

Pelatihan Fotografi Produk Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM Yayasan Tumpi Indonesia

Alfan Setyawan^{*1}, Dedy Eka Timbul Prayoga², Sigied Himawan Yudhanto³, Nidyah Widyamurti⁴, Hermansyah Muttaqin⁵

^{1,2,3,4,5} DIII Desain Komunikasi Visual Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

e-mail: ^{*1}alfan_setyawan@staff.uns.ac.id, ²dedyeka@staff.uns.ac.id,

³sigiedhy@staff.uns.ac.id, ⁴nidyah_123@staff.uns.ac.id, ⁵hermansyah_m@staff.uns.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) grup riset DKV Media Interaktif dilaksanakan bersama mitra Yayasan Tumpi Indonesia di desa Pentur, Boyolali, Jawa Tengah yang dilaksanakan pada 19 Mei 2023 yang beranggotakan dari unsur dosen, mahasiswa dari Program Studi Diploma Tiga Desain Komunikasi Visual Sekolah Vokasi UNS. Metode pengabdian yang di gunakan adalah pelatihan kepada mitra Yayasan Tumpi Indonesia. Yayasan Tumpi Indonesia merupakan yayasan nirlaba yang bertujuan untuk meningkatkan potensi di wilayah Desa Pentur. Peserta pelatihan dan workshop fotografi berjumlah 20 orang pelaku UMKM dengan berbagai jenis usaha yang berbeda di bawah binaan Yayasan Tumpi Indonesia. Kegiatan pengabdian masyarakat memiliki beberapa tahapan, 1) Perencanaan, 2) Observasi, 3) Pelaksanaan kegiatan pelatihan, dan 4) Evaluasi kegiatan pelatihan. Peserta diberikan pelatihan terkait teknik memotret produk UMKM di dalam ruang (mini studio) dan di luar ruangan dengan menggunakan kamera DSLR dan smart phone. Dari hasil pelatihan peserta memahami dan mengerti cara mengatur pencahayaan baik di dalam ruangan (studio) maupun di luar ruangan, mampu memilih posisi (angle) yang menarik dan teknik penggunaan camera sehingga dapat menghasilkan foto produk menarik. Hasil evaluasi dari tim penilai menunjukkan bahwa foto produk yang dihasilkan sangat baik dan layak sebagai konten media promosi produk UMKM. Kegiatan pelatihan memberikan dampak positif kepada pelaku UMKM dan peserta kegiatan memberikan penilaian sangat puas kepada Tim PKM DKV Media Interaktif.

Kata kunci: 3 Pengabdian, Fotografi Produk, Tumpi Indonesia

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu skala usaha yang memberikan kontribusi signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dilihat dari jenis dan unit usahanya, maka cukup banyak sektor UMKM tumbuh dan berkembang dengan berbagai jenis usaha dan besaran kapasitas produksi yang memiliki kontribusi besar bagi pertumbuhan sektor ekonomi dan membuka lapangan kerja. Sektor UMKM menjadi salah satu motor penggerak bagi pembangunan dan pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat lokal [1]. UMKM memiliki peran bagi perkembangan ekonomi disaat arus persaingan global sangat ketat, kondisi tersebut menjadi latar belakang pelaku UMKM dituntut untuk terus berkembang supaya dapat bersaing di masyarakat global.

Pelaku UMKM dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran dalam menghadapi ketatnya persaingan pasar lokal dan global [2]. Seiring dengan perkembangan dunia digital, para pelaku UMKM menggeser model usahanya yang biasanya dilakukan dengan cara konvensional dengan menawarkan produknya kepada konsumen dengan di pajang di toko atau kios, namun saat ini model penjualan beralih ke *platform digital* seperti *e-commerce* dan media sosial [3]. Untuk bersaing dengan para pengusaha lain yang memiliki

