

Pelatihan Fotografi Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Visual Dan Nilai Komersial Produk

Darmawan Aditama^{1*}, Muhammad Dava Deril Yovansyah¹, Muhammad Turmuzi¹, Agus Wibowo¹, Evianita Dewi Fajrianti¹, Amma Liesvarastranta Haz¹, Agus Fahrudin¹, Khozinatus Sadah¹, Pratama Eskaluspita¹ Mohammad Robihul Mufid², Much Chafid², Saniyatul Mawaddah², Yunia Ikawati², Agung Teguh Setyadi²

¹ Departemen Teknologi Multimedia Kreatif, Politeknik Elektronika Negeri Surabaya

² Departemen Teknik Informatika dan Komputer, Politeknik Elektronika Negeri Surabaya

SUBMITTED : APR 21, 2026

ACCEPTED : JUN 2, 2026

PUBLISHED : JUN 18, 2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi pada era industri 4.0 telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran, dari pendekatan konvensional menuju sistem digital yang menitikberatkan pada kekuatan visual. Dalam konteks ekonomi digital, kualitas tampilan produk menjadi elemen krusial dalam menarik perhatian konsumen sekaligus membangun kepercayaan pasar. Namun demikian, sebagian pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di SMA N 1 Kedungpring masih menghadapi berbagai kendala, terutama terkait rendahnya literasi digital serta keterbatasan keterampilan teknis dalam menghasilkan foto produk yang menarik dan profesional. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya saing produk di platform daring. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha di SMA N 1 Kedungpring dalam bidang fotografi produk melalui pemanfaatan studio foto portabel mini sebagai media pembelajaran. Metode yang diterapkan mencakup tahap sosialisasi, pelatihan teknis dalam bentuk workshop, pendampingan praktik secara langsung, serta evaluasi terhadap hasil karya peserta. Materi pelatihan difokuskan pada teknik dasar fotografi, meliputi pengaturan pencahayaan, komposisi sudut pengambilan gambar, dan pemilihan latar belakang yang sesuai untuk memperkuat karakter visual produk. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pemahaman peserta terkait estetika fotografi. Produk visual yang dihasilkan menjadi lebih menarik dan layak digunakan sebagai media promosi pada berbagai platform digital, seperti e-commerce dan media sosial. Program ini diharapkan mampu mendukung proses digitalisasi di SMA N 1 Kedungpring secara berkelanjutan serta memperluas jangkauan pemasaran melalui penyajian visual produk yang lebih kompetitif.

Kata kunci: Fotografi Produk, SMAN 1 Kedungpring, Pemasaran Visual, Studio Portabel, Transformasi Digital.

ABSTRACT

The rapid advancement of information technology in the Industry 4.0 era has significantly transformed marketing strategies from conventional approaches to digital

systems that emphasize the power of visual content. In the context of the digital economy, product presentation quality has become a crucial factor in attracting consumers' attention and building market trust. However, some Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) at SMA N 1 Kedungpring still face various challenges, particularly limited digital literacy and insufficient technical skills in producing appealing and professional product photographs. This condition affects the competitiveness of their products in online marketplaces. This community service program aimed to enhance the product photography skills of business actors at SMA N 1 Kedungpring through the utilization of a portable mini photo studio as a learning medium. The implemented methods included socialization activities, technical training in the form of workshops, hands-on practice assistance, and evaluation of participants' work. The training materials focused on fundamental photography techniques, including lighting arrangement, image composition and shooting angles, as well as the selection of appropriate backgrounds to strengthen the visual characteristics of products. The results of the program demonstrated a significant improvement in participants' understanding of photographic aesthetics. The visual products produced became more attractive and suitable for promotional purposes on various digital platforms, such as e-commerce marketplaces and social media. This program is expected to continuously support the digitalization process at SMA N 1 Kedungpring and expand marketing reach through more competitive product visual presentations.

