



## *Empowering product photography skills among teenagers in Gunung Village, Boyolali Regency*

Arif Surya Kusuma✉, Umda Garit Artiar, Alya Nur Azizah

Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, Indonesia

✉ [ask252@ums.ac.id](mailto:ask252@ums.ac.id)

 <https://doi.org/10.31603/ce.10429>

### **Abstract**

*Smartphones are devices equipped with numerous fascinating features, leading people to become increasingly attached to and dependent on this technology. However, in Gunung Village, there are still relatively few individuals who can utilize this medium for profitable production. One example is the utilization of the smartphone camera feature for product photography. The aim of this community service is to enhance teenagers' understanding and skills in practicing the basics of product photography using a smartphone. This enhancement enables them to present their potential products more professionally. The method employed involves providing instruction on basic photography and engaging in practical product photography sessions. The focus of this service is on processed food products from the partners. The outcomes of this service were significant, as evidenced by an average increase of 34.28% in test results regarding product photography material. Additionally, participants successfully produced product photos aligned with the objectives and techniques of product photography.*

**Keywords:** *Smartphone; Product photography; Gunung village; Productive*

## **Peningkatan keterampilan fotografi produk menggunakan smartphone di kalangan remaja di Desa Gunung, Kabupaten Boyolali**

### **Abstrak**

*Smartphone* merupakan piranti yang memiliki banyak fitur menarik sehingga membuat masyarakat semakin melekat dan bergantung pada teknologi tersebut. Namun, masih sedikit dari masyarakat Desa Gunung yang mampu memanfaatkan media tersebut sebagai media produksi yang *profitable*. Salah satunya adalah pemanfaatan fitur kamera pada *smartphone* sebagai media fotografi produk. Tujuan dari pengabdian ini adalah meningkatkan pemahaman dan keterampilan remaja dalam praktik dasar-dasar fotografi produk menggunakan *smartphone*. Sehingga dapat menunjang pengemasan produk-produk potensial yang dimiliki dengan lebih profesional. Metode yang digunakan yaitu melalui pembekalan dasar fotografi dan praktik fotografi produk. Objek foto yang difokuskan pada pengabdian kali ini merupakan produk makanan olahan dari pihak mitra. Pengabdian ini menuai hasil yang cukup signifikan dalam memahami materi fotografi produk dengan kenaikan rata-rata hasil tes sebesar 34,28% serta hasil foto produk peserta yang sesuai dengan tujuan dan teknik fotografi produk.

**Kata Kunci:** *Smartphone; Produk fotografi; Desa Gunung; Produktif*

# 1. Pendahuluan

---

Desa Gunung merupakan desa yang terletak di Kecamatan Simo, Kabupaten Boyolali. Desa ini memiliki tanah seluas 712.749 hektar dan jumlah penduduk sekitar 4000 jiwa dengan kepadatan 40 jiwa per km<sup>2</sup>. Desa ini terletak pada ketinggian 1.500 meter di atas permukaan laut. Kondisi geografis ini menjadikan Desa Gunung memiliki struktur tanah cadas, laktosol, andosol dan gromosol. Oleh sebab itu banyak mata pencaharian masyarakat diarahkan pada pertanian dan peternakan. Berdasarkan data geografis tersebut, Desa Gunung menjadi desa yang cukup potensial dan produktif melalui sumber daya alamnya.