jenis barang yang sama di pasar *online* maka produk-produk UMKM harus memiliki tampilan yang menarik, sehingga mampu meningkatkan minat pengunjung untuk melihat produk-produk yang ditawarkan di *platform digital*. Tampilan foto produk yang ditampilkan di media sosial dituntut dengan kualitas standar tinggi yang meliputi resolusi foto, kejernihan tampilan produk, dan display produk. Dalam penciptaan karya fotografi untuk mencapai sebuah karya fotografi yang bagus selain perlu menekankan pada permainan komposisi dan teknis pemotretan seperti pemilihan objek, penggunaan pencahayaan yang tepat, penentuan format gambar, pengolahan sudut pandang dan pemahaman dasar-dasar fotografi [4]. Selain hal tersebut dalam bidang fotografi ada tiga hal penting yang harus selalu ada untuk mendapatkan suatu karya foto, yaitu media rekam, media penyimpan, dan cahaya [5]. Cahaya dapat berasal dari berbagai sumber antara lain cahaya alami dari matahari, cahaya buatan, kilat kamera dan cahaya lilin [6]. Setiap produk yang akan dijual sedemikian rupa di desain supaya memiliki daya tarik calon konsumen. Konsumen yang tertarik berbelanja secara *online* hanya dapat mengetahui kualitas produk yang akan dibeli dari tampilan foto-foto produk yang ditampilkan.

Foto produk merupakan salah satu faktor yang menunjang supaya produk yang dijual lebih mudah laku. Fotografi dapat dijadikan media komunikasi visual dalam mempromosikan produk [7]. Melalui fotografi, citra produk dapat ditonjolkan (*expose*). Karya foto dapat menimbulkan daya tarik yang dapat dengan cepat ditangkap oleh indra penglihatan, tanpa harus melelahkan pikiran, sehingga khalayak dapat langsung mengerti dan mengetahui isi pesan yang disampaikan. Fotografi juga merupakan penjelasan secara global atas karakteristik dari produk yang akan dijual dan merupakan penghubung antara isi dan bentuk visual, karena fotografi mempunyai sifat menggambarkan sebenar-benarnya dari suatu objek.

Pengabdian kepada masyarakat mencakup berbagai kegiatan, seperti program pemberdayaan masyarakat, pelatihan, pendampingan, penyuluhan, dan penerapan teknologi, serta pengembangan solusi inovatif berbasis riset yang sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat [8]. Pengabdian kepada masyarakat menjadi suatu paradigma dalam pembangunan yang mendorong partisipasi aktif masyarakat, penyebaran ilmu pengetahuan dan teknologi, serta meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat secara berkelanjutan [9]. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh kelompok Riset Grup (RG) Media Interaktif Program Studi DIII Desain Komunikasi Visual Sekolah Vokasi UNS bekerjasama dengan masyarakat pelaku UMKM di bawah binaan Yayasan Tumpi Indonesia yang berlokasi di Dukuh Karang RT 14 RW 04, Pentur, Simo, Boyolali, Jawa Tengah. Yayasan Tumpi Indonesia merupakan organisasi nirlaba yang mempunyai visi: menjadi organisasi nirlaba yang berperan aktif dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat desa melalui pendidikan dan kegiatan sosial. Diprakarsai oleh Joko Narimo yang berkedudukan sebagai Ketua Dewan Pembina Yayasan Tumpi Indonesia. Joko Narimo merupakan salah satu warga Desa Pentur yang berkomitmen untuk mengembangkan segala potensi dan kondisi alam yang ada di Desa dengan menggiatkan pendidikan non formal dan menggerakkan perekonomian warga desa dengan berbagai kegiatan positif.

Yayasan Tumpi Indonesia dikelola oleh 12 orang pengurus. Berikut kegiatan di Yayasan Tumpi Indonesia telah dilakukan, antara lain:

1. Mendirikan, menyelenggarakan, mengelola, dan mengembangkan pusat belajar berbasis perpustakaan.
2. Menyelenggarakan, mengelola, dan mengembangkan kegiatan seni dan budaya.
3. Menyelenggarakan berbagai pelatihan, *workshop*, forum diskusi untuk masyarakat.
4. Melakukan pemberdayaan masyarakat di bidang ekonomi kreatif.

