Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat
Volume 02 No. 03 April 2022, 451-464

JMS MAGISTRORUM ET SCHOLARIUM
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

P-ISSN: 2722-9270 ejournal.uksw.edu/jms

Pelatihan Fotografi dan Editing untuk Meningkatkan Promosi Produk Kerajinan Rajut

Imanuel Madea Sakti[1*]
Dinita Christy Pratiwi[2]
Setia Candra Jati[3]

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana[1]
Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Duta Bangsa Surakarta[2]
Center for Micro and Small Enterprise Dynamics Universitas Kristen Satya Wacana[3]

ARTICLE INFO

Article history:
Received 28 Juni 2022
Revised 12 Juli 2022
Accepted 30 Juli 2022

Key words:
Pelatihan Fotografi, Editing, Promosi, Kerajinan Rajut

ABSTRACT

In the era of technology and information (IT) development and the adoption of the internet nowadays, promotion activities, especially digital marketing, have become the main necessity for a business. However, some people have problems providing attractive marketing content for promotions. One of the fundamental issues is the basic ability to take photos and make simple editing. Even though at this time, most people have access to mobile devices (smartphones) that can support the promotion activities. For example, a smartphone's photo camera can produce high-resolution photos and a design app on a smartphone can be used to edit photos for free. This community service activity was a collaboration between CEMSED FEB UKSW and Komunitas Bermain Benang. This community consists of mothers who have a hobby of knitting. By participating in this activity, participants are expected to have the simple photo and editing skills to enhance the promotion of knitting craft products.

ABSTRAK

Di era perkembangan teknologi dan informasi (TI) serta adopsi internet saat ini, kegiatan promosi khususnya digital marketing sudah menjadi kebutuhan utama bagi sebuah bisnis. Namun, beberapa orang memiliki masalah dalam menyediakan konten pemasaran yang menarik untuk promosi. Salah satu masalah yang mendasar adalah kemampuan memfoto dan mengedit sederhana. Padahal saat ini, sebagian besar masyarakat telah memiliki akses perangkat mobile (ponsel) yang dapat menunjang kegiatan promosi. Misalnya, kamera foto ponsel dapat menghasilkan foto beresolusi tinggi dan aplikasi desain pada ponsel dapat digunakan untuk mengedit foto secara gratis. Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan kerjasama antara CEMSED FEB UKSW dengan Komunitas Bermain

* *Corresponding author: imanuel.sakti@uksw.edu*

Benang. Komunitas ini beranggotakan ibu-ibu yang memiliki hobi merajut. Dengan mengikuti kegiatan ini, peserta diharapkan memiliki kemampuan foto dan editing sederhana untuk meningkatkan promosi produk kerajinan rajut.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi (TI) yang semakin maju serta adopsi internet yang semakin luas mendorong terjadinya perubahan dalam pengelolaan suatu usaha. Teknologi informasi menawarkan banyak manfaat bagi pelaku usaha untuk meningkatkan produktivitas dan pemasarannya (Widyaningsih & Oktaviani, 2022). Salah satu aspek bisnis yang mengalami perubahan signifikan adalah aspek pemasaran yaitu perubahan dari pemasaran konvensional menjadi pemasaran digital (*digital marketing*). Pemasaran melalui media sosial merupakan sebuah proses pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga yaitu *website* berbasis media sosial. Saat ini sudah banyak media sosial yang dapat digunakan untuk pemasaran atau promosi sebuah produk atau jasa. Pemanfaatan internet dalam aktivitas pemasaran (secara *online*) menjadi sebuah kebutuhan utama bagi sebuah bisnis. Implementasi pemasaran digital salah satunya adalah dengan melakukan pemasaran secara *online* melalui media sosial, seperti: *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*.

Instagram adalah salah satu *platform* yang paling banyak digunakan oleh pelaku usaha untuk melakukan pemasaran digital. Pelaku usaha dapat membagikan foto produk, poster, maupun video promosi. Agar pemasaran digital yang dilakukan optimal, konten-konten yang dibagikan melalui media sosial harus dikemas menarik secara visual. Hal ini karena calon konsumen akan menilai kualitas tampilan suatu produk sebagai pertimbangan sebelum melakukan pembelian (Sidhartani *et al.*, 2020). Di sisi lain, pemasaran digital membuat pertumbuhan usaha mikro/kecil semakin banyak sehingga para pelaku usaha dituntut untuk melakukan inovasi dan kreatifitas melalui *branding* untuk meningkatkan nilai jual produk, serta menyusun strategi pemasaran yang kreatif untuk memikat calon konsumen (Arifudin *et al.*, 2021; Cahyani & Sutopo, 2021). Salah satu strategi pemasaran tersebut adalah menyediakan foto produk yang menarik. Hal ini karena pemasaran digital membuat calon konsumen tidak dapat berinteraksi dengan suatu produk secara langsung. Untuk itu, foto produk berperan penting dalam pemasaran digital. Foto produk bermanfaat untuk meyakinkan calon konsumen sehingga menggambarkan wujud nyata dari produk yang ditawarkan.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha, terutama pelaku usaha mikro/kecil, adalah ketidakmampuan untuk menghasilkan foto produk yang menarik. Selain itu, seringkali pelaku usaha memiliki pemahaman bahwa untuk menghasilkan foto produk yang baik membutuhkan perangkat fotografi yang kompleks. Padahal saat ini, hampir semua pelaku usaha maupun masyarakat secara umum sudah memiliki ponsel (*smartphone*). Namun, para pelaku usaha belum mengoptimalkannya dan hanya menggunakannya sebagai alat komunikasi saja. Penggunaan berbagai aplikasi digital pada ponsel belum dimanfaatkan dengan baik untuk mendukung aktivitas bisnis (Riyanto *et al.*, 2021). Salah satunya, hampir semua

