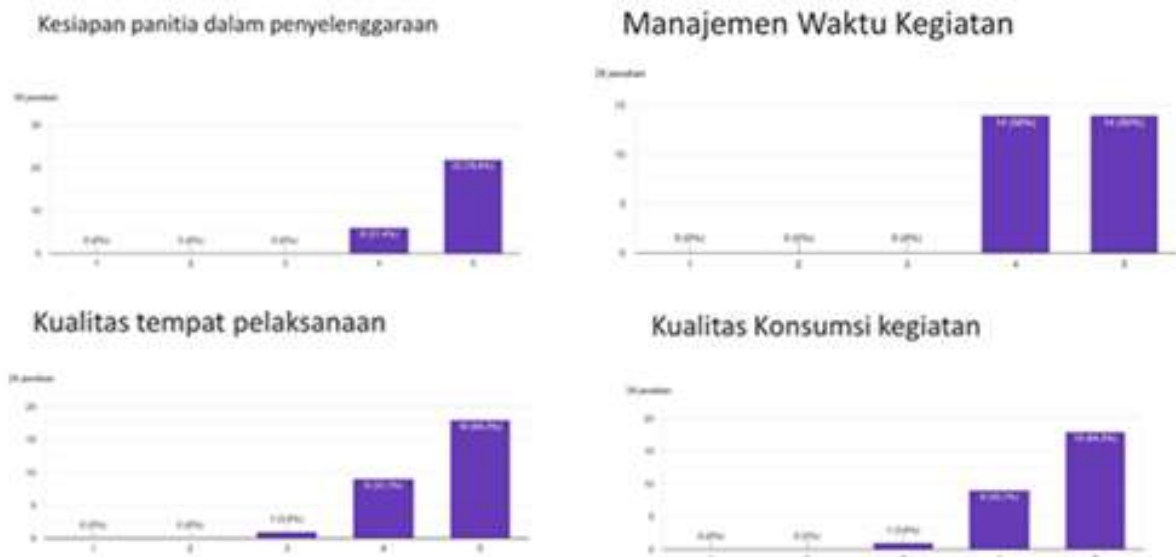
Gambar 8. Contoh beberapa hasil foto dengan *smartphone* dengan objek foto produk makanan dan bahan makanan

Hasil kuesioner tingkat kepuasan peserta terhadap kegiatan ini, menunjukkan hasil yang cukup positif baik untuk para fasilitator *workshop* juga untuk para peserta. Dari 30 orang, peserta yang mengisi ada 28 orang peserta. Dari 28 peserta memberikan respon baik terhadap penguasaan materi, kesungguhan penyampaian materi serta pelayanan dari fasilitator & asisten fasilitator yang membantu kegiatan ini seperti pada gambar diagram hasil rekap kuesioner. (Gambar 9).



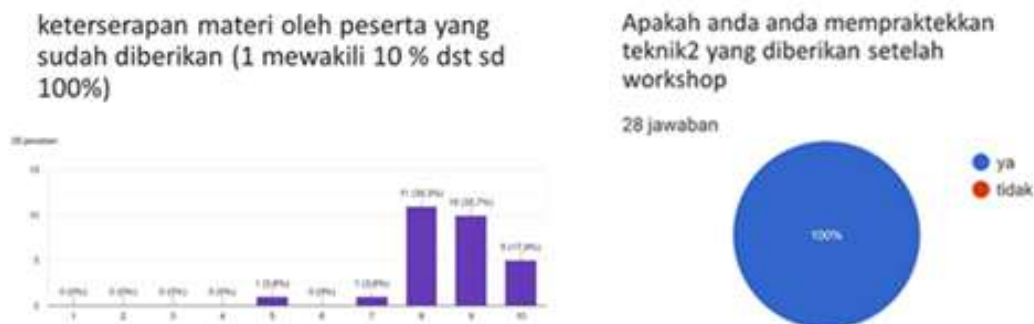
Gambar 9. Rekap tingkat kepuasan peserta terhadap penguasaan materi , kesungguhan penyampaian materi serta pelayanan dari fasilitator & asisten fasilitator yang membantu kegiatan *workshop*.

Respon berikutnya adalah tentang tingkat kepuasan peserta terhadap kesiapan panitia dalam pelaksanaan *workshop* (Gambar 10), peserta memberikan respon baik terhadap kesiapan panitia dalam penyelenggaraan, pengelolaan waktu pelaksanaan, tempat dan konsumsi pelaksanaan.



Gambar 10. Rekap tingkat kepuasan peserta terhadap kesiapan panitia dalam pelaksanaan *workshop*, meliputi kesiapan panitia dalam penyelenggaraan, pengelolaan waktu pelaksanaan, tempat dan konsumsi pelaksanaan.