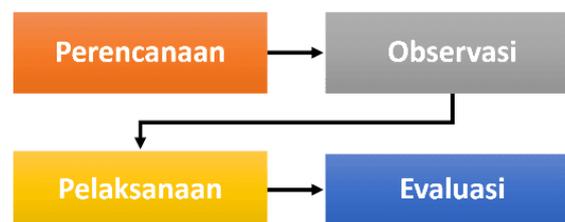
Kegiatan yang dilakukan berorientasi pada pengembangan Desa dan peningkatan kualitas hidup masyarakat dengan pendampingan kelompok belajar anak dan remaja, pelatihan dan pendampingan kelompok UMKM Desa, serta mendukung terselenggaranya kegiatan seni budaya di Desa Pentur. Yayasan Tumpi Indonesia membutuhkan peranan dari berbagai elemen masyarakat untuk meningkatkan kemampuan para pelaku usaha UMKM. Yayasan Tumpi Indonesia saat ini sangat aktif melakukan berbagai kegiatan untuk mengembangkan dan pemberdayaan 30 anggota pelaku usaha UMKM. Jenis-jenis usaha anggota binaan diantaranya meliputi usaha kerajinan bambu, kuliner, mebel, makanan ringan, dan jasa. Sebagian besar pelaku UMKM tersebut memiliki kendala mendokumentasikan produk dalam bentuk foto.

Foto produk tersebut digunakan untuk kebutuhan promosi di media digital seperti Instagram, Facebook, dan *marketplace*. Kegiatan tersebut merupakan salah satu upaya peningkatan kemampuan *digital skills* di era teknologi digital. *Digital skills* diperlukan untuk menambah pengetahuan dalam mempromosikan dan memasarkan produk secara digital [10]

Kondisi saat ini para pelaku usaha menggunakan foto sekedarnya dengan kualitas yang tidak baik yang digunakan untuk kegiatan promosi di media sosial. Kondisi tersebut menurut pandangan tim Pengabdian di rasa tidak baik dan dapat merugikan pelaku UMKM. Kondisi tersebut sebagai latar belakang riset Grup Media Interaktif untuk melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Yayasan Tumpi Indonesia melalui bentuk kegiatan pelatihan Fotografi Produk. Melalui citra foto produk yang baik diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk-produk UMKM sehingga diminati oleh konsumen.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dalam bentuk kegiatan pelatihan fotografi melalui serangkaian tahapan kegiatan. Berikut bagan proses kegiatan dan penjelasannya:



Gambar 1 Bagan Tahapan Kegiatan P2M di Desa Pentur

2.1 Perencanaan

Tim Riset Grup Media Interaktif mengadakan pertemuan untuk merancang rencana kegiatan pengabdian secara sistematis dan terorganisir untuk menghasilkan uraian rencana kegiatan pengabdian, sehingga tujuan kegiatan dapat tercapai.

2.2 Observasi

Observasi merupakan tahapan penting yang dilakukan oleh Tim RG Media Interaktif untuk memahami kondisi lapangan dan kebutuhan masyarakat. Tim RG Media Interaktif melakukan kegiatan observasi pada hari Senin, 15 Mei 2023 ke lokasi pengabdian di Yayasan Tumpi Indonesia yang berlokasi di Dukuh Karang RT 14 RW 04, Pentur, Simo, Boyolali, Jawa Tengah.

2.3 Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan fotografi produk dirancang untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman praktis kepada peserta sehingga pelaku UMKM dapat menghasilkan foto produk yang menarik dan berkualitas yang digunakan untuk konten media promosi.

2.4 Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan penting untuk menilai dan mengukur tingkat keberhasilan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema pelatihan fotografi produk. Kegiatan evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kekuarangan dan kelebihan dari kegiatan pelatihan fotografi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Perencanaan

Pada tahapan perencanaan kegiatan pelatihan fotografi produk meliputi beberapa kegiatan meliputi :