ponsel saat ini sudah memiliki kemampuan kamera berkualitas tinggi sehingga dapat menjadi alat alternatif dari kamera profesional. Bahkan, kualitas foto yang dihasilkan ponsel saat ini dapat disandingkan dengan hasil foto dari kamera profesional, terutama setelah dilakukan beberapa proses editing foto (Jurnal.id, 2022).

Selain teknologi kamera ponsel yang *modern*, kemampuan ponsel dan teknologi desain juga berkembang pesat. Terdapat banyak aplikasi desain yang tersedia secara gratis dan mudah digunakan untuk melakukan editing foto. Salah satu aplikasi tersebut adalah aplikasi desain Canva. Aplikasi ini tersedia secara *online* dalam bentuk *website* (www.canva.com) bagi pengguna komputer/laptop dan dalam bentuk aplikasi *mobile* bagi pengguna ponsel. Aplikasi ini menggunakan prinsip *drag & drop* sehingga sangat mudah digunakan oleh pelaku usaha yang tidak memiliki latar belakang atau kemampuan di bidang desain. Aplikasi Canva juga menyediakan beragam *template* desain yang membantu pengguna pemula untuk menciptakan konten visual yang menarik. *Template* yang tersedia terdiri dari *template* gratis dan berbayar, begitu pula pada fitur-fitur yang tersedia (Putri *et al.*, 2022). Meskipun demikian, fitur dan *template* yang tersedia umumnya sudah sangat cukup bagi pelaku usaha mikro/kecil untuk menghasilkan konten yang menarik. Kendala pelaku usaha dalam membuat konten menarik dapat diatasi dengan menggunakan *template* tersebut. Pelaku usaha cukup memilih *template* gratis yang tersedia, kemudian memodifikasi *template* dengan mengganti elemen gambar, teks, warna, dan sebagainya sesuai dengan keinginan. Dengan demikian, pelaku usaha tidak perlu mendesain konten dari nol (Effendi *et al.*, 2022).

Permasalahan utama dihadapi oleh pelaku usaha mikro/kecil adalah tidak mengetahui adanya aplikasi desain seperti Canva dan aplikasi sejenisnya tersebut. Selain itu, pelaku usaha yang kurang melek teknologi akan kesulitan untuk dapat belajar mendesain secara mandiri, tanpa pelatihan dan pendampingan tertentu. Hal ini seperti yang dihadapi oleh ibu-ibu anggota Komunitas Bermain Benang. Komunitas ini merupakan komunitas informal yang terbentuk karena anggota memiliki hobi merajut. Seiring berjalannya waktu, kegiatan yang dilakukan tidak hanya terkait merajut saja, tetapi juga kegiatan kerajinan lain seperti tenun, kain sibori, sulam Jepang Sashiko, dan lain sebagainya. Hasil kerajinan rajut tersebut ada yang dibagikan ke teman, namun ada juga yang dijual. Dalam mempromosikan produk tersebut, para anggota kesulitan untuk membuat foto produk yang menarik seperti: foto tidak detail, kabur (*blur*), gelap atau kurang pencahayaan, dan latar belakang foto yang tidak rapi. Selain itu, para anggota tidak mengedit foto atau mendesain foto tersebut terlebih dahulu agar lebih informatif dan atraktif. Namun, foto produk langsung dibagikan ke berbagai media sosial. Untuk itu, Komunitas Bermain Benang membutuhkan kegiatan pelatihan terkait dengan fotografi dan editing sederhana agar promosi produk rajut dapat lebih optimal. Hal ini sesuai dengan Purwanto & Veranita (2018) yang menyatakan bahwa pelatihan foto dan editing bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan dokumentasi foto produk, serta meningkatkan kemampuan dalam editing foto produk yang nantinya akan digunakan dalam pemasaran digital. Melalui pelatihan tersebut, para pelaku usaha dapat mempublikasikan foto produknya dengan dokumentasi yang bagus, memiliki nilai publikasi yang tinggi.

