



PENTINGNYA KLINIK KONSULTASI UMKM BIDANG FOTO DAN VIDEO PRODUK, KERJASAMA ANTARA INSTITUT STIAMI DENGAN UMKM DKI JAKARTA SERTA JAKPRENEUR, NOVEMBER – DESEMBER 2021

Redjeki Agoestyowati
Institut STIAMI
(Naskah diterima: 1 Januari 2022, disetujui: 30 Januari 2022)

Abstract

We have already known that due to the COVID-19 pandemic, many employees or workers have lost their jobs or been laid off at a productive age. With this background, the DKI Jakarta Department of Industry, Trade, Cooperatives, Small and Medium Enterprises (PPKUKM) collaborates with the STIAMI Institute of Social Sciences and Management to provide assistance to SMEs fostered by DKI Jakarta or Jakpreneur, in various fields, and one of them is about making product photos or videos with the aim of increasing sales. This community service activity is called a Consultation Clinic, was carried out boldly during November and December 2021, and consultations were continued via Whatsapp. This was well received by the participants because the material presented was quite simple and easy, so they could immediately apply photo or video products with their existing mobile camera. Participants feel the benefits of this Abdimas activity and they are interested in continuing to work on making product photos and videos.

Keywords: Photo Product, Video Product, MSMEs,

Abstrak

Kita telah mengetahui bahwa akibat pandemi COVID-19 yang terjadi di banyak karyawan atau pekerja yang kehilangan pekerjaan atau dirumahkan di saat usia masih produktif. Dengan latar belakang tersebut, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) DKI Jakarta berkolaborasi dengan Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI mengadakan pendampingan kepada pelaku UKM binaan DKI Jakarta atau Jakpreneur, dalam berbagai bidang, dan salah satunya adalah tentang membuat foto atau video produk dengan tujuan untuk bisa meningkatkan penjualan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini disebut dengan Klinik Konsultasi, telah dilakukan secara daring selama bulan November dan Desember 2021, dan konsultasi dilanjutkan melalui WhatsApp. Kegiatan ini bisa diterima dengan baik oleh peserta karena materi yang disampaikan cukup sederhana dan mudah, sehingga mereka bisa langsung mengaplikasikan membuat foto atau video produk dengan kamera ponsel yang syahada. Para peserta merasakan manfaat dari kegiatan Abdimas ini dan mereka termotivasi untuk terus berkarya membuat foto dan video produk

Kata kunci: foto produk, video produk, UMKM

I. PENDAHULUAN

Telah kita ketahui bersama bahwa salah satu dampak dari pandemic COVID-19 adalah banyaknya perusahaan yang menutup kantornya dan memberhentikan karyawannya dari untuk tidak bekerja lagi di perusahaan tersebut, sehingga banyak orang-orang yang sebenarnya masih produktif tetapi harus kehilangan pekerjaannya. Dengan latar belakang tersebut, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (PPKUKM) DKI Jakarta berkolaborasi dengan Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI mengadakan pendampingan kepada pelaku UKM binaan DKI Jakarta atau Jakpreneur.

Klinik konsultasi ini difokuskan pada beberapa topik antara lain Foto dan Video Produk, Digital Marketing, Branding, Laporan Keuangan, Penyusunan Proposal Untuk ke Perbankan, Insentif Perpajakan Bagi UMKM, Desain Kemasan, dan Logistik. Jadi, setiap dosen konsultan memberikan topik sesuai bidangnya ke kelompoknya masing-masing dan pendampingan di luar jam webinar.

Dalam artikel ini yang akan dibahas adalah tentang pembuatan foto dan video produk. Kita semua tahu bahwa di era yang