Jawaban dari kuesioner berikutnya adalah tentang ketersediaan materi oleh peserta dan kesiapan peserta untuk mempraktekan teknik yang diberikan setelah *workshop* (Gambar 11). Dari 28 peserta yang memberikan respon, rata-rata memberikan jawaban di atas 80% menyerap materi dan praktek yang diberikan (26 peserta memberikan jawaban di atas 8 dari skala 1-10). Sedangkan untuk janji peserta, memberikan respon 100 % akan mempraktekkan teknik-teknik pemotretan untuk memotret produknya.



Gambar 11. Rekap tingkat ketersediaan materi peserta dan kesiapan peserta akan mempraktekkan teknik-teknik pemotretan untuk memotret produknya setelah *workshop*.

Pada masa pasca *workshop*, peserta melakukan asistensi hasil pemotretan yang dilakukan di rumah masing-masing. Asistensi *online* dilakukan di grup *Whatsapp* dan dibahas bersama-sama sehingga peserta lain bisa melihat dan membanding. Setelah diberikan masukan, dan saling membandingkan, beberapa peserta mengirimkan contoh hasil pemotretannya, dan memberikan contoh foto sebelum mereka mendapatkan pelatihan (yang pernah diunggah di media sosial mereka, saat *workshop* dan setelah *workshop*). Mereka berpendapat bahwa mereka mendapatkan perbedaan yang sangat signifikan, baik secara komposisi, kualitas, teknik pencahayaan dan cara pengambilan foto yang sebelumnya belum mereka dapatkan. Beberapa contoh bisa dilihat di “Gambar 12, 13 dan 14”. Gambar 13 merupakan contoh hasil foto dari peserta yang memiliki usaha kuliner baso tahu dan batagor.



Gambar 12. Contoh hasil foto dengan *smartphone* sebelum, saat pelatihan dan setelah pelatihan dari peserta yang memiliki usaha kuliner baso siomay dan batagor.



Gambar 13. Contoh hasil foto dengan *smartphone* sebelum, saat pelatihan dan setelah pelatihan dari peserta yang memiliki usaha kuliner *pastry*.

Gambar 13 merupakan contoh hasil foto dari peserta yang memiliki usaha kuliner *pastry* dan kue-kue. Terlihat perbedaan dari sebelum, saat dan setelah pelaksanaan *workshop*. Sedangkan di “Gambar 14” merupakan contoh hasil foto dari peserta yang memiliki usaha kuliner catering dan makanan kemasan. Dari contoh tersebut (Gambar 14) sangat terlihat peserta memiliki kecenderungan untuk memotret sisi frontal pengambilan produk dari atas dan terlihat kualitas perbedaan dari sebelum, saat dan setelah pelaksanaan *workshop*.



Gambar 14. Contoh hasil foto dengan *smartphone* sebelum, saat pelatihan dan setelah pelatihan dari peserta yang memiliki usaha kuliner catering dan makanan kemasan.

Seminggu setelah diadakan asistensi online, sebagai syarat mendapatkan sertifikat tanda selesainya kegiatan, peserta diberikan lagi kuesioner online tentang kepuasan dan pengalaman setelah mendapatkan materi dan praktek yang didapatkan dari *workshop*. Hasil kuesioner tingkat penguasaan peserta terhadap teknik-teknik fotografi (Gambar 15) cukup menunjukkan hasil baik dari segi penguasaan aplikasi setting kamera, pengaturan cahaya, serta pengaturan komposisi baik komposisi produk yang akan difoto maupun komposisi sudut pengambilan foto.



Gambar 16. Rekap tingkat penguasaan peserta terhadap teknik-teknik fotografi pemotretan untuk memotret produknya setelah workshop

Hasil kuesioner berikutnya tentang unggahan foto ke media sosial, tempat mereka menawarkan produknya, pada “Gambar 15”, ditunjukkan bahwa dari 28 orang yang menjawab, 24 orang sudah mengunggah hasil karya fotonya untuk ditawarkan di media sosialnya dan mendapat respon banyak dari yang melihat di *platform* Facebook. Dan yang mengalami peningkatan omset jual sebanyak 21 orang (75 % dari 28 peserta).



Gambar 17. Rekap respon hasil unggahan dan peningkatan omzer produknya setelah unggahan foto ke medsos.