Keywords: Product Photography, Portable Mini Photo Studio, Digital Marketing, MSMEs, Community Service.

1. Pendahuluan

Transformasi digital telah mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk, terutama melalui platform e-commerce yang sangat mengandalkan kualitas visual. Foto produk tidak lagi berfungsi sebagai dokumentasi semata, tetapi menjadi sarana penting untuk membangun kepercayaan dan menarik minat beli konsumen. Pemanfaatan teknologi digital yang optimal terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif efisien [1]. Namun, pelaku usaha di wilayah pedesaan masih menghadapi kendala dalam menghasilkan konten visual yang menarik dan profesional [2]. Meskipun smartphone telah banyak dimiliki, pemanfaatannya untuk fotografi produk dan promosi digital masih belum optimal karena keterbatasan keterampilan teknis [3]. Rendahnya pemahaman mengenai pencahayaan, komposisi visual, dan sudut pengambilan gambar menyebabkan kualitas foto produk kurang kompetitif dibandingkan produk dengan dukungan visual profesional [4]. Oleh karena itu, pelatihan fotografi produk berbasis studio foto portabel mini diperlukan sebagai solusi praktis untuk meningkatkan kualitas visual dan nilai jual produk [5].

2. Target dan Luaran

1. Mengembangkan kemampuan teknis dalam fotografi produk bagi siswa di SMA N 1 Kedungpring.
2. Melaksanakan penilaian terhadap peningkatan mutu visual produk yang dihasilkan oleh peserta setelah mengikuti kegiatan.
3. Mendorong terciptanya kemandirian siswa dalam mengelola dan mengoptimalkan konten pada media sosial maupun platform e-commerce.

3. Metode Pengabdian Masyarakat

Sistem pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian ini berfokus pada alur produksi konten visual dengan memanfaatkan perangkat studio foto portabel mini sebagai media utama. Sistem tersebut dirancang sebagai solusi praktis untuk mengatasi keterbatasan ruang serta tingginya biaya peralatan fotografi profesional. Studio portabel ini umumnya berbentuk kotak ringkas yang dilengkapi dengan

reflektor internal untuk memaksimalkan pencahayaan, lampu LED terintegrasi sebagai sumber cahaya utama, serta berbagai pilihan latar belakang (background) yang dapat disesuaikan dengan karakteristik produk yang akan difoto. Penggunaan mini studio portabel dapat membantu pelaku usaha menghasilkan foto produk dengan pencahayaan yang lebih merata dan tampilan visual yang lebih konsisten tanpa memerlukan peralatan fotografi profesional yang mahal. [5].

1. Tahap Persiapan Produk

Persiapan produk sebelum pemotretan menjadi tahapan penting untuk memastikan objek terlihat lebih menarik, rapi, dan mampu menampilkan karakter produk secara maksimal pada hasil foto [6].

2. Pengaturan Studio

Pengaturan pencahayaan dan pemilihan latar belakang yang sesuai berperan penting dalam menonjolkan karakter visual produk serta meningkatkan kualitas hasil fotografi untuk kebutuhan promosi digital [7].

3. Proses Pengambilan Gambar

Pemotretan dilakukan dengan variasi sudut pandang, seperti eye level, high angle, dan flat lay, guna menonjolkan detail serta keunggulan produk secara visual.

4. Tahap Penyuntingan Dasar

Tahap penyuntingan sederhana menggunakan aplikasi pada perangkat mobile dapat meningkatkan kualitas visual foto melalui penyesuaian pencahayaan, ketajaman, dan keseimbangan warna sehingga lebih layak digunakan sebagai media promosi. [3].

3.1. Lokasi, Waktu, dan Subjek/Partisipan

Kegiatan workshop ini dilaksanakan di SMA N 1 Kedungpring, Kabupaten Lamongan.