Pandemi Covid-19 menimbulkan dampak yang luar biasa khususnya masyarakat di Kabupaten Boyolali. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Boyolali pada tahun 2019-2020 tingkat pengangguran mengalami peningkatan (Saputra & Yahya, 2022). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa masyarakat di Kabupaten Boyolali mengalami penurunan produktivitas dari sumber daya manusianya. Hal ini berdasarkan data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) pada Badan Pusat Statistik (BPS) Boyolali, memaparkan bahwa tingkat pengangguran terbuka pada 2019 sebesar 3,12 persen, lalu terjadi kenaikan menjadi 5,28 persen pada tahun berikutnya. Kemudian, pada tahun 2021 tingkat pengangguran terbuka Boyolali mengalami sedikit penurunan menjadi 5,09 persen. Walaupun terjadi fluktuasi jumlah pengangguran, pandemi tetap memberikan implikasi yang cukup serius terhadap keberlangsungan masyarakat. Hal ini menjadi salah satu kekhawatiran yang perlu ditindaklanjuti melalui program-program desa yang diberlakukan. Untuk itu, diperlukan pendampingan khusus yang memberikan wawasan sekaligus praktik dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat.

*Smartphone* merupakan perangkat pintar yang mampu membantu banyak kegiatan manusia. Kegiatan komunikasi yang pada awalnya masih terbatas pada teks dan audio kini melalui *smartphone* dapat melampirkan foto dan konten audio visual. Fitur-fitur ini menjadi implikasi dari konvergensi media yang membuat media baru saat ini merangkap berbagai fungsi dari media sebelumnya. Walaupun begitu, media baru masih terikat dengan pendahulunya pada banyak level seperti konten, proses, fitur, estetika, material, desain, fungsi dan kegunaan secara sosial yang secara singkat merupakan reformasi media lama atas tantangan media baru (Menke & Schwarzenegger, 2019). Oleh sebab itu, *smartphone* memberikan berbagai bentuk fasilitas komunikasi tanpa menolak konsep media pendahulunya. Dasar dan teknik pada fitur media sebelumnya juga dapat diimplementasikan melalui *smartphone* sehingga tidak memerlukan *budget* lebih hanya untuk memanfaatkan beberapa fitur media secara terpisah. Di era digital, semakin banyak menggunakan internet dan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi dan hiburan utama (Palupi et al., 2023).

Partisipasi seseorang melalui perantara *smartphone* tentu tidak hanya berhenti pada apakah seseorang telah menggunakan media tersebut. Akan tetapi juga terletak pada bagaimana seseorang mampu untuk mengeksplorasi fitur-fitur *smartphone*. Di era konvergensi ini, partisipasi seseorang menjadi aspek fundamental dalam dinamika pasar digital. Perkembangan proses konvergensi media diakibatkan oleh tiga proses yaitu digitalisasi, deregulasi pasar media dan komunikasi dan perubahan-perubahan dalam pilihan audiens. Sebagai sebuah produk dari konvergensi media, *smartphone* memberikan fasilitas produksi dan distribusi konten digital dengan lebih mudah. Tentu

untuk mendapatkan perhatian dalam pasar digital, seorang pengguna perlu membingkai konten dan produknya menjadi lebih menarik. Remaja di Kecamatan Simo, merupakan *digital native* yang akrab dengan ponsel pintar dan media sosial untuk berkomunikasi dan mengakses informasi (Palupi et al., 2023).

Satu bentuk fitur yang umumnya terintegrasi pada *smartphone* saat ini adalah kamera. Adanya kamera membuat produksi konten foto naik secara signifikan di media baru. Salah satu *platform* media sosial yang dapat di amati adalah Instagram. Instagram merupakan aplikasi yang menyediakan fitur arsip foto dan video untuk para penggunanya. Tidak dipungkiri lagi bahwa pengguna media sosial tersebut saling berlomba-lomba untuk men-*showcase* foto terbaiknya. Walaupun tidak secara langsung menjadi bentuk kontestasi, pengguna menggunakan caranya masing-masing untuk bisa tampil lebih baik. Bahkan tidak sedikit *brand* yang secara eksklusif melakukan *upgrade* pada fitur kamera produk *smartphone* mereka. Kondisi ini menggambarkan bahwa relasi antara pengguna dan *smartphone* sangat erat. Baik sebagai media konsumtif maupun produktif. Meluapnya konten foto tentu memantik aktivitas-aktivitas fotografi. Namun tidak semua aktivitas berlandaskan pada dasar-dasar fotografi yang tepat karena tidak semua memiliki motif untuk profit. Dalam aspek ini, melatih kemampuan fotografi seseorang tentu akan sangat membantu mereka mengisi lubang motif ini.

