

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI PENGGARAPAN VIDEO DAN FOTO PRODUK DALAM UPAYA PENERAPAN SOSIAL MEDIA MARKETING

Novitasari Eviyanti¹, Destine Fajar Wiedayanti², Nanang Adie Setyawan³,
Mona Inayah Pratiwi⁴

¹⁾ Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang

^{2,3,4)} Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang

e-mail: novitasari.eviyanti@polines.ac.id¹, defantidestine@gmail.com², mona.inayah.pratiwi@polines.ac.id³,
nanangadie@polines.ac.id⁴

Abstrak

Perkembangan teknologi yang juga mempengaruhi perkembangan dunia ekonomi dan bisnis, istilah era industri 5.0 sudah tidak asing lagi, dimana teknologi membantu manusia dalam hal bisnis. Melanjutkan pengabdian sebelumnya terhadap Komunitas UMKM Mangunharjo mengenai pendampingan legalitas usaha dan pelatihan digital marketing yang diterapkan kepada seluruh Komunitas UMKM Mangunharjo sebanyak 8 orang, tim pengabdian hendak melanjutkan pengabdian tersebut. Dari hasil pengabdian sebelumnya, dalam hal pemasaran terutama pemasaran secara digital, UMKM masih merasa kurang mampu untuk membuat tampilan pemasaran yang menarik karena keterbatasan pengetahuan termasuk pengetahuan penggunaan teknologi. Masih banyak UMKM yang menginginkan pelatihan untuk dilanjutkan namun lebih terfokus dari permasalahan UMKM dan pengalaman pengabdian masyarakat sebelumnya, tim pengabdian masyarakat akan melakukan pendampingan dan penerapan teknologi pembuatan foto dan video pemasaran kepada 8 anggota Komunitas UMKM Mangunharjo. Pengabdian akan dilakukan kepada 8 anggota UMKM saja, agar terjadi seperti pengabdian sebelumnya sehingga ilmu disampaikan dan praktik yang dilakukan dapat terserap dengan baik oleh UMKM dengan harapan kedepannya UMKM mampu secara mandiri membuat foto dan video pemasaran.

Kata Kunci: Sosial Media Marketing, UMKM, Foto Produk

Abstract

Technological developments also influence the development of the world of economics and business. The term industrial era 5.0 is no longer foreign, where technology helps humans in business matters. Continuing previous service to the Mangunharjo MSMEs Community regarding business legality assistance and digital marketing training which was applied to the entire Mangunharjo MSMEs Community of 8 people, the service team wants to continue this service. From the results of previous service, in terms of marketing, especially digital marketing, MSMEs still feel unable to create attractive marketing displays due to limited knowledge, including knowledge of using technology. There are still many MSMEs who want the training to continue but it is more focused on MSME problems and previous community service experience, the community service team will provide assistance and application of marketing photo and video making technology to 8 members of the Mangunharjo MSMEs Community. The service will be carried out to only 8 MSMEs members, so that it happens like the previous service so that the knowledge conveyed and the practices carried out can be well absorbed by MSMEs with the hope that in the future MSMEs will be able to independently create marketing photos and videos.

Key Words: Social Media Marketing, MSMEs, Product Photos

PENDAHULUAN

Perkembangan revolusi industri yang sebelumnya menggunakan upaya transformasi menuju perbaikan dengan mengintegrasikan dunia online dan lini produksi di Industri, dimana semua proses produksi berjalan dengan internet sebagai penopang utama atau bisa kita sebut revolusi industri 4.0 (Airlangga, 2019) kini telah berkembang lagi menjadi era industri 5.0. Era Industri 5.0 merupakan era sebagai penyempurnaan revolusi industri 4.0. Dimana era industri 5.0 manusia dapat bekerja bersama dengan robot dan kecerdasan buatan. Dalam era industri 5.0 memanfaatkan apa yang disebut teknologi IoT untuk menggabungkan kecerdasan buatan dengan pikiran manusia. Robot di sini bukan untuk menggantikan manusia melainkan untuk mendukung pekerjaan manusia. (Gifari, 2022) Namun

sayangnya, di Indonesia masih banyak masyarakatnya yang belum mampu untuk mengejar era industri 5.0 ini, dan bahkan revolusi industri 4.0 masih banyak yang belum mampu mengikutiinya.

Foto produk menurut Beon (2022) adalah visualisasi yang menggambarkan suatu barang untuk ditampilkan kepada konsumen dimana pada setiap proses dan teknik pengambilan gambar produk yang menarik. Adanya gambar produk akan memberikan banyak manfaat bagi para penjual terutama dalam meningkatkan jumlah penjualan. Selain itu, dari data Weebly mengungkapkan bahwa 75% pembeli pada marketplace online menggunakan foto sebagai bahan pertimbangan utama untuk membeli barang. Oleh karena itu kualitas foto harus menjadi bahan pertimbangan dan perhatian khusus, terutama bagi UMKM untuk meningkatkan keuntungan bisnisnya.