Gambar 1. Baner Kegiatan



Gambar 2. Pelaksanaan Sosialisasi

Tahapan terakhir berupa monitoring dan evaluasi yang dilakukan untuk mengukur peningkatan kualitas visual produk peserta setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil foto sebelum dan sesudah pelatihan, serta mengumpulkan umpan balik dari peserta guna mengidentifikasi kendala dalam penerapan teknik yang telah dipelajari dan sebagai dasar perbaikan program ke depan [4].

5. Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa kualitas visual produk berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha di era digital, khususnya di lingkungan SMA N 1 Kedungpring. Sebelum pelatihan, peserta masih mengalami kendala pada aspek pencahayaan, komposisi visual, dan teknik pengambilan gambar sehingga visual branding produk belum optimal [8]. Melalui pelatihan yang mencakup penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung, keterampilan peserta dalam menghasilkan foto produk meningkat secara signifikan [9]. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pada aspek komposisi, fokus objek, pencahayaan, sudut pengambilan gambar, kedalaman ruang, nilai estetika, kualitas informasi visual, serta kelayakan foto untuk media promosi digital.



(a)



(b)

Gambar 3. Hasil Foto Sebelum (a) dan Sesudah (b) Workshop

Hasil foto setelah workshop menunjukkan peningkatan kualitas visual yang signifikan dibandingkan sebelum pelatihan. Foto diambil menggunakan kamera Fujifilm X-T10 dengan pengaturan ISO 500, aperture f/4.8, dan shutter speed 1/40 detik, yang menghasilkan eksposur seimbang, detail objek yang jelas, serta fokus yang terarah pada subjek utama. Peserta mampu menerapkan pengaturan teknis fotografi, seperti eksposur, fokus, dan komposisi, sehingga foto lebih layak digunakan untuk promosi digital. Peningkatan kualitas juga terlihat pada pengelolaan pencahayaan yang lebih merata setelah penggunaan mini studio portabel, sehingga tekstur dan warna produk dapat ditampilkan secara optimal. Selain itu, penerapan teknik Rule of Thirds dan variasi sudut pengambilan gambar membuat objek tampak lebih proporsional, menarik, dan memiliki nilai estetika yang lebih tinggi. Penggunaan latar belakang netral semakin memperkuat fokus visual pada produk. Peserta juga mampu melakukan penyuntingan dasar menggunakan smartphone, sehingga dapat menghasilkan foto yang lebih profesional dengan biaya yang relatif rendah dan mudah diterapkan.

Tabel 1. Perbandingan Hasil Foto Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Aspek Penilaian	Sebelum Workshop	Sesudah Workshop
Komposisi & Fokus	Objek belum terarah dan terganggu latar belakang.	Objek proporsional, fokus jelas, dan menonjol.
Pencahayaan & Sudut	Kurang terang dan hanya bersifat dokumentatif.	Merata, detail jelas, dan karakter objek kuat.
Estetika & Informasi	Visual sederhana, kurang rapi, dan info belum optimal.	Lebih menarik, seimbang, dan komunikatif.
Kelayakan Promosi	Masih memerlukan perbaikan.	Layak untuk konten media sosial dan digital.
Komposisi & Fokus	Objek belum terarah dan terganggu latar belakang.	Objek proporsional, fokus jelas, dan menonjol.
Pencahayaan & Sudut	Kurang terang dan hanya bersifat dokumentatif.	Merata, detail jelas, dan karakter objek kuat.
Estetika & Informasi	Visual sederhana, kurang rapi, dan info belum optimal.	Lebih menarik, seimbang, dan komunikatif.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada kualitas visual produk, baik dari aspek pencahayaan, komposisi, maupun estetika secara keseluruhan. Selain itu, peserta juga mulai menunjukkan kemandirian dalam mengelola konten promosi pada media sosial. Dengan demikian, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendukung kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan di pasar digital secara berkelanjutan [4].

