

PELATIHAN FOTO PRODUK HASIL KARYA ANGGOTA PERKUMPULAN PENYANDANG DISABILITAS KLATEN (PPDK) GUNA MENDUKUNG PEMASARAN DIGITAL

**Dahlan Susilo^{1*}, Arif Yuliyanto², Diyah Ruswanti³, Christian Roy Purnama⁴,
Muhammad Fadhlan Ravi Asshidiq⁵**

^{1,3,4}Informatika, Universitas Sahid Surakarta

^{2,5}Desain Komunikasi Visual, Universitas Sahid Surakarta

email: dahlan.susilo@usahidsolo.ac.id

Abstract: Members of the Klaten Persons with Disabilities Association (PPDK) produce various items but lack experience in product photography for social media marketing. To address this, the training conducted to improve their skills. The product photo training methods were lectures, interactive discussions, hands-on practice, and follow-up mentoring. As a result, participants' scores improved by 13.1%, from an average of 80.75 to 91.33, with the best photo scoring 95.00 using only a mobile phone. This training helps PPDK members create better-quality product photos suitable for digital marketing.

Keywords: digital marketing; disability; product photography

Abstrak: Para anggota Perkumpulan Penyandang Disabilitas Klaten (PPDK) memiliki berbagai produk yang sudah dipasarkan di lingkungan sekitar PPDK, namun dalam pemasaran digital melalui media sosial mereka mengalami kendala dalam pengambilan foto produk ala kadarnya. Para pengrajin belum memiliki keterampilan teknik pengambilan foto produk yang memadai. Pelatihan foto produk ini bertujuan untuk meningkatkan pemasaran produk anggota PPDK menjadi solusi yang tepat untuk membekali mereka dengan keterampilan foto produk yang mumpuni. Metode pelatihan foto produk yang digunakan adalah metode ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung, serta pendampingan pasca pelatihan. Hasil dari pelatihan foto produk terjadi peningkatan 13,1% dari nilai rata-rata 80,75 menjadi rata-rata 91,33. Peserta pelatihan mendapatkan skill pengambilan foto produk yang bagus. Hasil foto produk terbaik mencapai nilai 95,00 dengan teknik pemotretan yang bagus hanya menggunakan kamera *handphone* sudah layak digunakan sebagai konten *digital marketing*.

Kata kunci: disabilitas; foto produk; pemasaran digital

PENDAHULUAN

Para penyandang disabilitas di Klaten yang terkumpul dalam Perkumpulan Penyandang Disabilitas Klaten (PPDK) telah menghasilkan berbagai produk kreatif seperti kerajinan tangan, batik, makanan, minuman, dan aksesoris. Namun, salah satu tantangan utama yang mereka hadapi adalah kurangnya keterampilan dalam

menyajikan produk mereka secara visual berupa foto produk, khususnya foto yang digunakan dalam platform media *online*. Foto produk yang mereka buat diambil tanpa menggunakan teknik fotografi yang memadai.

Foto produk diperlukan untuk memberi deskripsi produk dengan lebih jelas secara visual kepada konsumen mengenai bentuk fisik dan fungsi dari produk tersebut. Foto yang profesional

membuat produk menjadi lebih elegan dan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Foto produk yang keren akan diikuti dengan meningkatnya omzet melalui proses konversi (Moedasir, 2022).

Foto produk bisa menggambarkan nilai, personalitas, dan juga kualitas brand, yang hingga akhirnya mampu mempermudah setiap audiens dalam mengenali brand dan produk yang ditawarkan. Foto yang menarik mampu meyakinkan para konsumen untuk melihat dan mempelajari produk lebih jauh. Selain itu, hal tersebut juga akan membuat produk terlihat menarik dan bisa laris terjual (Natalia, 2021).

Fotografi produk dapat menggunakan latar belakang apa pun yang sesuai dengan tampilan yang diinginkan. Satu tips penting untuk dipertimbangkan yaitu latar belakang tidak boleh mengalahkan produk yang difoto (Tjiang, 2022).