Kegiatan pelatihan tersebut dilaksanakan bekerjasama dengan Pusat Studi Dinamika dan Promosi Usaha Kecil (*Center for Micro and Small Enterprise Dynamics*/CEMSED) Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana (FEB UKSW). CEMSED merupakan pusat studi di bawah FEB UKSW yang berfungsi sebagai peneliti dan pembina bagi pengusaha mikro dan kecil dengan melakukan berbagai penelitian, seminar, lokakarya, pelatihan dan pendampingan usaha (CEMSED, 2022). Salah satu topik pelatihan yang sebelumnya dilakukan adalah pemasaran digital bagi wirausaha sanitasi Magelang, Solo dan Sukoharjo (CEMSED, 2021b) dan anggota jemaat Gereja Kristen Indonesia (GKI) Salatiga (CEMSED, 2021a).

Kegiatan pelatihan fotografi dan editing produk kerajinan rajut ini sebagai bentuk dari pengabdian masyarakat yang merupakan salah satu dari Tridharma Perguruan Tinggi. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali peserta kemampuan fotografi dasar dan editing desain sederhana untuk menunjang kegiatan promosi produk kerajinan rajut. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para peserta untuk lebih memahami pentingnya foto dan desain dalam meningkatkan promosi. Dengan demikian, para peserta dapat mempraktikkan hasil pelatihan ke dalam pengelolaan usahanya, terutama dalam aspek pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan ini diselenggarakan oleh CEMSED FEB UKSW bekerjasama dengan Komunitas Bermain Benang. Kegiatan ini diselenggarakan pada hari Sabtu, 4 Juni 2022, jam 09.00 – 12.00 WIB bertempat di Gedung Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. Topik kegiatan adalah “Photography Produk untuk Meningkatkan Promosi Produk Kerajinan”. Kegiatan ini diikuti oleh 14 peserta yang merupakan kaum perempuan yang memiliki hobi merajut yang tergabung dalam Komunitas Bermain Benang. Agenda kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Foto dan Editing sederhana penting bagi usaha

   Bagian ini merupakan penyampaian materi tentang pentingnya foto dan editing sederhana untuk menunjang usaha, serta tips-tips bagaimana melakukan foto yang baik untuk produk kerajinan rajut.
2. Praktik Foto

   Pada bagian ini, peserta mempraktikkan tips-tips fotografi sebelumnya dengan memfoto contoh produk yang sudah dibawa dari rumah. Hasil foto nantinya akan digunakan untuk praktik editing dengan aplikasi Canva.
3. Praktik Editing

   Bagian ini merupakan penyampaian materi tentang menghapus background foto secara otomatis dan gratis menggunakan *website* https://www.remove.bg/ dan melakukan editing sederhana dengan aplikasi desain Canva menggunakan ponsel masing-masing.
4. Praktik Posting

Pada bagian ini, peserta yang telah selesai membuat desain diminta untuk memposting desain ke *Instagram* masing-masing atau media lainnya untuk menunjukkan hasil pelatihan sekaligus memotivasi peserta bahwa saat ini sudah memiliki kemampuan dalam foto dan editing produk kerajinan rajut.

Dalam kegiatan pelatihan ini, terdapat beberapa bahan dan peralatan yang digunakan:

1. Bahan berupa produk rajut yang dihasilkan oleh para peserta, serta beberapa perlengkapan pendukung yang digunakan sebagai hiasan foto, seperti alat atau benang rajut, manekin, kain polos.
2. Ponsel yang kompatibel dari aspek kapasitas memori dan kamera untuk membuat foto dan melakukan editing.
3. Aplikasi desain Canva dan *website* Remove.bg untuk editing.
4. Laptop dan LCD.

Penugasan yang dilakukan dalam pelatihan adalah sebagai berikut:
1. Posting foto produk rajut yang sudah didesain dengan Canva ke *instagram* masing-masing usaha.
2. Ketentuan desain:
   a. dimensi 1:1,
   b. menggunakan foto hasil pelatihan,
   c. mencantumkan nama usaha/*Instagram* usaha masing-masing,
   d. menggunakan *template* Canva yang sudah dimodifikasi.

Terakhir, para peserta diminta mengisi kuesioner online https://bit.ly/RAJUT-FEBUKSW untuk mengetahui pemahaman, kemampuan, dan motivasi peserta setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, pada kuesioner juga ditanyakan kebutuhan program pelatihan oleh para peserta di masa mendatang. Jawaban kuesioner menggunakan skala likert 1-5 yaitu mulai dari Sangat Tidak Setuju (1) sampai Sangat Setuju (5). Berikut adalah daftar pertanyaan pada kuesioner:

Tabel 1. Daftar Pertanyaan Kuesioner Online

Kode	Pernyataan & Pertanyaan
FOTO_1	Setelah mengikuti pelatihan ini, pemahaman saya tentang foto produk rajut bertambah.
FOTO_2	Setelah mengikuti pelatihan ini, kemampuan saya untuk membuat foto produk rajut bertambah.
EDITING_1	Setelah mengikuti pelatihan ini, pemahaman saya tentang editing foto produk rajut bertambah.
EDITING_2	Setelah mengikuti pelatihan ini, kemampuan saya untuk editing foto produk rajut bertambah.
MOTIVASI	Setelah mengikuti pelatihan ini, saya termotivasi untuk mempraktikkan

Kode	Pernyataan & Pertanyaan
	materi pelatihan pada usaha rajut saya.
MANFAAT	Secara umum, pelatihan ini bermanfaat untuk pengembangan usaha rajut saya.
KEBUTUHAN	Apa topik pelatihan yang Anda butuhkan untuk pengembangan usaha ke depannya?