Permasalahan yang dihadapi remaja Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali yang terdiri dari para siswa SMA dan mahasiswa yang kerap menggunakan teknologi adalah mereka belum bisa memanfaatkan fitur-fitur teknologi dengan efektif, terutama *smartphone*. Sebagai sebuah gadget, *smartphone* memiliki fitur-fitur lengkap yang melebihi teknologi sebelumnya. Hal ini menjadi bentuk implikasi dari konvergensi media sebagai proses disrupti media lama yang merangkap banyak fitur ke dalam media baru sekaligus. Sebagai contoh fungsi kamera dan proses editing yang bisa dilakukan dalam satu perangkat *smartphone*. Pada saat ini remaja telah tumbuh di zaman kehidupan instan. Mereka mengambil gambar dan mengunggahnya langsung ke internet dalam beberapa saat.

Berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada para remaja menunjukkan bahwa dari 14 remaja yang mengikuti proses pengabdian, 2/3 diantaranya masih menggunakan *smartphone* untuk budaya konsumtif. Peserta cenderung memiliki kebiasaan dalam menggunakan kamera *smartphone* sebagai media konsumtif saja daripada memaksimalkan penggunaan kamera tersebut untuk media pemasaran atau personal branding. Kondisi ini membuat peserta hanya mampu mengikuti tren dan konten yang ada tanpa memahami bagaimana komposisi dan teknik-teknik dalam membuat konten tersebut, khususnya fotografi.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat asumsi bahwa remaja di Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali merupakan masyarakat informasi yang kurang bisa memanfaatkan media untuk kegiatan yang lebih produktif. Terutama dari apa yang disampaikan Kepala Desa Gunung, Yody Dwi Kuswanto, memproyeksikan desa menjadi tempat wisata yang dapat dikunjungi wisatawan, yang mana salah satunya adalah kebun karet. Untuk itu, dibutuhkan pendampingan dan pelatihan supaya mereka memiliki pengetahuan dan teknik-teknik dasar ketika melakukan kegiatan fotografi. Melalui proses ini, diharapkan remaja dapat lebih memahami dan kompeten dalam memanifestasikan karya foto mereka. Desa Gunung sendiri memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan salah satunya merupakan produk makanan yang dihasilkan

oleh masyarakat sekitar seperti olahan keripik dan juga memiliki potensi lain di bidang *furniture*. Karena adanya keterbatasan persiapan mitra, maka pelatihan ini menggunakan alternatif produk yang representatif. Pentingnya pendampingan fotografi produk ini dapat menjadi alternatif solusi atas meningkatnya pengangguran di Desa Gunung setelah pandemi. Melihat cukup banyak potensi wisata dan usaha yang bisa dikembangkan membuat pengabdian masyarakat ini menjadi penting.

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan berkolaborasi dengan mahasiswa. Selain dapat memberikan manfaat kepada masyarakat, kegiatan pengabdian ini juga memberikan ranah praktik kepada mahasiswa untuk mengimplementasikan kompetensi yang telah diperoleh selama masa kuliah. Tim pengabdian berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi UMS, terdiri dari dosen sebagai ketua pelaksana dan dibantu oleh dua mahasiswa. Ilmu Komunikasi UMS memiliki peminatan di bidang *public relation* dan *broadcasting* yang memiliki keterkaitan erat dengan media baru, salah satunya adalah kamera digital. Melalui linieritas ini, diharapkan kompetensi media yang dimiliki dapat bermanfaat kepada masyarakat yang memiliki keterbatasan terhadap penguasaan teknologi tersebut.