Makna dalam komunikasi pemasaran berbasis digital saat ini semakin dipertukarkan dalam bentuk yang lebih bervariasi. Pesan yang dulunya dominan disampaikan dalam bentuk teks verbal, telah berubah menjadi berbagai tampilan yang mencakup kombinasi berbagai mode, seperti teks, suara, gambar, dan video (Jamaludin et al., 2022).

Strategi *digital marketing* membantu akan perusahaan untuk menganalisis *unique selling point* (USP) juga keunggulan produk. Kampanye pemasaran ini dapat memanfaatkan lebih dari satu saluran digital, termasuk SERP, platform media sosial, dan situs web yang berbasis komunitas (Nathania, 2024). Strategi pemasaran organik digunakan untuk membangun pengikut setia secara alami dari waktu ke waktu. Pemasaran organik bertujuan untuk membangun audiens yang setia dan otentik (Weller, 2020).

Digital marketing bisa menjadi strategi pemasaran yang sangat efektif. Banyak perusahaan kini mulai memaksimalkan kampanyenya di dunia digital (Faradilla A., 2022). Pengetahuan digital marketing mitra dalam menentukan fokus produk dan lokasi pemasaran produk dapat menumbuhkan rasa percaya diri yang kuat dalam menggunakan bisnis digital (Widyaningtyas et al., 2024).

Media sosial kental dan melekat dekat dengan istilah strategi pemasaran media sosial, strategi media sosial, strategi pemasaran online, dan pemasaran media sosial strategis (Agency, 2021). Media sosial telah meningkat sebagai saluran pemasaran. Facebook telah menjadi perusahaan media sosial terbesar secara global. Bahkan, sebagian besar ponsel cerdas dan tablet sudah dimuat sebelumnya dengan aplikasi Facebook atau setidaknya memiliki fitur yang memungkinkan untuk berbagi dengan Facebook (Diamond, 2022).

Peningkatkan pengetahuan digital marketing mitra dalam menentukan fokus produk dan lokasi pemasaran produk (Widyaningtyas et al., 2024). Pengrajin mulai mencoba membuka diri untuk mengenalkan produknya secara langsung kepada konsumen tanpa makelar seperti sebelumnya (Zulianto & Apriyanto, 2022).

Kemampuan lembaga dalam mengelola pemasaran melalui media digital akan memudahkan produk untuk dikenal banyak orang dan diminati. Kemampuan pengelola bisnis dalam mengelola pemasaran melalui media digital akan memudahkan produk untuk dikenal banyak orang dan diminati (Arsyah et al., 2022).

Pelaku usaha bisnis kreatif dalam meningkatkan promosi produk berbasis digitalisasi (Yuliana et al., 2023). Penerapan digital marketing terbukti efektif

dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pasar, serta mendukung keberlanjutan usaha urban farming melalui peningkatan visibilitas produk, kemudahan transaksi, dan interaksi dengan konsumen (Marpaung et al., 2024). Salah satu memanfaatkan teknologi dalam pemasaran usaha bisnis adalah digital marketing yang merupakan kegiatan promosi sebuah produk menggunakan media digital atau internet C.

METODE

Tahapan pelaksanaan pelatihan foto produk meliputi: perencanaan kegiatan bersama mitra, pelatihan peserta, pendampingan foto produk, dan pembuatan laporan pengabdian. Pelatihan foto produk dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, diskusi interaktif, praktik langsung, dan pendampingan kepada peserta. Pendampingan kepada para peserta dilakukan melalui grup whatsapp PkM: Foto Produk.

PEMBAHASAN

Pelatihan foto produk dilakukan di Gedung PPKD yang beralamat di Mojorejo, Bareng Lor, Klaten Utara, Klaten, Jawa Tengah, Jumlah peserta pelatihan sebanyak 12 peserta.



Gambar 1. Gedung PPKD

Para peserta pelatihan diminta mengumpulkan hasil pemotretan produk mereka masing-masing, sebagai gambaran kualitas foto yang mampu mereka buat. Beberapa contoh foto produk yang dibuat oleh anggota PPKD sebelum pelatihan foto produk, seperti kerajinan dongklak, kerajinan sapu, dan kerajinan keranjang.