HASIL DAN PEMBAHASAN

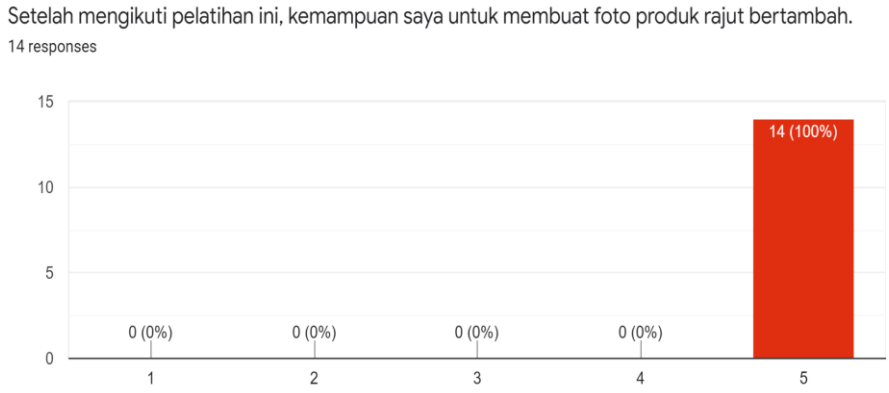
Pada era digital, pengenalan akan produk melalui media *online* dirasakan sangat penting oleh para pelaku usaha. Sebagian peserta pelatihan mengenalkan produknya kepada konsumen melalui media sosial berupa *WhatsApp, Instagram, Facebook*, dan media sosial yang lain. Sebagai langkah awal dari pengenalan akan produk tersebut, maka konsumen harus dapat mengetahui profil produk yang ditawarkan. Untuk lebih memberikan gambaran yang sejelas-jelasnya tentang produk, maka langkah awal yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha adalah memberikan informasi dalam bentuk visual. Visualisasi yang paling mudah adalah dengan membuat foto dan profil produk yang ditawarkan. Pada pelatihan kali ini, peserta memiliki keterbatasan sumber dana untuk membuat foto dengan membayar tenaga profesional. Solusi yang dapat dilakukan adalah pelaku usaha melakukan pembuatan foto produk dan mengeditnya secara mandiri dengan menggunakan ponsel dan aplikasi desain yang gratis dan mudah digunakan. Oleh sebab itu, para pelaku usaha perlu dibekali informasi dan pemahaman melalui pelatihan.

Penyampaian materi oleh fasilitator, seperti terlihat pada Gambar 1, bertujuan untuk memberi pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya foto dan editing sederhana untuk menunjang usaha. Terdapat 6 (enam) hal yang disampaikan kepada peserta: 1) Memberikan kesan bisnis yang profesional, 2) Membuat konsumen merasakan produk (seakan nyata), 3) Meningkatkan nilai produk dan daya tarik konsumen, 4) Menghemat biaya fotografer & desainer grafis, 5) Meningkatkan penjualan produk, dan 6) Mendorong adopsi teknologi lainnya. Selain itu, peserta juga diberikan beberapa tips foto agar hasil foto optimal dan dapat digunakan untuk editing sederhana.

Setelah penyampaian materi selesai, kegiatan dilanjutkan dengan melakukan praktik fotografi menggunakan ponsel dan editing menggunakan aplikasi desain Canva secara langsung. Sesuai dengan Sari *et al*. (2021), kegiatan praktik fotografi dan editing sangat penting sehingga para peserta. Peserta menjadi lebih memahami mengenai teknik fotografi sederhana yang benar, misalnya memperhatikan sudut foto. Dengan demikian, foto produk yang dihasilkan lebih bagus. Selain itu, para peserta juga dibekali dengan pemahaman teknik editing untuk penyempurnaan hasil foto sehingga lebih maksimal dan semakin menarik serta bagus. Hal ini dapat menarik perhatian calon konsumen ketika melihat hasil foto tersebut yang berperan sebagai *e-katalog* media sosial dalam pemasaran digital (Sari *et al*., 2021).