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan melalui kolaborasi dosen dan mahasiswa ini adalah remaja dapat memahami dan memanfaatkan kamera *smartphone* untuk kegiatan yang lebih produktif dan *profitable*, serta dapat mempraktikkan dasar-dasar fotografi produk untuk mengemas produk-produk potensial yang mereka miliki dengan lebih profesional. Selain itu, manfaat dari pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari manfaat akademik dan praktik. Manfaat akademik meliputi pemahaman kepada masyarakat terkait potensi kamera *smartphone* dalam menunjang kebutuhan masyarakat. Sedangkan manfaat prakteknya meliputi upaya dalam pembangunan masyarakat yang informatif dan produktif melalui penggunaan kamera *smartphone*.

## 2. Metode

---

Dalam pelaksanaannya, pengabdian ini berkolaborasi dengan Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Kabupaten Boyolali. Pendampingan dilaksanakan di Balai Penyuluhan Keluarga Berencana Kecamatan Simo yang dihadiri oleh para remaja berjumlah 14 orang.

Pada tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini, tim pengabdian masyarakat melakukan serangkaian diskusi dan sesi *brainstorming* dengan kepala desa yang bekerja sama dengan BKKBN Kabupaten Simo, sekaligus bertugas sebagai pembimbing Pemuda Kampung KB. Tujuan dari diskusi ini untuk melihat potensi desa dan kebutuhan para pemuda terkait pemanfaatan media digital, kemudian diarahkan pada pemanfaatan *smartphone* sebagai media fotografi.

Tahap kedua adalah seleksi peserta ketika Pemuda Kampung KB dipilih oleh konselor KB untuk mengikuti pelatihan. Jumlah peserta ditentukan berdasarkan kapasitas tempat pelatihan dan sumber daya yang tersedia.

Tahap ketiga adalah sesi pelatihan, pada pelatihan dibagi menjadi dua sesi yaitu pembekalan dasar fotografi produk dan praktik fotografi produk. Sesi pertama yaitu pembekalan dasar fotografi produk. Sesi ini diawali dengan kegiatan interaktif melalui kontemplasi untuk memikirkan masa depan menunjukkan kepada peserta bagaimana

kehadiran media digital dapat mereka akses dan dimanfaatkan di masa mendatang. Lalu peserta diminta untuk mengerjakan *pre-test* terlebih dahulu sebelum diberikan materi terkait fotografi. Sebagai penutup sesi pertama *post-test* dilakukan setelah pelatihan untuk menilai perubahan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang fotografi. Tes ini menggunakan soal yang sama dengan yang diberikan ketika *pre-test* dengan tujuan supaya perkembangan peserta dalam sesi pertama ini dapat diukur menggunakan asesmen yang *reliable*.

Sesi kedua pada tahap pelatihan yaitu praktik fotografi produk. Pada sesi kedua ini, tim pengabdian masyarakat membekali para peserta dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan *smartphone* dan materi fotografi produk. Serta peserta diajak untuk melakukan praktik fotografi produk dengan objek yang telah dibawa peserta, setelahnya hasil dari praktik diunggah pada *link* Google Drive yang telah disediakan oleh tim pengabdian masyarakat. Setelah semua hasil terkumpul, proses selanjutnya adalah tahap evaluasi.

Tahap keempat adalah tahap evaluasi berupa penilaian terhadap efektivitas program pelatihan dalam menyampaikan pengetahuan tentang fotografi produk dengan karya foto yang dihasilkan peserta. Tim pengabdian masyarakat juga mengumpulkan umpan balik dari para peserta, konselor KB dan pemangku kepentingan lainnya yang terlibat.

Metode ini dilakukan untuk membekali Pemuda Kampung KB dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan media *smartphone* peserta secara efektif, menggunakan media *smartphone* yang bertanggung jawab. Program pelatihan dirancang untuk menjadi interaktif dan menarik, dengan fokus pada keterampilan praktis yang dapat diterapkan peserta dalam kehidupan sehari-hari mereka.