Gambar 2. Foto produk peserta

Materi pelatihan yang diberikan meliputi 4 hal, yaitu:

Simpanan Digital, materi ini diberikan agar peserta dapat menggunakan aplikasi berbasis digital untuk menyimpan gambar, seperti surat-surat penting, foto, dan kegiatan usaha.



Gambar 3. Pemateri Simpanan Digital

Fotografi Produk, pengenalan tentang pencahayaan, komposisi, angle (sudut pengambilan foto), dan teknik dasar fotografi untuk menghasilkan foto produk yang menarik.



Gambar 4. Pemaparan materi foto produk

Teknik pengambilan gambar yang kelihatan hidup sesuai teori dasar fotografi. Pengambilan arah kamera (*angle*) yang tepat dapat mempengaruhi hasil foto yang diinginkan.



Gambar 5. Teknik dasar foto produk

Kamera dan Smartphone untuk Fotografi Produk, peserta diajari cara memanfaatkan kamera digital maupun smartphone untuk memotret produk dengan kualitas baik. Peserta langsung mempraktekan pembuatan foto produk dengan HP. Contoh pengambilan gambar dengan menggunakan kamera hand-phone/smartphone.



Gambar 6. Peserta membuat foto produk dengan smartphone

Pemasaran Digital, pengenalan dasar tentang pentingnya pemasaran produk melalui media sosial dan platform e-commerce, serta tips untuk memaksimalkan foto produk di platform digital. Peserta diajak berdiskusi aktif, bagaimana menggunakan foto produk untuk memasarkan produk yang dihasilkan melalui berbagai platform

digital antara lain platform ecommerce dan platform sosial media.

Peserta dapat memaksimalkan digital marketing dengan memperhatikan strategi digital marketing. Peserta dapat menggunakan sosial media yang dimiliki.

Peningkatan Keterampilan Peserta, terdapat sebanyak 85% peserta menyatakan bahwa mereka memperoleh keterampilan baru dalam bidang fotografi produk. Mereka mampu memahami pentingnya kualitas visual dalam memasarkan produk secara digital. Nilai foto produk yang mereka hasilkan secara kualitas meningkat dari nilai rata-rata 80,75 menjadi 91,33. Perubahan kemampuan mengambil gambar foto produk sebelum mendapatkan pelatihan.



Gambar 7. Foto keranjang sebelum mendapat pelatihan



Gambar 8. Foto keranjang setelah mendapat pelatihan

Penerapan Langsung dalam Pemasaran Produk, Para peserta membawa produk yang telah mereka hasilkan untuk dijadikan objek foto dalam sesi praktik. Hasil foto tersebut kemudian digunakan untuk memperbarui

katalog online yang dikelola oleh PPDK. Contoh foto produk terbaik setelah mendapat pelatihan berupa produk jas



Gambar 9. Foto produk terbaik

Antusiasme Peserta, peserta sangat antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan. Salah satu peserta, Bapak Trimana, seorang penyandang tuna daksa, mengungkapkan kegembiraannya atas kesempatan untuk mempelajari teknik yang membuat hasil karyanya lebih mudah diterima oleh masyarakat luas. Dokumentasi yang relevan dengan jasa atau barang sebagai luaran atau fokus utama kegiatan pengabdian masyarakat (foto, tabel, grafik, bagan, gambar dsb).

Kami berharap kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terus berlanjut dan memberikan dampak positif bagi masyarakat, khususnya para penyandang disabilitas di Klaten. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam menyelesaikan kegiatan ini.

SIMPULAN

Pelatihan Foto Produk yang dilaksanakan pada semester gasal 2024/2025 di PPDK telah memberikan manfaat nyata bagi para penyandang disabilitas dalam meningkatkan keterampilan mereka, khususnya dalam bidang fotografi produk dan pemasaran digital. Pelatihan Foto Produk Untuk Hasil Karya

Penyandang Disabilitas Di Perkumpulan Penyandang Disabilitas Klaten Guna Meningkatkan Pemasaran Produk ini menjadi solusi yang tepat untuk membekali mereka dengan keterampilan foto produk yang mumpuni.