Gambar 1. Penyampaian materi pelatihan

Hasil evaluasi kegiatan pelatihan pada praktik foto, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2, dalam gambar visual tersebut diperlihatkan bahwa seluruh peserta (100%) memberikan nilai 5 (Sangat Setuju) bahwa setelah mengikuti pelatihan ini, pemahaman (FOTO_1) dan kemampuan (FOTO_2) peserta untuk membuat foto produk rajut bertambah. Sebelumnya, peserta menyatakan bahwa sejauh ini peserta hanya sekedar memfoto produk apa adanya tanpa memperhatikan kualitas hasil foto. Misalnya seperti: foto tidak detail, kabur (*blur*), gelap atau kurang pencahayaan, dan latar belakang foto yang tidak rapi serta menarik. Setelah mengikuti pelatihan dan mendapatkan materi tentang tips-tips foto produk, peserta sekarang dapat memahami bagaimana cara memfoto produk rajut agar lebih baik, seperti menonjolkan detail produk, foto lebih tajam/tidak *blur*, pencahayaan cukup, menambahkan atribut/hiasan sebagai latar belakang, maupun menggunakan latar belakang polos agar foto nanti lebih mudah untuk diedit.



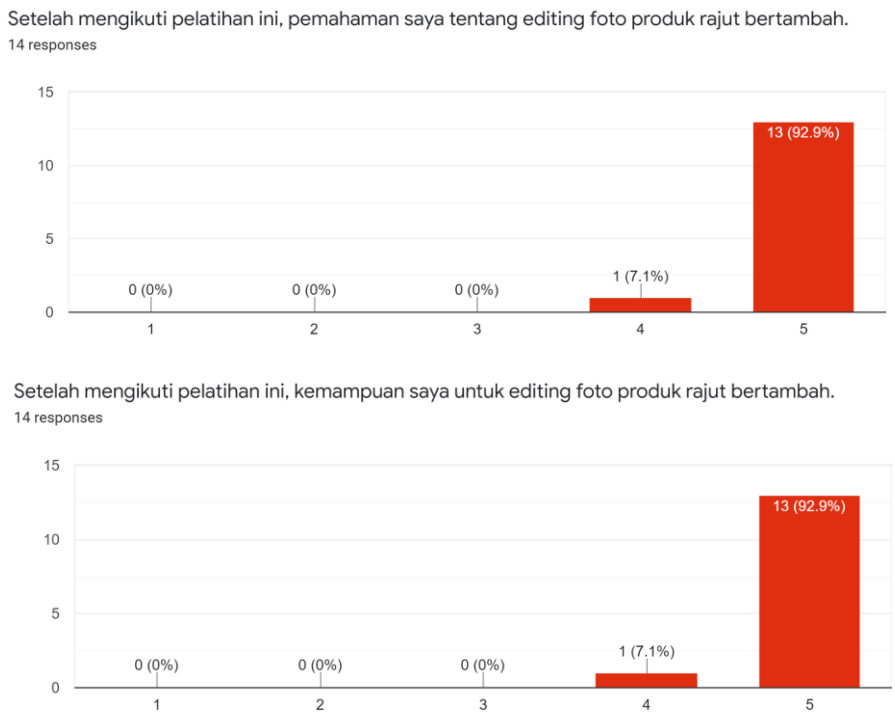
Gambar 2. Hasil evaluasi FOTO_1 dan FOTO_2

Gambar 3. Peserta bekerjasama melakukan praktik foto produk

Selanjutnya, hasil evaluasi kegiatan pelatihan pada praktik editing, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4, menunjukkan bahwa sebagian besar peserta (92.3%) memberikan nilai 5 (Sangat Setuju) bahwa setelah mengikuti pelatihan ini, pemahaman (EDITING_1) dan kemampuan (EDITING_2) peserta untuk editing foto produk rajut bertambah. Aplikasi Canva digunakan dalam kegiatan ini karena aplikasi desain ini sangat praktis dan mempercepat dalam pembuatan desain. Selain itu, pengguna aplikasi ini tidak perlu memiliki keahlian khusus di bidang desain grafis sebelumnya sehingga sangat cocok untuk pengguna pemula (Setiawan & Putro, 2021). Sebelumnya, sebagian besar peserta menyatakan bahwa peserta belum pernah menggunakan aplikasi desain di ponsel untuk melakukan editing foto, atau dalam artian lain sebagian besar peserta tidak pernah melakukan editing pada foto produknya.

Sedangkan sebagian kecil peserta pernah menggunakan aplikasi desain selain Canva seperti PicArt dan Snapseed, secara otodidak.

Sebelum melakukan praktik editing menggunakan aplikasi Canva, peserta yang belum menginstal aplikasi tersebut diminta untuk menginstal terlebih dahulu di ponselnya. Peserta dibantu oleh fasilitator untuk menginstall dan membuat akun di aplikasi Canva menggunakan *email Google* (*Gmail*) yang terdapat di ponsel masing-masing peserta. Akun Canva yang dibuat merupakan akun pengguna biasa karena email yang digunakan bukan merupakan email siswa dan peserta tidak berlangganan layanan Canva premium. Dengan demikian, fitur-fitur yang dapat digunakan selama praktik terbatas. Salah satu fitur yang tidak dapat digunakan dalam praktik editing karena merupakan fitur berbayar adalah fitur untuk menghapus latar belakang foto (*background remover*). Untuk mengatasi kendala tersebut, peserta dapat melakukan proses menghapus latar belakang foto dengan menggunakan *website* https://www.remove.bg/ yang tersedia secara *online* dan gratis.