4.1. Hasil Evaluasi Pengguna

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan pelatihan serta mengidentifikasi aspek yang perlu ditingkatkan guna mendukung keberlanjutan program [6]. Evaluasi difokuskan pada kemampuan peserta dalam memahami dan menerapkan teknik fotografi produk serta dampaknya terhadap peningkatan daya tarik produk. Data diperoleh melalui kuesioner yang diberikan setelah kegiatan selesai sehingga mencerminkan pengalaman langsung peserta. Analisis menggunakan metode PIECES yang mencakup aspek performance, information, economy, control, efficiency, dan service untuk menilai kualitas pelaksanaan program secara menyeluruh [10]. Hasil evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi kelebihan, kekurangan, serta tingkat penerimaan peserta terhadap

penggunaan studio foto portabel mini [11], sekaligus menjadi dasar pengembangan program selanjutnya [6].

Tabel 2. Jumlah Responden

Pengguna	Jumlah
Peserta Pelatihan SMA N 1 KEDUNGPRING	30 Orang
Total	30 Orang

Merujuk pada Tabel 2, jumlah partisipan dalam kegiatan monitoring dan evaluasi tercatat sebanyak 30 orang, yang seluruhnya merupakan peserta pelatihan fotografi produk. Para responden tersebut berasal dari pelaku usaha di SMA N 1 Kedungpring yang terlibat langsung dalam rangkaian pelatihan serta praktik penggunaan studio foto portabel mini di SMA N 1 Kedungpring . Jumlah responden ini dinilai memadai untuk merepresentasikan tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan program pengabdian yang telah dilakukan. Dalam penelitian kuantitatif, jumlah sampel perlu memenuhi prinsip keterwakilan agar hasil yang diperoleh mampu mencerminkan kondisi populasi secara tepat. Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini termasuk dalam kategori total sampling, karena seluruh peserta pelatihan dijadikan responden. Dengan demikian, data yang dikumpulkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

RK = JSK/JK

SK = Rata – rata kepuasan

JSK = Jumlah Skor kuesioner

JK = Banyaknya responden

Selanjutnya, Pengukuran keberhasilan program dapat dilakukan melalui indikator kinerja yang terstruktur sebagaimana dijelaskan dalam konsep Balanced Scorecard, dengan kategori penilaian sebagaimana tercantum pada Tabel 3.

Tabel 2. Kategori Tingkat Kepuasan Pengguna

Rentang Nilai	Kategori
1,00 – 1,69	Sangat Tidak Puas
1,70 – 2,49	Tidak Puas
2,50 – 3,29	Ragu-ragu
3,40 – 4,19	Puas
4,20 – 5,00	Sangat Puas

Tabel 2 menyajikan klasifikasi tingkat kepuasan pengguna berdasarkan hasil pengolahan skor kuesioner. Rentang nilai tersebut digunakan untuk menginterpretasikan hasil evaluasi secara kuantitatif sehingga kategori kepuasan peserta dapat ditentukan secara sistematis dan mudah dipahami [10]. Klasifikasi ini mengacu pada konsep pengukuran kinerja yang dikembangkan oleh Robert S. Kaplan dan David P. Norton melalui pendekatan Balanced Scorecard, yang mengonversikan berbagai indikator ke dalam skala penilaian untuk mempermudah analisis hasil evaluasi [11]. Selain itu, metode PIECES digunakan sebagai kerangka evaluasi yang mencakup aspek performance, information,

economy, control, efficiency, dan service sehingga penilaian dapat dilakukan secara komprehensif dan terstruktur [10].

