

Pelatihan *Photography* dan *Editing* dengan menggunakan *Smartphone* untuk Meningkatkan Promosi serta *Visual Branding* pada UMKM Kelurahan Kota Bengkulu

Nageeta Tara Rosa¹, Rini Arvika Sari², Erma Domos³

¹Administrasi Bisnis Internasional, Politeknik Negeri Bengkulu, nageeta@polbeng.ac.id

²Bisnis Digital, Politeknik Negeri Bengkulu, riniarvika@polbeng.ac.id

³Bisnis Digital, Politeknik Negeri Bengkulu, emmamom.os@polbeng.ac.id

Abstrak

Di era perkembangan teknologi serta adopsi internet saat ini, kegiatan promosi telah menjadi kebutuhan utama bagi sebuah usaha atau bisnis. Namun, sebagian besar pelaku usaha memiliki keterbatasan pengetahuan dalam foto produk dan penerapan teknologi terutama pembuatan konten sosial media agar mempermudah para anggota untuk mempromosikan produk usaha yang dimiliki. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk melatih *Photography* dan *Editing* dengan menggunakan *Smartphone* untuk meningkatkan Promosi serta *Visual Branding* Pada UMKM Kelurahan Kota Bengkulu. Kegiatan ini memberikan kemudahan bagi pelaku usaha UMKM dalam meningkatkan nilai produk, sehingga bisa mencapai peningkatan pemasaran, selain itu juga dengan kegiatan ini diharapkan UMKM dapat meraih keunggulan yang kompetitif serta berkelanjutan dalam kewirausahaan, termasuk strategi promosi dengan menggunakan teknologi terkini, yaitu memanfaatkan *Smartphone* yang sudah menjadi tren dalam dunia usaha. Melalui pelatihan ini juga dapat meningkatkan kualitas SDM dengan membekali ilmu kepada UMKM untuk bersaing secara kompetitif menuju ekonomi kreatif. Target kegiatan ini adalah seluruh pelaku usaha pada UMKM di Kelurahan Kota Bengkulu. Metode yang digunakan adalah Pelatihan *Photography* dan *Editing* dengan menggunakan *Smartphone* untuk meningkatkan Promosi serta *Visual Branding* Pada UMKM Kelurahan Kota Bengkulu serta sosialisasi hasil program dalam seminar atau media. Dampak (outcome) kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha UMKM Kelurahan Kota Bengkulu dalam hal *photography* dan *editing*, dan pemanfaatan teknologi *smartphone* serta strategi promosi.

Kata Kunci: *Photography, Editing, Promostion, Visual Branding*

Abstract

In the current era of technological development and internet adoption, promotional activities have become a primary need for a business or enterprise. However, most business actors have limited knowledge in product photography and the application of technology, especially creating social media content to make it easier for members to promote their business products. The aim of this service activity is to train Photography and Editing using Smartphones to improve Promotion and Visuals. Branding in Bengkulu City Subdistrict MSMEs. This activity makes it easy for MSME business actors to increase product value, so that they can achieve increased marketing. Apart from that, with this activity it is hoped that MSMEs can achieve a competitive and sustainable advantage in entrepreneurship, including promotional strategies using the latest technology, namely utilizing Smartphones that are already available. becoming a trend in the business world. Through this training, we can also improve the quality of human resources by providing knowledge to MSMEs to compete competitively towards a creative economy. The target of this activity is all business actors in MSMEs in the Bengkulu City Village. The method used is photography and editing training using smartphones to improve promotion and visual branding for MSMEs in Bengkulu City Village as well as socializing program results in seminars or media. The outcome of this activity is an increase in the knowledge and skills of MSME business actors in Bengkulu City Village in terms of photography and editing, and the use of smartphone technology and promotional strategies.

Keywords: *Kata Kunci : Photography, Editing, Promostion, Visual Branding*

1. Pendahuluan

Secara global, UMKM dianggap sebagai tulang punggung perekonomian, dimana UMKM membantu penciptaan kekayaan, lapangan kerja, dan inovasi dalam semua perekonomian di dunia, khususnya negara berkembang. Menurut World Bank, UMKM mencakup 90% dari usaha di dunia, menyediakan lebih dari separuh tenaga kerja global, dan berkontribusi pada 40% PDB negara *emerging economies*. Karena pengaruhnya yang besar, perkembangan UMKM menjadi hal yang esensial bagi pertumbuhan sosio-ekonomi secara global maupun per negara. Usaha mikro di Indonesia memiliki peran besar sebagai pendorong PDB dan pencipta lapangan pekerjaan. Menurut data BPS, usaha mikro mencakup lebih dari 98% dari pelaku usaha di Indonesia, atau sejumlah 64,6 juta unit usaha, dan menyerap 89% tenaga kerja, atau hamper 120 juta orang. Usaha mikro juga menyumbang 37,8% dari PDB Indonesia, sedangkan usaha kecil dan menengah menyumbang 23,3%, dan usaha besar, walaupun hanya 0,01% dari jumlah pelaku, menyumbang 38,9%.