- a. Identifikasi kebutuhan dan analisis situasi : Bentuk kegiatan ini meliputi (1) survei awal kepada calon peserta pelatihan untuk mengetahui kebutuhan terkait fotografi produk, (2) mengidentifikasi kelompok sasaran pelaku UMKM, (3) mengkaji permasalahan yang di hadapai oleh pelaku UMKM yang terkait dengan pengetahuan teknis dan non teknis dalam menghasilkan foto produk yang di gunakan untuk konten promosi.
- b. Menentukan tujuan dan indikator keberhasilan kegiatan pengabdian: Kegiatan meliputi (1) merumuskan tujuan pelatihan untuk meningkatkan ketrampilan pelaku UMKM untuk menghasilkan foto produk yang menaik dan layak digunakan untuk konten media promosi terutama pada media e-comerse, (2) membuat indikator keberhasilan kegiatan yang meliputi jumlah peserta dan kualitas foto produk yang dihasilkan oleh peserta pelatihan.
- c. Penyusunan materi pelatihan (modul): Kegiatan ini berupa penyusunan materi berupa modul yang diberikan kepada peserta pelatihan. Materi pelatihan meliputi dasar-dasar fotografi, teknik pencahayaan, komposisi foto produk, praktik pengambilan foto, dan dasar pengeditan foto.
- d. Pengadaan alat dan fasilitas: Kegiatan ini meliputi inventarisasi kebutuhan peralatan pelatihan yang meliputi penyediaan camera DSLR, Tripot camera, Mini studio box, asesoris pendukung, produk UMKM dan lokasi kegiatan pelatihan.
- e. Penyusunan jadwal kegiatan pelatihan: Kegiatan ini membut susunan acara kegiatan pelatihan. Kegiatan pelatihan di laksanakan pada tanggal 19 mei 2023, kegiatan pelatihan dimulai dengan sesi teori dari pukul 08.00 – 09.30 WIB, pelatihan teknis 09.30 – 15.00 WIB, dan evaluasi 15.00 – 16.00 WIB.
- f. Evaluasi : Kegiatan ini menyusun instrumen evaluasi kegiatan meliputi poin (1) lembar umpan balik peserta, (2) penilaian hasil fotografi produk UMKM.
- g. Publikasi : Kegiatan menyebarluaskan informasi kegiatan pengabdian pelatihan fotografi kepada masyarakat umum. Publikasi di lakukan di media sosial prodi D3 DKV, media sosial Sekolah Vokasi UNS, dan media masa elektronik.

3.2 Observasi

Kegiatan observasi yang di lakukan dalam upaya memperoleh data dan informasi yang digunakan sebagai landasan pelatihan fotografi produk meliputi :

- a. Identifikasi target sasaran : Tim berkunjung ke Yayasan Tumpi Indonesia untk mengumpulkan informasi dengan melakukan wawancara terhadap pengelola yayasan dan masyarakat pelaku UMKM. Data informasi yang dibutuhkan meliputi, (1) profil peserta, (2) jenis usaha, (3) latar belakang pendidikan, (4) pengetahuan awal terkait penggunaan kamera, (5) pengalaman membuat foto produk UMKM.
- b. Identifikasi produk UMKM : kegiatan ini mengidentifikasi jenis produk yang dimiliki oleh peserta pelatihan, mengamati keunikan produk UMKM, mencatat kebutuhan spesifikasi pendukung kegiatan.



Gambar 2 Kegiatan Observasi pelatihan foto produk di Yayasan Tumpi Indonesia (Foto: D3 DKV UNS, 2023)

3.3 Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan pelatihan fotografi produk dirancang untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman praktis kepada peserta sehingga pelaku UMKM dapat menghasilkan foto produk yang menarik dan berkualitas yang digunakan untuk konten media promosi. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada hari Jumat, 19 Mei 2023, yang dimulai pada pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 16.00 WIB. Lokasi kegiatan di pendopo Yayasan Tumpi Indonesia yang dihadiri oleh 20 peserta yang berasal dari pelaku UMKM binaan Yayasan Tumpi Indonesia. Kegiatan secara umum meliputi :

a. Pembukaan dan Pengenalan Kegiatan

Pembukaan di buka oleh ketua program studi D3 Desain Komunikasi Visual dan pimpinan Yayasan Tumpi Indonesia. Topik pada pembukaan memberikan penjelasan kepada peserta dan pemangku kepentingan terkait tujuan, manfaat dan luaran hasil (*output*) kegiatan pelatihan fotografi produk untuk meningkatkan kualitas pemasaran produk UMKM.

b. Sesi Teori Dasar Fotografi Produk

Sesi ini memberikan penjelasan secara teoritik terkait (1) prinsip dasar fotografi (*ISO, aperture, shutter speed, dan white balance*), (2) pengetahuan terkait komposisi yang kaitanya dengan fotografi produk meliputi *leading lines, framing* dan *rule of third*, (3) pengetahuan terkait jenis pencahayaan dalam fotografi yang meliputi pencahayaan alami dan pencahayaan alami.

c. Demontrasi Teknik Fotografi Produk

Pelatih melakukan demonstrasi kepada peserta terkait penempatan produk, pengaturan pencahayaan alami dan buatan, pemilihan latar belakang, pengaturan kamera DSLR dan kamera ponsel dan beberapa teknik pengambilan foto dengan beberapa kategori jenis produk.

d. Praktek Fotografi Mini Studio dan Luar Ruang

Peserta mempraktikkan pengambilan foto produk masing-masing yang telah di bawa oleh masing-masing UMKM dengan bimbingan pelatih dan tim. Pada tahapan ini semua peserta mempraktikkan teknik-teknik yang telah di sampaikan oleh pelatih sehingga dapat menghasilkan foto produk yang baik sesuai dengan kebutuhan konten promosi produk UMKM.