## 3. Hasil dan Pembahasan

---

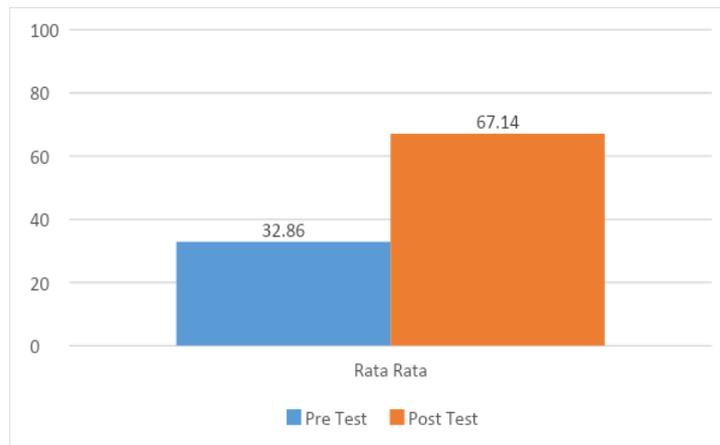
### 3.1. Pembekalan dasar fotografi produk

Agenda awal ini menjadi sebuah bentuk tes pengukuran sejauh mana peserta memiliki pemahaman dan pengalaman terkait fotografi produk. Dalam tes, peserta diberikan soal pilihan ganda dengan jumlah 10 butir soal. Soal-soal tersebut berkaitan dengan pengertian dasar dan teknis dalam fotografi. Pada tes ini, peserta sama sekali belum diberikan bekal oleh pendamping, sehingga kompetensi mereka adalah murni dari modal keilmuan dan pengalaman mereka masing-masing. Hasil *pre-test* sangat jelas menunjukkan bahwa kompetensi peserta sangat minim ketika membahas fotografi baik secara teoritis maupun praktis. Skor tertinggi yang diperoleh adalah 50 atas nama Shafa, Egha D dan Nadia K. Sedangkan nilai terendah diperoleh oleh Alma Frida dengan skor 10.

Setelah *pre-test*, peserta akan mulai mendapatkan materi terkait fotografi produk. Dalam pemberian materi fotografi ini disampaikan oleh Arif Surya Kusuma selaku pembicara pada sesi materi yang menjelaskan mengenai dasar-dasar dari fotografi. Secara umum, teknik dasar dalam fotografi tetap diimplementasikan dalam fotografi produk, seperti *triangle exposure* yang meliputi ISO, *shutter speed* dan diafragma atau *aperture*. Narasumber memberikan materi fotografi dengan contoh-contoh foto supaya mempermudah visualisasi dan imajinasi para peserta dalam memahami teori dan teknik fotografi. Kegiatan ini dilakukan secara interaktif dengan maksud agar semua peserta

dapat mengikuti progres materi. Tanya jawab dan diskusi dilakukan seiring pemberian materi, selain itu juga mencoba untuk memantik logika berpikir peserta dengan mengaitkan fotografi produk dengan konteks kehidupan nyata seperti perbandingan suhu warna di Indonesia dan negara lain, potensi fotografi produk melalui media sosial, hingga manfaat yang bisa diperoleh melalui fotografi produk.

Agenda terakhir pada sesi yang pertama ini adalah *post-test*. Tes ini menggunakan soal yang sama dengan yang diberikan ketika *pre-test* dengan tujuan supaya perkembangan peserta dalam sesi pertama ini dapat diukur menggunakan asesmen yang reliabel. Sesuai ekspektasi yang diharapkan oleh pendamping, skor yang diperoleh oleh peserta rata-rata meningkat bahkan hampir mendapatkan nilai sempurna. Walaupun beberapa peserta masih mendapatkan skor rendah, namun nilai tersebut masih lebih baik dari tes sebelumnya. Skor tertinggi diraih oleh Alma Frida, Shafa tim pengabdian, Nadia K dengan nilai 90. Sedangkan skor terendah diperoleh oleh Ahmad Sukron dan Novi N dengan nilai 40. Hal yang mengejutkan di sini adalah peserta Alma Frida yang sebelumnya ketika *pre-test* mendapatkan skor terendah dengan 10 poin, kemudian ketika *post-test* mendapatkan skor tertinggi yang hampir sempurna. Berikut rata-rata nilai *pre-test* dan *post-test* yang disajikan pada [Gambar 1](#).