Kelurahan Kota Bengkalis memiliki UMKM yang berkembang setiap waktunya, dan sudah banyak menghasilkan produk-produk dari pelaku usaha, antara lain produk olahan makanan, minuman dan kerajinan tangan. Pada tahun 2021 Tim pengusul pernah melaksanakan pengabdian di Kelurahan Kota Bengkalis, mengenai strategi *Marketing* dan *Packaging* produk. Pengembangan dan peningkatan usaha pada UMKM membutuhkan pengelolaan teknologi dan promosi yang menarik. Saat ini strategi promosi online sangat menjanjikan melihat beberapa tahun terakhir terdapat perubahan pola perilaku belanja dari offline ke online. Trend belanja online sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Perubahan pola perilaku belanja ini juga ditunjukkan dengan volume transaksi *e-commerce* yang meningkat. Laporan tahunan yang dikeluarkan Wearesocial (2018) menunjukkan persentase masyarakat Indonesia selama kurun waktu sebulan di 2018 yang mengunjungi online retail store mencapai 45% dan yang melakukan pembelian barang dan jasa secara online mencapai 40% dari total populasi masyarakat Indonesia. Angka meningkat 14% dibanding tahun 2016 yang hanya 26%.

Dengan demikian dibutuhkan konten dan visualisasi yang menarik dan atraktif. Salah satunya melalui foto produk. Foto produk (*Product Photo Image*) adalah salah satu faktor yang sangat menentukan efektifitas komunikasi visual dalam *advertising* dan mempengaruhi keberhasilan UMKM dalam mengenalkan dan menjual produk dan jasa. Selain harus menggambarkan suatu produk dengan jelas, hasil foto produk itu juga harus fungsional sebagai *visual massage* dan juga *brand image*.

Foto produk merupakan salah satu bentuk dari *visual branding*. *Visual branding* adalah berbagai elemen visual yang digunakan oleh brand suatu bisnis untuk membangun karakter dan identitas bisnis, seperti bentuk logo, warna logo, *typeface*, *tagline*, warna tema brand, komposisi desain, dan berbagai elemen visual lainnya. Foto produk dengan

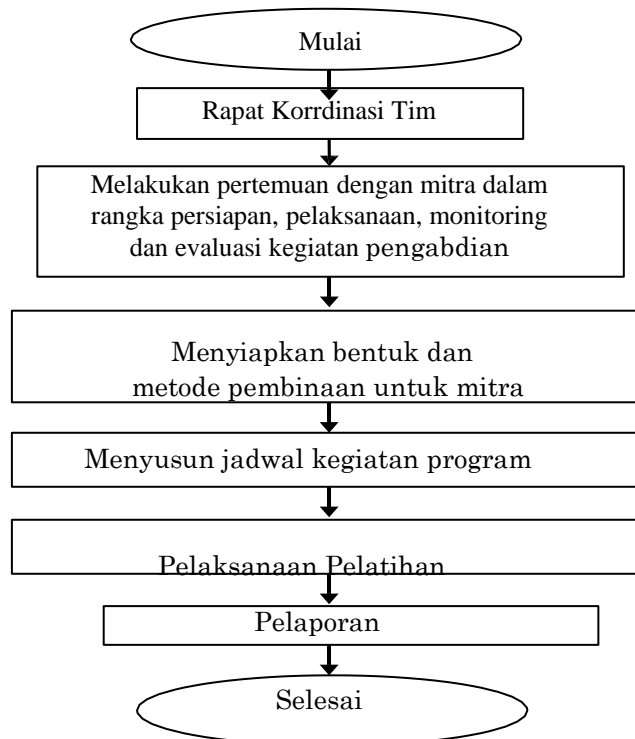
smartphone bisa menjadi solusi bagi UMKM dalam menghadapi resiko akses ke pasar. *Smartphone* saat ini sudah dilengkapi dengan kamera dan aplikasi edit foto yang sangat memadai untuk membuat *visual branding*. Meskipun sederhana, tetapi kualitas kamera *smartphone* mampu menghasilkan gambar sebagaimana karya fotografer profesional. Hal inilah yang menjadikan *smartphone* populer saat ini sebagai alat untuk menciptakan foto ialah karena mudah digunakan. Berdasarkan hasil diskusi dengan Mitra, Bahwa pelaku usaha UMKM Kelurahan Kota Bengkulu belum memiliki pemahaman dan kemampuan dalam menciptakan hasil foto produk yang menarik dan memiliki nilai serta *Visual Branding* yang baik, dan Foto Produk yang dihasilkan masih sederhana.