Dari 12 peserta pelatihan memiliki nilai foto produk sebelum pelatihan minimal 75, rata-rata 80,75 dan tertinggi 85 dengan kekurangan pada pencahayaan, angle pengambilan foto dan background yang tidak sesuai. Hasil foto produk setelah pelatihan minimal 86, rata-rata 91,33 dan tertinggi 95 dengan teknik pemotretan yang bagus hanya menggunakan kamera handpone.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ibu Qoriek Asmarawati, S.P selaku Kepala Perkumpulan Penyandang Disabilitas Klaten (PPDK) yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam pelaksanaan pelatihan foto produk guna mendukung pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Agency, S. D. (2021, June 23). *Social Media Marketing - Pengertian, Manfaat dan Strategi di Media Sosial*. <https://www.sws.co.id/social-media-marketing/>.
- Arsyah, U. I., Pratiwi, M., & Arsyah, R. H. (2022). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Kopi Pada Bumrag Nagari Lasi. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(2), 165–170. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i2.1451>

- Diamond, S. (2022). *Digital marketing all-in-one for dummies*. John Wiley & Sons.
- Faradilla A. (2022, September 13). *Apa Itu Digital Marketing? Definisi, Manfaat, dan Strateginya*. <https://Www.Hostinger.Co.Id/Tutorial/Apa-Itu-Digital-Marketing>.
- Jamaludin, J., Trenggana, A. F. M., Girsang, R. M., Harto, B., Pramudhita, P., Jatinegara, K., Yasa, N. N. K., Kamarudin, A. P., Jamira, A., Razak, M., Abdurrohman, A., Saragih, L., Sherly, S., Rane, M. K. D., Irmal, I., & Rosharita, R. (2022). *Pemasaran Era Kini: Pendekatan Berbasis Digital* (A. Sudirman, Ed.). Media Sains Indonesia.
- Marpaung, N., Rahayu, E., Efendi, Z., Febbrian, A., & Utama, G. N. (2024). Teknologi Informasi Digital Marketing Pada Urban Farming Pemasaran Sayur Hidroponik Di Kabupaten Asahan. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 7(4), 659–667. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v7i4.3488>
- Moedasir, A. (2022, July 30). *Membuat Foto Produk: Jenis, Cara, Tips, dan Fungsi*. <https://Majoo.Id/Solusi/Detail/Foto-Produk>.
- Natalia. (2021, August 31). *Foto Produk: Pengertian, Jenis, Contoh, dan Tips Foto Produk Terbaik*. <https://Accurate.Id/Bisnis-Ukm/Foto-Produk/>.
- Nathania, R. (2024, April 19). *16 Strategi Pemasaran Terbaik yang Dapat Dimanfaatkan oleh Marketer*. <https://Glints.Com/Id/Lowongan/Strategi-Pemasaran-Untuk-Bisnis-Perusahaan/>.
- Tjiang, H. (2022, November 28). *Cara Membuat Foto Produk Paling Cepat Cuma Pakai HP Doang*. <https://Jsp.Co.Id/Cara-Membuat-Foto-Produk-Paling-Cepat-Cuma-Pakai-Hp-Doang/>.
- Weller, J. (2020, May 11). *Why an Organic Digital Marketing Strategy Is Key Right Now*. <https://Www.Glofox.Com/Blog/Organic-Digital-Marketing-Strategy/#:~:Text=An%20excellent%20example%20of%20a,Generated%20content%20on%20social%20media>.
- Widyaningtyas, D., Budi Setiawan, N., & Retnaningdiah, D. (2024). Pelatihan Digital Tools Untuk Pemetaan Trend Menu Konsumen. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 7(3), 344–351. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v7i3.3291>
- Yuliana, Y., Siahaan, S. V., & Kontesta, R. P. (2023). Pelatihan Digital Marketing Pada Bumdes Guna Peningkatan Usaha Bisnis Kreatif Berbasis Digitalisasi. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 6(1), 135–140. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v6i1.1964>
- Zulianto, M., & Apriyanto, B. (2022). Pelatihan Rebranding Produk Untuk Perluasan Pasar Sangkar Burung Di Kabupaten Jember. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 5(2), 171–178. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v5i2.1457>