Gambar 4. Hasil evaluasi EDITING_1 dan EDITING_2

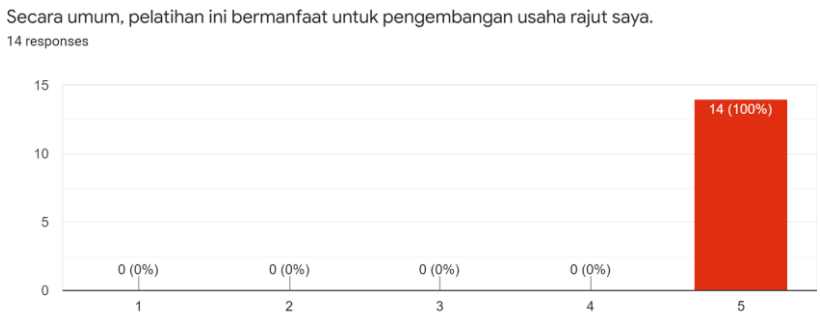
Seperti yang ditunjukkan oleh Gambar 5, peserta melakukan praktik editing foto menggunakan ponsel masing-masing yang sudah terpasang aplikasi Canva. Peserta melakukan praktik secara mandiri dan dengan bantuan fasilitator. Foto yang digunakan dalam praktik editing adalah hasil praktik foto sebelumnya.

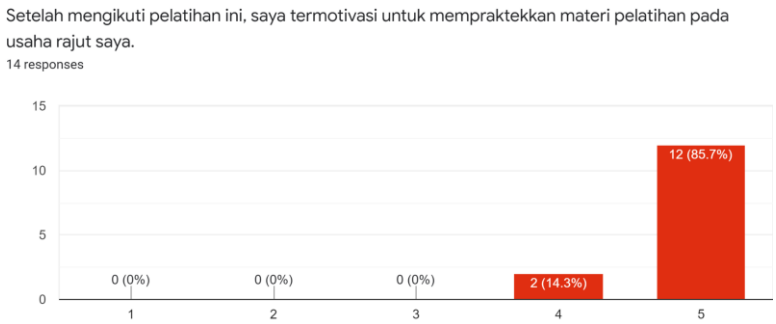
Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan maka desain pelatihan dari aspek alur materi yang dirancangkan sudah sesuai, yaitu didahului dengan teori dan dilanjutkan dengan praktik. Kemudian untuk materi sudah sesuai teori tentang pengenalan produk,

teknik pengambilan foto, editing foto dan posting produk dalam media sosial dan kebutuhan UKM dalam upaya untuk mengenalkan produknya kepada konsumen.

Gambar 5. Peserta melakukan praktik editing foto dengan aplikasi Canva

Hasil evaluasi selanjutnya terkait dengan motivasi peserta untuk mempraktikkan materi pelatihan (MOTIVASI), seperti yang terlihat pada Gambar 6, menunjukkan bahwa sebagian besar peserta (85.7%) memberikan nilai 5 (Sangat Setuju). Hal ini mengindikasikan bahwa pelatihan sederhana ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk implementasi foto produk dan editing pada usaha peserta ke depannya. Hal ini didukung oleh hasil evaluasi terkait dengan manfaat pelatihan yang diterima oleh peserta (MANFAAT). Seperti yang terlihat pada Gambar 6, seluruh peserta (100%) memberikan nilai 5 (Sangat Setuju) bahwa secara umum pelatihan ini bermanfaat bagi pengembangan usaha peserta.





Gambar 6. Hasil Evaluasi MOTIVASI dan MANFAAT

Terakhir, daftar kebutuhan program pelatihan selanjutnya untuk pengembangan usaha peserta (KEBUTUHAN) ditunjukkan oleh Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Daftar Kebutuhan Pelatihan

No	Program Pelatihan	Jumlah yang memilih
1	Pembuatan konten video	11
2	Pembuatan narasi postingan (*caption*) yang menarik	9
3	Pembuatan kemasan produk	7
4	Pengembangan desain produk	6
5	Pengelolaan keuangan usaha	4
6	Pemasaran (konvensional dan digital)	2