**Gambar 1.** Rata-rata nilai *pre-test* dan *post-test*

Dari data yang di dapatkan dari *pre-test* dan *post-test* yang dimana menunjukkan hasil yang cukup berbeda dengan rata-rata 32,86 untuk *pre-test* dan 67,14 untuk *post-test*. Berdasarkan data yang telah di dapatkan di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan pendampingan fotografi produk yang dilakukan pada sesi pertama ini cukup sukses dengan cukup memuaskan dengan banyaknya peserta yang dengan mudah dapat memahami materi. Dengan diadakannya pembekalan materi tersebut diharapkan ketika peserta hadir pada sesi yang kedua, mereka sudah memiliki pemahaman yang cukup mengenai kompetensi dasar dalam praktik fotografi produk.

### 3.2. Praktik fotografi produk

Sesi kedua dilaksanakan pada hari Rabu, 21 September 2022 di lokasi yang sama yaitu Balai Desa Simo dimulai dari pukul 09.00 hingga 14.00 WIB. Peserta yang hadir berkurang sedikit dari sesi sebelumnya dengan jumlah 12 orang. Setelah pembukaan oleh kepala desa, tim pendamping memulai kegiatan praktik. Praktik fotografi produk berisi serangkaian agenda meliputi materi pengantar dan kuesioner, pengambilan foto produk dan *upload* ke dalam Google Drive yang disiapkan tim pendamping.

Agenda pertama peserta diminta untuk mengisi kuesioner terbuka untuk memberikan gambaran seberapa jauh peserta akrab dengan fotografi dan aplikasi kamera pada *smartphone*. Kemudian peserta diberikan materi pengantar untuk memahami jenis-jenis foto produk yang umum dipakai serta teknik pengambilan foto yang sesuai. Pendamping mencoba memberikan contoh fotografi produk yang kontemporer digunakan dalam proses *branding* di berbagai media sosial. Hal ini dikarenakan pendampingan yang dilaksanakan memiliki fokus pada pemanfaatan *smartphone* sebagai media fotografi. Pada dasarnya, foto produk dapat meliputi foto produk makanan dan minuman, kosmetik, gadget, hingga model yang digunakan untuk *brand-brand* pakaian. Contoh-contoh tersebut seringkali dapat ditemui di media sosial, bahkan menjadi *marketplace* utama bagi para pebisnis. Fenomena ini cukup penting melihat kondisi geografi Desa Simo yang cukup jauh dari perkotaan, sehingga akses pasar relatif sedikit. Untuk itu pemanfaatan media *online* menjadi salah satu solusi yang dapat ditawarkan. Terlebih melihat hasil kuesioner, rata-rata dari mereka tidak mengerti bagaimana mengoperasikan pengaturan kamera pada *smartphone*, bahkan jarang memanfaatkan media sosial untuk kebutuhan *branding*.

Setelah materi selesai disampaikan, peserta paling tidak sudah memiliki visualisasi terkait bagaimana mereka akan melakukan foto produk mereka. Sebagaimana yang sudah disampaikan, bahwa peserta diinstruksikan untuk membawa produk mereka sendiri. Ada yang membawa minuman kemasan, parfum, hingga barang-barang yang unik seperti kunci motor sebagai implementasi teknik foto. Terlepas dari kurangnya persiapan mitra dalam menyiapkan produk potensial mereka, bagaimana mereka melakukan pengaturan kamera dan teknik pengambilan foto adalah yang cukup signifikan dalam sesi ini.