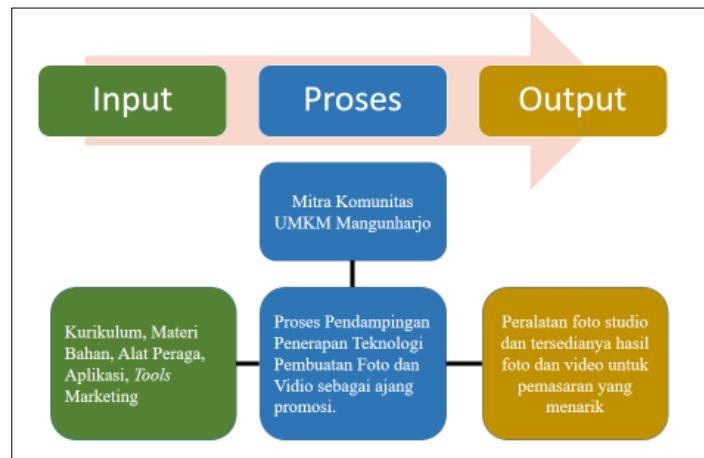
Di Kelurahan Mangunharjo Terdapat banyak UMKM yang terafiliasi menurut Komunitas berdasarkan RW atau Rukun Warga, para komunitas ini memiliki usaha mikro dan kecil diantaranya produksi kripik talas, sate ayam, kerajinan tas, dsb. Namun problematika yang ada di Kelurahan Mangunharjo masih banyak dari para pelaku usaha mikro belum optimal sebelumnya, tim pengabdian masyarakat telah melaksanakan pengabdian terkait legalitas usaha dan digital marketing. Namun saat pelatihan digital marketing, UMKM yang mengikuti pelatihan tidak memiliki foto ataupun video yang menarik untuk di posting di media sosial yang mereka miliki. Dan saat pengabdian sebelumnya pun dirasa masih kurang efektif karena pelatihan dilakukan ke 8 orang UMKM yang memiliki dasar pengetahuan tentang teknologi yang minim dan umur yang rata-rata 40 tahun keatas yang dimana harus pelan-pelan dan terfokus pada beberapa UMKM saja saat mengajarkan. Tidak hanya keterbatasan pengetahuan dalam membuat foto dan video pemasaran yang menarik namun juga peralatan yang mendukung UMKM untuk lebih kreatif dalam membuatnya.

Di Era Industri 5.0 ditambah pasca Pandemi Covid-19 menuntut para pengusaha tidak terkecuali UMKM untuk lebih pintar dan lebih kreatif dalam memasarkan dan menjualkan produknya melalui sistem online. Tidak sedikit masyarakat saat ini yang lebih aktif di dunia online dari pada dunia offline. Persaingan yang meningkat dengan produk yang sama di dunia online sangat membutuhkan keahlian dalam penjualan. Didalam dunia online tampilan yang menarik merupakan salah satu hal yang sangat menentukan ketertarikan para konsumen.

Pasca kasus covid-19 para pelaku usaha mulai bergeliat dalam menjalankan usahanya, hal ini sangat berpengaruh terhadap kegiatan usaha para Mitra Komunitas UMKM. Dalam hal pemasaran mereka hanya mengandalkan keaktifan pembeli yang datang mengunjungi atau menghubungi kios mereka, serta ramai atau tidaknya pengunjung yang ada di sekitar lokasi usaha. Meskipun para mitra UMKM mengetahui bahwa mereka dapat menjual produk secara online, namun sebagian besar enggan melakukan penjualan secara online karena pemahaman tentang sistem penjualan online masih terbatas dan kurangnya sosialisasi serta pendampingan dari Dinas terkait dan Perguruan Tinggi sekitar.

Tim pengabdian kepada masyarakat mengusulkan kegiatan Implementasi Teknologi Penggarapan Video Dan Foto Produk Dalam Upaya Penerapan Sosial Media Marketing Guna Meningkatkan Penjualan Komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo. Sosial media marketing dalam PMK ini adalah dengan cara mengintegrasikan dan mengkombinasikan berbagai aplikasi bisnis online dan sosial media bisnis melalui menandai lokasi bisnis dan deskripsi informasi bisnis di Google map & Google Mybusiness, memperluas pemasaran melalui Instagram bisnis, dan membuat katalog di WA bisnis. Dengan berbagai solusi pemasaran digital yang ditawarkan tersebut, maka konsumen dari dalam maupun luar kota dapat dengan mudah memperoleh informasi melalui platform pencarian serta sosial media. Selain itu, para Mitra UMKM dapat melakukan promosi melalui gambar-gambar display yang mereka buat, maupun foto-foto koleksi souvenir mereka. Sehingga mampu menarik pembeli dan pesanan akan kembali meningkat.