Gambar 3 Foto Pelaksanaan Kegiatan P2M Fotografi Produk di Desa Pentur
(Foto: D3 DKV UNS, 2023)

Kegiatan pelatihan menghasilkan foto produk UMKM yang menarik yang mampu menerapkan teknik fotografi dengan baik dan benar dan menghasilkan foto produk UMKM Desa Pentur yang menarik dan informatif sesuai dengan kebutuhan promosi pada media sosial yang mempunyai daya tarik bagi calon pembeli. Berikut hasil foto produk yang di buat oleh peserta pelatihan fotografi produk



Gambar 4 Hasil Foto produk UMKM Yayasan Tumpi Indonesia
(Foto: D3 DKV UNS, 2023)

3.4 Evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan penting untuk menilai dan mengukur tingkat keberhasilan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema pelatihan fotografi produk. Kegiatan evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kekuarangan dan kelebihan dari kegiatan pelatihan fotografi. Proses evaluasi dilakukan dengan dua tahapan, tahapan pertama sebagai evaluasi awal digunakan untuk mengetahui kemampuan yang dimiliki oleh peserta, evaluasi akhir untuk mengetahui peningkatan kemampuan peserta pelatihan. Hasil dari kegiatan evaluasi akhir memberikan dampak positif, dimana peserta memiliki peningkatan kemampuan baik teknis dan konsep teoritis fotografi produk UMKM. Hasil evaluasi menjadi penting untuk memperbaiki kekurangan di kegiatan-kegiatan selanjutnya. Pelatihan dengan tema fotografi produk dilakukan kepada 20 peserta pelaku usaha UMKM dibawah binaan Yayasan Tumpi Indonesia.

Tabel 1 Evaluasi Kegiatan Pelatihan Foto Produk

No	Substansi Evaluasi	Sangat Puas	Puas	Kurang Puas	Tidak Puas
1	Tingkat kepuasan terhadap program P2M RG Media Interaktif	95%	5 %	-	-
2	Tingkat kepuasan pelaksanaan kegiatan pelatihan fotografi produk	90 %	10 %	-	-
3	Tingkat kepuasan kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan peserta	93 %	7 %	-	-
4	Tingkat kepuasan narasumber penyampaian Materi pelatihan	90 %	10 %	-	-
5	Tingkat kepuasan metode pelatihan	92 %	8 %	-	-
6	Tingkat kepuasan terhadap hasil foto produk	95 %	5 %	-	-

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan fotografi mendapat antusias tinggi oleh para pelaku UMKM di bawah binaan Yayasan Tumpi Indonesia dengan tingkat kepuasan pada level sangat puas. Masyarakat merasa langsung mendapatkan manfaat dari kegiatan pelatihan. Dengan hasil visual produk yang bagus dan menarik dapat meningkatkan citra produk sehingga memiliki efek pada peningkatan daya jual produk. Meskipun beberapa pelaku UMKM menggunakan kamera smartphone namun tetap dapat menghasilkan foto produk yang bagus dan menarik. Alat tidak menjadi hal yang paling utama, namun pengetahuan teknik fotografi yang baik dapat

menghasilkan tampilan visual produk yang menarik. Kriteria tampilan foto produk yang sesuai untuk berjualan online :

1. Kualitas Gambar Foto memiliki resolusi yang tinggi, sehingga gambar sangat jelas dan tajam.
2. Pencahayaan yang baik dengan memanfaatkan cahaya alami atau mengatur pencahayaan di studio.
3. Latar belakang (background) yang sederhana, solid dan netral supaya fokus perhatian pada produk.
4. Pemilihan sudut pandang (angle) yang variatif dan tidak monoton.
5. Ukuran foto produk yang konsisten supaya tampilan di *market place* terlihat profesional dan rapi.