Sebelum memulai sesi selanjutnya, tim mempersiapkan peralatan seperti pencahayaan (*lighting*), *stand photo* dan tripod agar kamera *handphone* tetap stabil selama pengambilan foto pada produk yang telah peserta siapkan. Selanjutnya tim pengabdian memberikan arahan kepada peserta tentang bagaimana cara mengatur penataan produk mereka untuk pengambilan foto baik pada peralatan pendukung maupun pengaturan kamera pada *smartphone* yang digunakan (Gambar 2). Pada penataan peralatan pendukung yang meliputi posisi, sudut dan juga penataan pencahayaan. Sedangkan pada pengaturan kamera di *smartphone* meliputi pengaturan pencahayaan, ISO, keseimbangan putih secara manual dan pengaturan pemfokusan pada objek yang difoto (Rikarno, 2018).



Gambar 2. Kegiatan praktik fotografi produk

Seusai kegiatan praktik fotografi produk, peserta diminta untuk diunggah hasil foto produk peserta dalam Google Drive yang disediakan oleh tim pendamping. Peserta juga

diminta untuk menyertakan identitas diri dalam foto tersebut. Setelah agenda *upload* foto, sesi kedua pun berakhir. Hasil kegiatan pendampingan fotografi produk ini terlihat dalam dua hal. Pertama foto produk yang layak digunakan. Kedua *set up* pengambilan foto produk dengan teknik fotografi yang sesuai dengan memanfaatkan kamera *smartphone*.

Berdasarkan foto yang diunggah, hasil foto para peserta diambil dengan menggunakan beberapa teknik dalam fotografi produk seperti *white background shot*, *scale shot* dan *detailed shot*. *White background shot* merupakan teknik yang sering kali diterapkan ketika memotret sebuah produk. Banyak manfaat yang diperoleh ketika seorang fotografer produk menggunakan teknik ini antara lain, kontras warna, higienitas dan fokus pada objek (Gambar 3). Menggunakan teknik ini artinya menciptakan *point of interest* pada objek secara instan. Audiens tidak perlu waktu lama untuk mengenali sebuah objek atau produk seperti pada produk parfum Le Minerale dan Dettol. Meskipun begitu masih terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan seperti posisi angle kamera untuk mendapatkan foto yang simetris, pengaturan pencahayaan dan *exposure*.



Gambar 3. Foto teknik *white background shot*

*Scale shot* merupakan teknik yang digunakan untuk membandingkan objek. Bisa untuk memperlihatkan ukuran yang lebih besar atau lebih kecil. Selain itu bisa memberikan visualisasi dengan ukuran yang sama seperti pada produk parfum mini White Secret yang digambarkan hanya sebesar atau lebih kecil dari kunci motor (Gambar 4). Secara substansi peserta dapat memahami tujuan penggunaan teknik ini. Namun masih perlu beberapa latihan lagi supaya komparasi objek dapat lebih sesuai dan objek yang digunakan lebih cocok.



Gambar 4. Foto teknik *scale shot*

*Detailed shot* merupakan teknik pengambilan foto produk dengan cara *close up* atau bahkan *extreme close up*. Tujuannya adalah untuk memperlihatkan detail dari sebuah produk, sering kali dipakai untuk menunjukkan kualitas bahan, motif, hingga desain produk. Seperti pada foto *case smartphone* pada [Gambar 5](#). Walaupun begitu, teknik ini dapat disempurnakan dengan mendekati objek supaya lebih jelas lagi teksturnya.



Gambar 5. Foto teknik *detailed shot*

Secara garis besar tujuan dari sesi kedua adalah peserta dapat melakukan *set up* dalam pengambilan foto produk dengan mempertimbangkan materi yang telah diberikan. Peserta melakukan proses foto dengan mempertimbangkan tujuan dari foto produk tersebut. Hasil tes dan foto produk para peserta menunjukkan bagaimana proses pengabdian ini memberikan hasil yang cukup baik. Baik dari segi pemahaman materi dan penggunaan teknik fotografi produk ketika melakukan praktik.