Berdasarkan Tabel 2, jenis program pelatihan yang paling banyak dibutuhkan oleh peserta pelatihan adalah pelatihan pembuatan konten video (11) dan pembuatan narasi postingan/caption yang menarik (9). Hal ini sesuai dengan perkembangan tren penggunaan media sosial berbasis video. Sebagai contoh, aplikasi *TikTok* dan *Instagram* saat ini berfokus pada konten berbasis video pendek. Hal ini membuat pelaku usaha yang ingin mengoptimalkan pemasaran digital perlu beradaptasi dan mengetahui bagaimana membuat konten berbasis video. Meskipun demikian, kemampuan dalam fotografi dan editing sederhana menjadi modal awal bagi para pelaku usaha. Hal ini disebabkan pembuatan konten berbasis video cenderung lebih kompleks dan membutuhkan kemampuan dasar dari fotografi maupun desain/editing tersebut. Selanjutnya, pelatihan pembuatan narasi postingan/caption merupakan salah satu strategi untuk dapat mengoptimalkan pemasaran digital. Selain foto/gambar dan video, konten yang dibagikan perlu didukung dengan informasi berupa narasi/*caption* yang menarik dan informatif sehingga dapat membuat calon konsumen tertarik melakukan pembelian produk yang ditawarkan.

Berdasarkan temuan tersebut, pelatihan cara mempromosikan produk dengan menggunakan media sosial interaktif berupa video adalah salah satu cara yang tepat. Para peserta memiliki keinginan untuk belajar terbuka terhadap media pemasaran pada era digital, salah satunya dengan membuat video untuk diunggah di akun media sosial yang dimiliki. Dengan demikian, diperlukan pelatihan bagi para pelaku usaha untuk membuat konten media sosial berbasis video pendek, dilanjutkan dengan konten video lainnya yang lebih kompleks, seperti video *live*, maupun video blog (*vlog*) yang lebih interaktif.

SIMPULAN

Pada hakikatnya pengabdian masyarakat merupakan wadah bagi para akademisi untuk mengimplementasikan teori yang dikuasai agar dapat diterapkan pada dunia empiris, salah satunya adalah dalam bentuk pelatihan. Pada era digital dimana terjadi perubahan yang besar pada cara dan metode pemasaran, beberapa kelompok pelaku usaha sangat membutuhkan pelatihan-pelatihan dan pendampingan untuk dapat ikut masuk dalam dunia bisnis yang serba digital. Pelatihan dan pendampingan dapat mulai dari hal teknis sampai strategi pemasaran digital sangat dibutuhkan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membekali para peserta dengan kemampuan dasar dalam melakukan foto produk dan editing sederhana. Dengan demikian, berbagai kegiatan promosi yang dilakukan dapat lebih optimal. Lebih lanjut, kegiatan pelatihan dasar seperti ini dibutuhkan oleh komunitas atau masyarakat lain sehingga dapat mendorong adopsi teknologi terbaru. pemerintah/dinas terkait, universitas, atau lembaga swasta lainnya perlu bersinergi sehingga jangkauan kegiatan serupa menjadi lebih luas dan menghadirkan pelatihan-pelatihan dasar lainnya sesuai dengan kebutuhan pengembangan usaha masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Arifudin, D., Heryanti, L., & 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.v5i5.5847

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.

CEMSED. (2021a). *Pelatihan digital marketing*. Cemsed-Uksw.Org. https://cemsed-uksw.org/index.php/2021/10/10/pelatihan-digital-marketing/

CEMSED. (2021b). *Pelatihan penguatan kapasitas wirausahawan sanitasi "Engaging BDS to build business capacity of sanitation entrepreneurs in Central Java Region Office."* Cemsed-Uksw.Org. ttp://cemsed-uksw.org/index.php/2021/05/11/pelatihan-penguatan-kapasitas-wirausahawan-sanitasi-engaging-bds-to-build-business-capacity-of-sanitation-entrepreneurs-in-central-java-region-office/

CEMSED. (2022). *Tentang CEMSED: Latar belakang*. Cemsed-Uksw.Org. http://cemsed-uksw.org/index.php/about-us/

Effendi, N. I., Suliska, G., Marthika, L. D., Ferdian, T., & 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

Jurnal.id. (2022). *Foto produk dengan Smartphone*. Jurnal.Id. https://www.jurnal.id/id/blog/foto-produk-dengan-smartphone/

Purwanto, Y. S., & 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.

Putri, N. U., Adrian, Q. J., Jayadi, A., Sembiring, J. P., & Sudana, I. W. (2022). Pengenalan aplikasi Canva kepada masyarakat dan staf pemerintahan Desa Sidosari Lampung Selatan. *Journal of Technology and Social for Community Service (JTSCS)*, *1*, 63–69.

Riyanto, C. A., Kameswara, I. G. K. A., Afina, A., Kurniasari, I. T., & Kristiani, Y. (2021). Pemberdayaan masyarakat di Desa Kalikurmo berbasis kearifan lokal: Pelatihan e-commerce untuk meningkatkan akses pemasaran dan penjualan produk hasil desa. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *2*(2), 267–277.