serba digital saat ini, fotografi atau potret memotret adalah salah satu aktifitas yang dilakukan oleh semua kalangan, kapan saja dan di mana saja. Salah satunya adalah membuat foto produk yang akan digunakan untuk mempromosikan jualan mereka, baik itu makanan, fashion, kerajinan atau produk-produk lain. Memang siapa saja bisa menggunakan kamera ponsel mereka untuk membuat sebuah karya foto, akan tetapi jika mereka bisa memahami beberapa hal sebelum melakuka foto produk, tentu akan bisa menghasilkan karya foto produk yang lebih baik sehingga hasilnya akan sedap dipandang mata dan mempunyai nilai jual yang tinggi, misalnya tentang pencahayaan, saat-saat yang tepat untuk pengambilan foto produk dengan bantuan cahaya matahari, efek, tata letak, bentuk kemasan, warna background, asesoris/property atau pendukung lain, logo, dan lain-lain. Misalnya produk yang ditawarkan adalah madu dengan kemasan toples bening yang ada lekuk-lekunya, maka pengambilan gambar harus terlihat jelas sampai ke lekuk-lekuk kemasannya, warna madunya, isinya apakah penuh atau tidak, nama merek madunya harus terbaca, bagaimana menampilkan keseluruhan bentuk, dan lain-lain.

Selain foto produk, kadang-kadang dibutuhkan juga katalog produk yang tentunya harus dibuat foto-foto juga tampilan foto katalog yang menarik. Oleh karena itu penting untuk mengadakan klinik konsultasi UMKM sekaligus pelatihan dan praktik membuat foto-foto dan video produk serta katalog produk, terutama untuk para penjual pemula dan belum ahli dalam pembuatan foto atau video produk barang dagangan mereka yang tentunya harus memiliki keunikan atau ciri khas, sehingga produk akan lebih cepat dikenal di kalangan masyarakat atau pembeli.

Di Klinik Konsultasi UMKM, Dosen Konsultan memberikan materi dilanjutkan dengan diskusi dan sharing dengan para pelaku UMKM tentang produk mereka, dengan membagikan foto-foto serta video produk melalui WhatsApp dan Instagram atau Facebook atau Market Place.

Di Klinik Konsultasi, dosen konsultan berbagi cara pembuatan foto dan video produk yang mempunyai nilai jual untuk bisa diunggah di social media, berharap dengan foto dan video terbaru yang diunggah, penjualan akan meningkat. Selain dosen konsultan yang berbagi cara pembuatan foto produk, para pelaku UMKM yang lain juga berbagi pengalaman mereka saat membuat foto-

foto produk mereka. Semua pelaku UMKM mendapat ilmu dari sharing pelaku UMKM yang lain, misalnya bagaimana persiapan yang harus dilakukan sebelum melakukan foto produk atau pembuatan video produk, property apa saja yang dibutuhkan, bagaimana meletakan produk (posisi produk), melihat dan membandingkan foto produk serupa, konsep foto, angle (titik sudut), edit foto dan video, menggabungkan video produk, aplikasi video, dan lain-lain.

Jadi, salah satu tujuan saling berbagi tentang pembuatan foto dan video produk adalah bagaimana cara menghasilkan foto produk dan video produk dengan kualitas yang sempurna sehingga masyarakat atau calon pelanggan akan tertarik dengan produk yang ditawarkan melalui media foto dan video. Setelah calon pelanggan tertarik dengan produk tersebut, para pelaku UMKM berharap mereka akan membeli produk-produk yang ditawarkan.

Dalam upaya meningkatkan kualitas foto dan video produk yang baik, yang tentunya juga bisa digunakan sebagai ajang promosi demi meningkatkan penjualan melalui berbagai media, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI mengadakan pendampingan kepada pelaku UKM binaan

Jakarta Timur dengan mengadakan konsultasi tentang pembuatan foto dan video produk.

Ada beberapa teori tentang fotografi. Menurut Maynard, fotografi merupakan sains (atau lebih tepatnya seni) menghasilkan gambar dengan menggunakan aktivitas penandaan (marking) pada suatu permukaan sensitif dengan menggunakan bantuan cahaya. Proses penandaan itu melibatkan peran teknologi optis-kimiawi (dalam fotografi analog) atau optis-elektronis (dalam fotografi digital). Bagi Maynard, fotografi ditandai dengan adanya aspek: cahaya, proses penandaan, dan permukaan yang sensitif.