5. KESIMPULAN

Hasil kuesioner yang diberikan kepada peserta, mereka berpendapat bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat untuk meningkatkan wawasan serta *skill* untuk mendokumentasikan sendiri produk yang mereka akan jual. Sebelumnya dalam membuat foto produk yang akan mereka jual, dibuat seadanya. Namun setelah mendapatkan *workshop* ini mereka bisa membuat foto produk dengan baik dan cukup bagus dan representatif. Dari kuesioner yang diberikan, ada usulan dari beberapa peserta, agar *workshop* berikutnya diadakan kembali namun dengan materi *smartphone* videografi, karena untuk sekarang ini selain foto, iklan produk dengan menggunakan video juga sudah banyak bisa dilakukan dengan menggunakan *smartphone*, dengan penambahan usulan waktu pelatihan mungkin tidak hanya satu hari.

Dari kegiatan *workshop* ini dapat disimpulkan bahwa, seluruh peserta sangat antusias dalam melaksanakan *workshop*, dibuktikan dengan masih banyaknya pertanyaan dan sharing hasil foto yang mereka praktekkan pasca pelaksanaan pelatihan /*workshop*.

Dari 30 peserta, 28 di antaranya sudah bisa membuat foto produk menggunakan *smartphone* dengan cukup representatif. Mereka sudah unggah di medsos mereka yang biasa mereka unggah dalam menjajakan hasil produknya. dari 28 peserta tersebut, 24 peserta sudah mengunggah hasil foto produk yang dipotret di media sosialnya, 21 di antaranya mengakui bahwa unggahan dengan foto hasil *workshop* lebih banyak respon dari dan juga meningkatkan omset jualannya.

Metode *Learning by Doing* dengan tipe DORA (*Doing, Observation, Reflection, Application*) mempercepat peserta mempelajari dan mempraktekan langsung materi dan simulasi yang dipergakan

fasilitator sehingga dapat menghasilkan foto terbaik dari proses pemotretan sendiri. Respon peserta terhadap model pembelajaran *Learning by Doing* tipe DORA ini secara keseluruhan sangat memudahkan dan mempercepat proses dalam mendapatkan hasil foto terbaik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) Institut Teknologi Nasional Bandung yang telah memberikan hibah PKM pada kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada komunitas Le93nd Generation Bandung, khususnya para penggiat UMKM divisi UDAG (Usaha dan Dagang) dan Divisi Pendidikan dan Teknologi yang telah membantu kepanitiaian *workshop* ini. Mahasiswa mahasiswi program studi Desain Komunikasi Visual dan Desain Interior Fakultas Arsitektur dan Desain Itenas yang turut membantu di hari pelaksanaan kegiatan, serta ICMI (Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia) Jawa Barat yang telah memfasilitasi tempat kegiatan PKM program Studi Desain Komunikasi Visual dan Desain Interior Fakultas Arsitektur dan Desain - Itenas Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Irawan, E. F., & Ramdhan, Asep, (2018) “Pengaruh Visualisasi Foto OOTD (Outfit of the Day) Selegram sebagai Strategi Promosi Produk Fashion Terhadap Persepsi Wanita”, Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya, vol 17 No 2 , pp. 6 – 11.
- [2] Shaniba, T. (2020). “Tingkatkan Penjualan Dengan Foto Produk Yang Bagus”, shanibacreative.com: <https://shanibacreative.com/tingkatkan-penjualan-dengan-foto-produk-yang-bagus/>, (diunduh : 2 Juli 2021 , 20:25 WIB).
- [3] Nursyifani, C. U., & Atmaji, L. T., (2019). “Promosi Usaha “FOODY DOLLYS” Menggunakan Teknik Fotografi untuk Meningkatkan Penjualan Produk”. GESTALT, Jurnal Desain Komunikasi Visual, Vol 1 No 2, pp. 201-212.
- [4] Kurniawan, M. P., (2019). “Foto Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Online Anggota L3M (Lifelong Learning Mamas) Yogyakarta”, SNPMas (Seminar Nasional Pengabdian Kpd Masyarakat)2019, STMI Dipanegara Makassar,16 Desember 2019, pp. 392-397.
- [5] Supriyadi, Fristin, Y., & Indra , G., (2016). “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang)”, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Faculty of Social and Political Science University of Merdeka Malang, Vol 3 No 1, Januari 2016, pp. 135-144.
- [6] Untari, D., & Fajariana, D. E., (2018) ”Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)” . Widya Cipta (Jurnal Sekretari & Manajemen), e Journal BSI <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>, Vol 2 No 2, pp. 271-278.
- [7] Awaluddin, M, & Soeryanto. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Learning by Doing Tipe DORA (Doing, Observation, Reflection, Application) Pada Materi Alat Ukur Mekanik Presisi Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Kelas X Program Keahlian Teknik Permesian Di SMK Negeri 1 Sarirejo". JPTM (Jurnal Pendidikan Teknik Mesin), Universitas Negeri Semarang, Vol 09 No 01, pp 29-36.