Oleh karena itu, untuk memaksimalkan pemahaman dan kemampuan UMKM dalam menciptakan foto produk dengan *smartphone*, maka perlu adanya pemaparan materi disertai dengan demonstrasi serta praktek untuk berlatih *Photography* dan *Editing* produk. Oleh karena itu, perlu Pelatihan *Photography* dan *Editing* dengan menggunakan *Smartphone* untuk meningkatkan Promosi serta *Visual Branding* Pada UMKM Kelurahan Kota Bengkulu. Kegiatan ini juga melanjutkan dari kegiatan pengabdian mandiri yang sebelumnya telah dilakukan.

2. Metode Pelaksanaan

3.1 Tahap-Tahap Pelaksanaan

Diagram alir rencana kegiatan Pengabdian PNBP Polbeng 2023 dengan judul Pelatihan *Photography* dan *Editing* dengan menggunakan *Smartphone* untuk Meningkatkan Promosi serta *Visual Branding* pada UMKM Kelurahan Kota Bengkalis ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Alur kerja program yang diusulkan
Sumber: Data Olahan 2023

Berdasarkan diagram alur diatas maka dapat dijelaskan tahapan-tahapan kegiatan pengabdian sebagai berikut:

1. Rapat koordinasi tim
Sebelum mengusulkan program, Tim pelaksana melakukan pertemuan membahas program apa yang bisa diusulkan
2. Melakukan pertemuan dengan mitra dalam rangka persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi kegiatan pengabdian
3. Menyiapkan bentuk dan metode pembinaan dan pelatihan untuk mitra. Rencana metode yang akan diberikan adalah dalam bentuk pembinaan
4. Menyusun jadwal kegiatan program.
Untuk penyusunan jadwal ini disesuaikan dengan hasil kesepakatan mitra dan pihak penyelenggara.
5. Pelaksanaan pelatihan.
Dalam pelaksanaan pelatihan nantinya bisa dilakukan di tempat mitra dan diundang untuk hadir di tempat penyelenggara

6. Pelaporan

Setelah selesai kegiatan pembinaan dan pelatihan maka selanjutnya dibuatlah pelaporan sebagai bentuk pertanggungjawaban telah dilaksanakannya

5. Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan pelatihan *Photography* dan *Editing* dengan menggunakan Smartphone untuk meningkatkan promosi serta *visual branding* pada UMKM Kelurahan Kota Bengkulu adalah sebagai berikut:

5.1. Tempat dan Peserta

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Kantor Kelurahan Kota Bengkulu. Pada hari Selasa, 23 Mei 2022 Pukul 13.30 s.d selesai. Adapun peserta kegiatan berjumlah 20 orang yang terdiri atas Lurah kota Bengkulu beserta staf, Pendamping Desa Ekonomi Kelurahan Kota Bengkulu, Pelaku Usaha UMKM, Tim Pengabdian, Narasumber dan Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkulu.

5.2. Materi Pelatihan

Untuk mencapai tujuan kegiatan yang diinginkan maka materi yang disusun disesuaikan dengan kebutuhan yang diinginkan oleh mitra terkait tentang Photography dan editing serta teknik promosi menggunakan smartphone.

5.3. Pelaksanaan Kegiatan

Dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu pemaparan oleh narasumber mengenai materi pentingnya Photography dalam menaikkan Visual Branding Produk lalu dilanjutkan dengan praktek pengambilan foto produk dengan menggunakan Mini Box Photo oleh semua pelaku Usaha UMKM.