II. METODE PELAKSANAAN

Kita semua mengerti bahwa saat itu pemerintah selalu menganjurkan untuk tetap menjaga kesehatan masing-masing dengan menerapkan protokol kesehatan yaitu selalu memakai masker, menjaga jarak dan mencuci tangan. Mempertimbangkan hal tersebut, maka diputuskan kegiatan konsultasi diadakan secara online sebagai bentuk kepatuhan dalam penegakan protokol kesehatan di wilayah DKI Jakarta.

Kegiatan diadakan melalui serangkaian webinar dan klinik konsultasi telah diselenggarakan dalam tiga gelombang

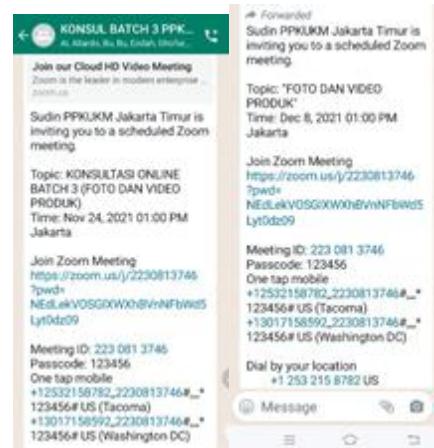
Pada bulan November - Desember 2021 yang merupakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) sebagai bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.

Berikut adalah metode pelaksanaannya

1. Mengirimkan link zoom kepada peserta dosen peserta di group
2. Peserta dan dosen Konsultan mengisi daftar hadir
3. Pelaksanaan acara mengikuti Rundown Acara yang sudah diinformasikan di group
4. Pembagian Kelompok dan peserta masuk ke Breakout Zoom sesuai bidang yang diminati
5. Foto Bersama

Berikut adalah contoh foto kegiatan:

Gambar 1: Undangan Zoom Meeting



Gambar 2: Link Pengisian Daftar Hadir



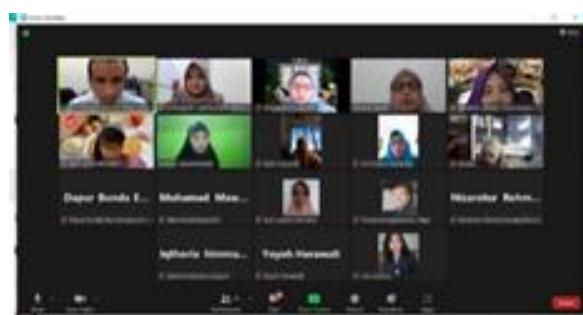
Gambar 3: Contoh Salah Satu Rundown Acara



Gambar 4: Contoh Pembagian Kelompok



Gambar 5: Contoh Daftar Hadir Semua Peserta



Gambar 6: Daftar Hadir Breakout Zoom

Bidang Foto dan Video Produk



III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Banyak para pembeli atau calon membeli membeli sebuah produk karena melihat foto atau video yang ditayangkan. Sehingga foto dan video produk saat seringkali dianggap sebagai elemen pelengkap dalam mempromosikan jualannya baik online maupun offline. Hanya dengan melihat foto atau video diharapkan pembeli atau calon pembeli langsung tertarik dan memutuskan untuk membeli. Jadi membuat foto produk yang menarik adalah merupakan salah satu

langkah untuk meningkatkan penjualan terutama di masa-masa sulit saat itu yaitu masa pandemi.

Program pelatihan diawali dengan sharing dari konsultan tentang foto-foto atau video produk dari peserta yang sudah dibagikan di group, dilanjutkan dengan saling melihat foto atau video produk masing-masing peserta yang dibagikan di group, lalu beberapa foto dibahas melalui zoom. Semua peserta memberikan komentar tentang foto produk, misalnya mereka berkomentar tentang tata letak, pencahayaan, warna background, property, komposisi dan lain-lain. Mereka saling memberi dan menerima masukan demi kualitas foto atau video produk yang semakin baik ke depannya.

Berikut adalah contoh foto-foto produk peserta sebelum mengikuti Klinik Konsultasi tentang foto dan video produk.