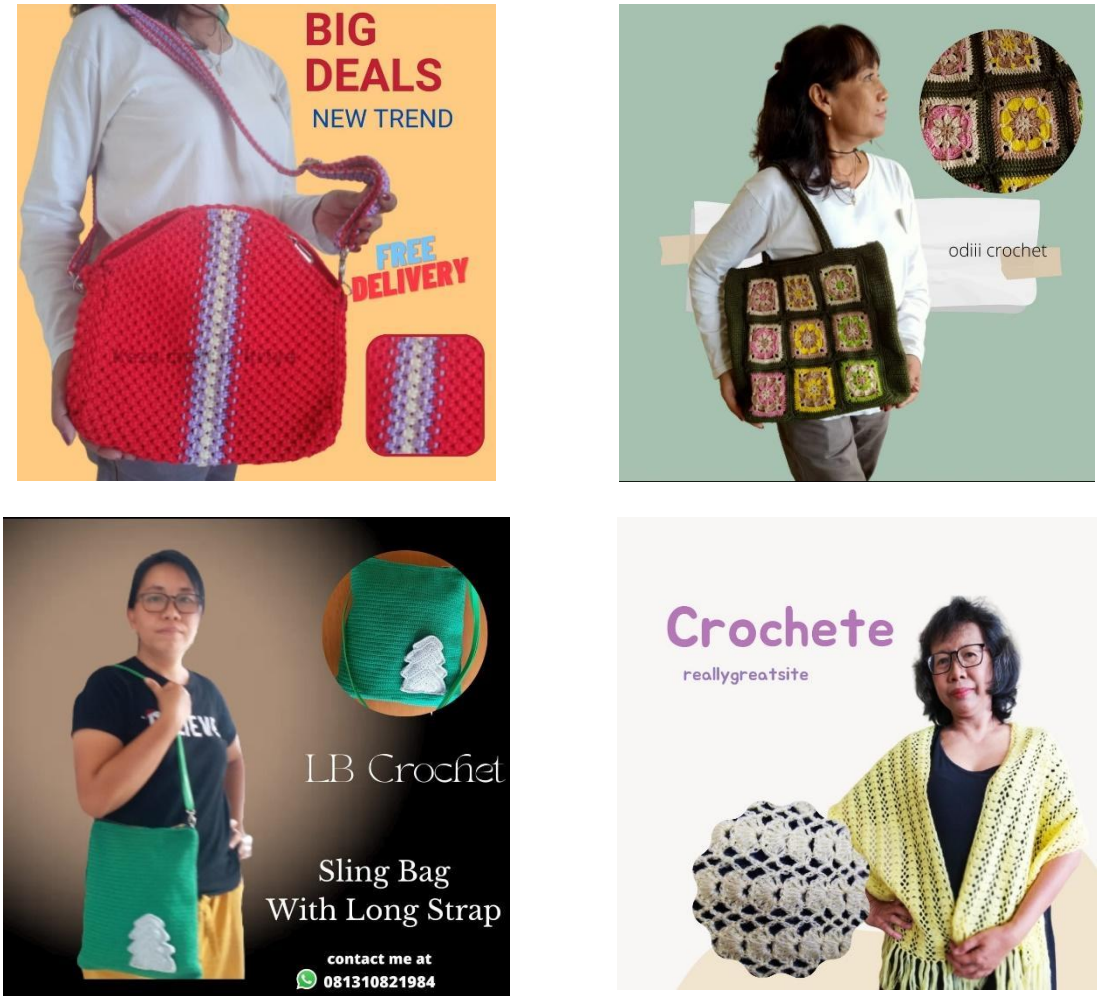
Sari, K. A., Madhanni, L. R., Kharisma, A. M. Al, Arsyantie, R., Sanah, B. F., Ningsih, M. K., & Purwasih, J. H. G. (2021). Pemberdayaan melalui pelatihan pemasaran produk UMKM Omah Jenang Blitar di masa pandemi Covid-19. *Jurnal ABDIMASA Pengabdian Masyarakat*, *4*(2), 64–72.

Setiawan, T., & Putro, F. H. A. (2021). Pemanfaatan gaphics designer software Canva untuk meningkatkan kreatifitas promosi produk UMKM di Cepogo Boyolali. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, *2*(12), 53–56.

Sidhartani, S., Pratama, D., Raden, A. Z. M., & Qeis, M. I. (2020). Pelatihan foto produk UMKM Wayang Golek sebagai upaya promosi pasca pandemi Covid-19. *Dharma Raflesia: Jurnal Ilmiah Pengembangan Dan Penerapan IPTEKS*, *18*(2), 180–189. https://doi.org/10.33369/dr.v18i2.13522

Widyaningsih, P., & Oktaviani, I. (2022). Induksi teknologi informasi untuk penguatan usaha “Hasbuna Catering” pada masa pandemi Covid 2019. *Duta Abdimas*, *1*(1), 1–6. https://doi.org/10.47701/abdimas.v1i1.1581

LAMPIRAN



Gambar 7. Beberapa hasil desain peserta pelatihan

Gambar 8. Foto bersama di akhir pelatihan