5.4 Pertanggungjawaban

Adapun hasil dan luaran yang telah dicapai dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Tabel Rekapitulasi kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Kegiatan	H	Capaian
1	Persiapan		
	a. Survey Lokasi	Survei Lokasi Terlaksana	100%
	b. Identifikasi Permasalahan Mitra	Masalah teridentifikasi dan solusi permasalahan	100%
	c. Menghubungi Media Masa	Media Masa sudah dihubungi	100%
	d. Menghubungi Narasumber	Narasumber sudah dihubungi	100%

2.	Pelaksanaan		
	a. Kegiatan Pelatihan Photography dan Editing dengan menggunakan Smartphone untuk meningkatkan promosi serta Visual Branding pada UMKM Kelurahan Kota Bengkalis	Telah dilaksanakan Kegiatan Pelatihan di Kantor Kelurahan Kota Bengkalis	100%
	b. Media Masa Online	Sudah Terbit	100%
3.	Pelaporan		
	Penyusunan Laporan Kemajuan Pengabdian Masyarakat kegiatan Pelatihan Photography dan Editing dengan menggunakan Smartphone untuk meningkatkan promosi serta Visual Branding pada UMKM Kelurahan Kota Bengkalis	Laporan Kemajuan sudah tersusun	100%

Sumber: Data Olahan 2023

3. Kesimpulan

Kelurahan Kota Bengkalis memiliki UMKM yang berkembang, dan telah banyak menghasilkan produk-produk dari pelaku usaha, antara lain produk olahan makanan, minuman dan kerajinan tangan. Pada tahun 2021 Tim pengusul pernah melaksanakan pengabdian di Kelurahan Kota Bengkalis, mengenai srategi *Marketing* dan *Packaging* produk.

Pengembangan dan peningkatan usaha pada UMKM membutuhkan pengelolaan teknologi dan promosi yang menarik. Saat ini srategi promosi online sangat menjanjikan melihat beberapa tahun terakhir terdapat perubahan pola perilaku belanja dari offline ke online. Trend belanja online sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Perubahan pola perilaku belanja ini juga ditunjukkan dengan volume transaksi *e-commerce* yang meningkat. Laporan tahunan yang dikeluarkan Wearesocial (2018) menunjukkan persentase masyarakat indonesia selama kurun waktu sebulan di 2018 yang mengunjungi online retail store mencapai 45% dan yang melakukan pembelian barang dan jasa secara online mencapai 40% dari total populasi masyarakat Indonesia. Angka meningkat 14% dibanding tahun 2016 yang hanya 26%.

Dengan demikian dibutuhkan konten dan visualisasi yang menarik dan atraktif. Salah satunya melalui foto produk. Foto produk (*Product Photo Image*) adalah salah satu faktor yang sangat menentukan efektifitas komunikasi visual dalam *advertising* dan mempengaruhi keberhasilan UMKM dalam mengenalkan dan menjual produk dan jasa. Selain harus menggambarkan suatu produk dengan jelas, hasil foto produk itu juga harus fungsional sebagai *visual massage* dan juga *brand image*.

4. Ucapan Terima Kasih

Hampir seluruh kegiatan bisa terlaksana dengan baik. Makadari itu, Tim penulis mengucapkan Terimakasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Bengkalis yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik, serta kepada kepada Lurah Kota Bengkalis, peserta UMKM yang telah mengikuti kegiatan pelatihan *Photography* dan *Editing* dengan menggunakan Smartphone untuk meningkatkan promosi serta *visual branding* di Kelurahan Kota Bengkalis dan semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini

5. Daftar Pustaka

- Arifudin, D., Heryanti, L., dan Pramesti, D. (2021). Pelatihan desain mockup dan logo sebagai branding produk untuk meningkatkan nilai jual bagi UMKM. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5(5), 2640–2651. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.584>
- Cahyani, W. P., & Sutopo, U. (2021). Pelatihan foto produk dan pembuatan desain promosi bagi pelaku UMKM pengolahan belimbing (Averr) sebagai upaya peningkatan kualitas promosi. *Prodimas: Prosiding Pengabdian Masyarakat*, 1,174–187.
- Effendi, N. I., Suliska, G., Marthika, L. D., Ferdian, T., dan Wineh, S. (2022). Peningkatan penjualan produk UMKM masa pandemi Covid-19 melalui pelatihan digital marketing dengan graphic designer software Canva. *JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri*, 6(1), 643–653. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6574>
- Purwanto, Y. S., dan Veranita, M. (2018). Pelatihan fotografi dasar bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 2(2), 205–211.
- Puspitarini, D. S., dan Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1),71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Sholeh, M., Rachmawati, Rr. Y., dan Susanti, E. (2020). Penggunaan Aplikasi Canva Untuk Membuat Konten Gambar Pada Media Sosial Sebagai Upaya Mempromosikan Hasil Produk Ukm. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 430. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i>