Gambar 7: Contoh Foto Produk dari
@aisely_food sebelum mengikuti Klinik Konsultasi



Gambar 8: Contoh Foto Produk dari

@schotelmamiku sebelum mengikuti Klinik Konsultasi



Setelah saling memberikan komentar, dilanjutkan dengan pembahasan tentang teori dasar fotografi yaitu tentang pencahayaan dalam pemotretan dengan menggunakan kamera ponsel yang mereka miliki, sehingga tidak perlu menyiapkan kamera Digital Lens Reflect (DSLR). Pembahasan dalam pencahayaan juga hanya menggunakan cahaya matahari, pencahayaan bisa didapat dari jendela, pintu atau langsung di halaman, dan jika peserta memiliki lampu studio, tentu akan lebih baik. Materi dikemas secara sederhana dan mudah dipahami dan bisa langsung dipraktekkan. Jadi dengan alat yang ada, mereka bisa terus berkarya di hari-hari selanjutnya.

Untuk komposisi, tata letak, para peserta bisa melakukan berbagai variasi dengan property yang ada. Setelah foto jadi, bisa juga di edit dengan menggunakan layanan aplikasi yang tersedia di ponsel masing-

masing, atau diberi tulisan-tulisan yang menjual dengan huruf-huruf dan warna yang bisa dipilih di aplikasi ponsel.

Program berjalan dengan baik dan di hari-hari selanjutnya peserta banyak mempraktekkan ilmu sederhana tentang pembuatan foto dan video produk dengan hasil yang lebih baik. Program Klinik Konsultasi dilaksanakan selama bulan November dan Desember 2021 dengan melakukan 2 kali pertemuan Konsultasi melalui zoom dan praktek pembuatan foto serta video produk di bulan November dan Desember 2021.

Berikut adalah contoh foto-foto produk peserta Sesudah mengikuti Klinik Konsultasi tentang foto dan video produk.

Gambar 9: Contoh Foto Produk dari @aisely_food sesudah mengikuti Klinik Konsultasi



Gambar 10: Contoh Foto Produk dari @schotelmamiku sesudah mengikuti Klinik Konsultasi



Setelah program ini berakhir, diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM di wilayah Jakarta Timur untuk terus berkarya dengan hasil jepretan yang lebih baik dan tentunya penjualan akan meningkat karena masyarakat akan lebih tertarik untuk membeli produk-produk yang ditawarkan.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dengan adanya program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI dengan pelaku UKM binaan DKI Jakarta atau Jakpreneur, maka para pelaku UMKM wilayah Jakarta Timur merasakan bahwa mereka mendapat ilmu baru tentang pembuatan foto produk dan video produk,

serta mereka mendapat manfaat karena ilmu yang di dapat bisa langsung diaplikasikan untuk bisa membuat foto dan video produk yang lebih baik dengan menggunakan ponsel yang sudah mereka miliki.

Cara penyampaian materi yang sederhana namun cukup jelas, sangat mudah diterima oleh semua peserta, sehingga mereka bisa langsung praktik melakukan pemotretan foto produk seuai dengan beberapa teknik yang sudah disampaikan, misalnya melakukan pemotretan dengan menggunakan teknik pencahayaan matahari dan lampu, yang sebelumnya tidak terpikirkan tentang teknik tersebut. Mereka bisa melihat karya foto produknya lebih berkualitas dibanding sebelumnya.

SARAN

Ada beberapa peserta yang mengalami kendala sinyal pada saat konsultasi melalui zoom, sehingga disarankan kegiatan ini bisa dilakukan secara tatap muka, minimal 1 kali, sehingga akan lebih mudah untuk berdiskusi atau praktik langsung secara bersama-sama.

DAFTAR PUSTAKA

Aditia, D., Nasution, D., Sains, F. S., Pembangunan, U., Budi, P., & Utara, U. S. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212–224.

Patrick Maynard, the Engine of Visualization (London: Cornell University Press, 1997), 19.

Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents Dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 124068.

Purnama dan Tahalea, Pelatihan Fotografi Produk Untuk Iklan Di Internet Saat Masa Pandemi Bersama Pemuda Tebet Melalui Daring, *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* Volume 2 No. 2, September 2020

Wibowo, Arief, Media Sosial Sebagai Solusi Pemasaran Umkm Yang Adaptif Di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Unindra*, Vol 4, No 6 (2021)