## 4. Kesimpulan

---

Pelatihan fotografi produk ini menjadi upaya efektif dalam meningkatkan kemampuan remaja Desa Gunung dalam pemanfaatan media *smartphone* untuk fotografi produk. Pelatihan ini mencakup dua kegiatan yang bertujuan untuk membantu peserta dalam memahami dan memanfaatkan *smartphone* mereka, antara lain pemberian materi dan tes sebagai sesi pertama dan praktik foto produk sebagai sesi kedua. Melalui pelatihan ini, peserta dapat mempelajari cara melakukan *set up* objek yang digunakan untuk foto produk, serta praktik pengambilan foto menggunakan kamera *smartphone* sesuai dengan materi yang diberikan. Melalui pemanfaatan kamera *smartphone* yang baik dan kemampuan fotografi yang dimiliki, peserta dapat menciptakan gambar yang lebih menarik dan layak sebagai sebuah produk.

Melihat hasil *post-test* yang menunjukkan kenaikan rata-rata hasil tes sebesar 34,28% dan karya foto yang sesuai tujuan peserta menunjukkan bahwa peserta mampu memahami fitur kamera *smartphone* serta dapat mempraktikkan teknik fotografi produk dengan mempertimbangkan tujuan dari teknik fotografi produk yang digunakan. Selain itu,

praktik fotografi produk peserta perlu ditingkatkan lagi karena masih terdapat beberapa aspek dipertimbangkan seperti *angle* kamera, teknik pencahayaan dan *exposure* kamera. Oleh sebab itu, kegiatan ini perlu untuk dilanjutkan di kemudian hari, baik dengan media yang sama maupun dapat ditingkatkan lagi menjadi kamera DSRL yang sering digunakan oleh para profesional dengan jam praktik yang lebih banyak lagi.

## Ucapan Terima Kasih

---

Terima kasih tim pengabdian ucapkan kepada Kepala Desa Gunung dan rekan-rekan dari BKKBN Kabupaten Boyolali sebagai mitra atas kerja sama dan kolaborasinya dalam melancarkan proses pengabdian ini, serta para peserta yang sangat antusias dalam mengikuti keseluruhan kegiatan dari awal hingga akhir

## Daftar Pustaka

---

- Menke, M., & Schwarzenegger, C. (2019). On the relativity of old and new media: A lifeworld perspective. *Convergence The International Journal of Research into New Media Technologies*, 25(4), 657–672. <https://doi.org/10.1177/1354856519834480>
- Palupi, P., Kusuma, R. S., & Rahmaningsih, I. (2023). Training on digital footprint management for teenagers in Simo District, Boyolali. *Community Empowerment*, 8(7), 1055–1064. <https://doi.org/10.31603/ce.8900>
- Rikarno, R. (2018). Pemanfaatan Handpone Android Sebagai Media Produksi Video Tutorial Pembelajaran Seni. *Melayu Arts and Performance Journal*, 1(1), 73–87. <https://doi.org/10.26887/mapj.v1i1.632>
- Saputra, A. M., & Yahya, D. W. (2022). E-proceeding 2 nd SENRIABDI 2022 Penerimaan Diri Pada Pengangguran di Desa Simo Kabupaten Boyolali. *E-Proceeding 2 Nd SENRIABDI 2022 Seminar Nasional Hasil Riset Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2, 565–572.
- Spyridou, P. L., & Veglis, A. (2016). Convergence and the Changing Labor of Journalism: Towards the ‘Super Journalist’ Paradigm. In *Media Convergence Handbook - Vol. 1* (Vol. 1). Springer Berlin Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-54484-2\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-642-54484-2_6)



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---