Tampilan produk sebagai kunci dan faktor penting pembeli mengambil keputusan untuk membeli produk

5. SARAN

Berikut saran untuk kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan kegiatan pelatihan fotografi :

1. Sebelum melaksanakan kegiatan pelatihan fotografi sebaiknya melakukan identifikasi kebutuhan pelaku UMKM. Lakukan identifikasi kemampuan teknis fotografi kepada calon peserta pelatihan, hal ini dilakukan untuk membantu dalam merancang materi yang akan di sampaikan selama kegiatan pelatihan
2. Melibatkan narasumber atau instruktur yang berpengalaman, sehingga memberikan wawasan praktis, tips-tips menarik dan teknis yang efektif.
3. Mempersiapkan peralatan-fotografi yang memadai selama pelatihan untuk meningkatkan kualitas foto yang di hasilkan.
4. Mendampingi peserta praktek secara langsung, sehingga para peserta langsung belajar dan mampu menghasilkan foto produk yang menarik sebagai konten promosi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Grup riset DKV Media Kreatif menyampaikan terimakasih kepada Universitas Sebelas Maret melalui skema pendanaan RKAT PTNBH Universitas Sebelas Maret Tahun Anggaran 2023 melalui skema Riset Hibah Grup Riset (Riset HGR-UNS) kategori C DKV Media Interaktif dengan Surat Perjanjian Penugasan Pengabdian Nomor: 194.2/UN27.22/PT.01.03/2024 sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di Yayasan TUMPI Indonesia dapat berjalan dan bermanfaat.

Terimakasih kepada Yayasan Tumpi Indonesia yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat sehingga dapat berjalan dengan baik, dan terimakasih kepada semua pelaku UMKM di desa Pentur yang sangat antusias dalam mengikuti semua rangkaian acara kegiatan pelatihan fotografi produk

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Setyowati and A. N. Rohmah, “Peningkatan Promosi Melalui Fotografi Produk Dengan Smartphone Pada Bukuan Fried Chicken (BFC),” *J. Pengabd. Masy. Akad.*, vol. 1, no. 3, pp. 75–82, Aug. 2022, doi: 10.54099/jpma.v1i3.236.
- [2] E. D. Nurcahya, C. R. Prameswari, M. S. Munir, and G. W. Intyanto, “PELATIHAN FOTO PRODUK UMKM KABUPATEN PACITAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PROMOSI DI MEDIA SOSIAL,” *Adimas J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, pp. 79–86, Jul. 2022, doi: 10.24269/adi.v6i1.4474.
- [3] D. Nugraheny *et al.*, “Pendampingan dan pelatihan cara pengambilan foto produk UMKM untuk pemasaran di media sosial,” *KACANEGARA J. Pengabd. Pada Masy.*, vol. 5, no. 1, Jan. 2022, doi: 10.28989/kacanegara.v5i1.1017.
- [4] I. Yuniyanto, *Teknik Fotografi*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.
- [5] A. P. Gunawan, “Pengenalan Teknik Dasar Fotografi,” *Humaniora*, vol. 4, no. 1, p. 518, Apr. 2013, doi: 10.21512/humaniora.v4i1.3460.
- [6] I. middleton, *A PRACTICAL GUIDE TO PHOTOGRAPHY*. Britain: Schmetterling Productions, 2016.
- [7] M. Merliyana *et al.*, “Pelatihan Fotografi Produk untuk Menambah Keterampilan Berpromosi,” *PROGRESIF J. Pengabd. Komunitas Pendidik.*, vol. 1, no. 2, pp. 96–103, Nov. 2021, doi: 10.36406/progresif.v1i2.415.
- [8] I. Wekke, *Metode Pengabdian Masyarakat: Dari Rancangan ke Publikasi*. Penerbit Adab, 2022.
- [9] T. Rusli, *Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- [10] G. A. Hanindito, A. P. Pirdianto, M. Ibadurrahman, and T. Pranoto, “Pendampingan Digital Marketing pada UKM Kuliner di Kotawaringin Barat untuk Meningkatkan Daya Saing,” vol. 7, no. 4, 2024.

Pengabdian kepada masyarakat ini didanai oleh RKAT PTNBH Universitas Sebelas Maret Tahun Anggaran 2023 melalui skema Riset Hibah Grup Riset (Riset HGR-UNS) kategori C DKV Media Interaktif dengan Surat Perjanjian Penugasan Pengabdian Nomor: 194.2/UN27.22/PT.01.03/2024.