Tabel 3. Hasil Penilaian Kuesioner Berdasarkan Indikator PIECES

Indikator	Nilai
Performance	4,06
Information	4,06
Efficiency	4,00
Economy	4,26
Control	4,12
Service	3,66
Rata-rata	4,00

Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan metode PIECES, tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan fotografi produk memperoleh nilai rata-rata 4,00 yang termasuk kategori puas. Indikator *economy* memperoleh nilai tertinggi sebesar 4,26, menunjukkan bahwa penggunaan studio foto portabel dinilai hemat biaya dan efisien oleh peserta. Sebaliknya, indikator *service* memperoleh nilai terendah sebesar 3,66, sehingga aspek pelayanan dan pendampingan masih perlu ditingkatkan [10]. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan visual produk yang lebih menarik untuk mendukung promosi digital dan meningkatkan daya saing produk SMA N 1 Kedungpring [4]. Hasil tersebut menunjukkan bahwa studio foto portabel merupakan solusi yang terjangkau, efektif, dan berkelanjutan, sementara peningkatan kualitas pendampingan diharapkan dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih optimal [12].

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian, pelatihan fotografi produk menggunakan studio foto portabel mini terbukti efektif meningkatkan kemampuan pelaku usaha di SMA N 1 Kedungpring dalam menghasilkan foto produk yang lebih menarik dan profesional. Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai teknik dasar fotografi, seperti pengaturan pencahayaan, komposisi, dan sudut pengambilan gambar. Penggunaan studio foto portabel mini juga memudahkan proses dokumentasi produk karena praktis, efisien, dan mudah diterapkan. Hasil evaluasi dengan metode PIECES menunjukkan tingkat kepuasan peserta berada pada kategori “puas”. Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi positif dalam meningkatkan kualitas visual produk serta mendukung promosi dan pemasaran digital melalui media sosial maupun platform e-commerce.

7. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada pihak SMA N 1 Kedungpring yang telah memberikan izin, fasilitas, serta dukungan penuh selama kegiatan berlangsung. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para peserta pelatihan yang telah berpartisipasi aktif dan menunjukkan antusiasme tinggi selama proses pelatihan fotografi produk dilaksanakan. Partisipasi tersebut menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini.

8. Daftar Pustaka

1. Chaffey D. *Digital business and e-commerce management*. 7th ed. Harlow: Pearson Education; 2022.
2. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. *Laporan perkembangan UMKM digital di Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM; 2023.
3. Satria, D. A. (2022). *Peningkatan kemampuan fotografi produk menggunakan smartphone pada UMKM Gunusa (Gunungkidul Usaha)*. *Muria Jurnal Layanan Masyarakat*, 5(1).
4. Nurhayati, I., Latianingsih, N., Mariam, I., Bidhari, S. C., Sonjaya, I., & Pratama, A. P. (2025). *Pelatihan Foto Produk Sederhana Bagi UMKM "Rendang Bundo Ade"*. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 11(2), 38–45.
5. Herlina, E., Suryana, A., & Nurhidayat, T. (2022). *Pelatihan mini studio photo box untuk meningkatkan kualitas foto produk dan daya jual produk UMKM*. *Socircle: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–8.
6. Anindhita, W., Sari, E., & Muttaqin, K. (2023). *Pelatihan teknik fotografi produk iklan UMKM di Kelurahan Jatinegara Kaum*. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(5), 1350–1358.
7. Irmayana, A., Syam, A., & Akhriana, A. (2023). *Pelatihan fotografi produk pada kelompok masyarakat Jeneponto menuju usaha mikro kecil dan menengah go digital*. *GERVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2), 643–654
8. Furqorina, R., Triandika, L. S., Agusalm, M., Syarif, M., & Firdaus, M. I. (2023). *Pemanfaatan visual branding melalui foto produk dalam meningkatkan daya saing UMKM*. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(2).
9. Rahmat, M. R. A., Setiawan, A., & Macenning, A. R. A. D. (2025). *Peningkatan daya saing produk UMKM melalui pelatihan fotografi produk untuk strategi marketing kreatif*. *Jurnal Pengabdian Indonesia (JPI)*, 1(1).
10. Wetherbe, J. C. (2013). *Systems analysis and design methods* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
11. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard: Measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71–79.
12. Ramadhani, S. (2018). *PIECES framework untuk analisa tingkat kepuasan pengguna dan kepentingan sistem informasi*. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, 4(2), 209–218.