Proses pelatihan dan pendampingan yang akan kami lakukan di mitra Komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Alir Proses Pelatihan

Proses pembelajaran dan pendampingan di dunia usaha dan UMKM melalui tahapan yang sama dengan di dunia pendidikan yaitu melalui Input kemudian Proses dan diakhir Output, adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. INPUT meliputi peserta mitra komunitas dan UMKM disiapkan dengan materi- materi yang sudah disusun berdasarkan peralatan dan kebutuhan yang diperlukan untuk membuat foto dan video pemasaran yang menarik guna meningkatkan omzet penjualan.
2. PROSES, setelah semua persiapan dilakukan tahap selanjutnya adalah melakukan proses pembelajaran, pelatihan dan pendampingan dengan menggunakan model pembelajaran tertentu, dan menggunakan alat peraga yang telah disiapkan dan aplikasi pengeditan yang telah dianjurkan sesuai dengan kebutuhan dengan mendampingi mitra UMKM yang bersangkutan. Dalam tahapan proses dilakukan pula evaluasi dari hasil karya mitra UMKM pada saat proses pelatihan dan pendampingan.
3. OUTPUT, setelah dilakukan tahap INPUT dan PROSES maka tahap akhirnya adalah OUTPUT yaitu hasil karya foto dan video pemasaran dari Komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo yang menarik dan siap untuk disebarluaskan di dunia digital. Kualitas juga sangat dipengaruhi dari tahapan-tahapan sebelumnya, oleh karena itu setiap tahapan harus benar-benar dipersiapkan dan diperhatikan dengan sungguh-sungguh. Ketersediaan peralatan menjadi bagian penting dalam pembuatan foto dan video pemasaran untuk menunjang kesuksesan penjualan serta peningkatan pendapatan Komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo.

Berdasarkan hasil dan pengalaman pengabdian sebelumnya, UMKM tidak begitu aktif dimedia sosial dalam hal pemasaran produknya, karena pengabdian sebelumnya terlalu banyak UMKM yang dilatih dengan keterbatasan waktu, sehingga informasi yang pelatihan yang didapat masih kurang dan kurang efektif. UMKM juga belum memiliki foto dan video produk yang menarik untuk di posting di media sosial, sehingga UMKM belum memiliki semangat dan motivasi, bahkan cenderung lebih “minder” atau tidak percaya diri dalam memasarkan produk-produknya di media sosial.

Tim pengabdian kepada masyarakat menawarkan solusi dengan melakukan pendampingan dan penerapan teknologi terhadap komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo dalam pembuatan foto dan video produk dan pemasaran yang menarik. Dalam pendampingan dan penerapan teknologi ini, UMKM akan disediakan peralatan-peralatan atau fasilitas-fasilitas pendukung untuk membuat foto dan video pemasaran yang menarik. Kamera yang akan digunakan untuk membuat foto dan video yaitu dari kamera handphone masing-masing UMKM yang telah dimiliki. Dalam mempercantik foto dan video selain menggunakan fasilitas yang tim sediakan, tim pengabdian juga akan mengajarkan penggunaan aplikasi dalam pengeditan foto dan video agar lebih menarik lagi dan mampu bersaing dalam dunia bisnis online.

Namun para mitra komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo belum dapat menggunakan sosial media marketing, sehingga akan dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan digital marketing kepada mitra komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo. Dengan berbagai solusi pemasaran digital yang ditawarkan diatas, maka konsumen dari dalam maupun luar kota dapat dengan mudah memperoleh informasi melalui platform pencarian serta sosial media. Sehingga mampu menarik pembeli dan pesanan akan meningkat.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat guna pemecahan permasalahan berkaitan dengan kurangnya kreativitas UMKM dalam membuat foto produk/pemasaran menarik karena kurangnya pengetahuan berkaitan dasar dalam pembuatan foto yang menarik, fasilitas pendukung dalam pembuatan foto serta pengetahuan berkaitan dengan aplikasi yang dapat digunakan untuk mengedit foto produk/pemasaran dan cara menggunakan. Upaya tim pengabdian dalam pengabdian masyarakat kali ini yaitu dengan menerapkan metode pembelajaran praktik (demonstrasi). Metode pembelajaran praktik adalah suatu metode dengan memberikan materi pendidikan baik menggunakan alat atau benda seperti di peragakan dengan harapan agar menjadi lebih jelas dan mudah sekaligus dapat langsung mempraktikkan materi yang dimaksud. Menurut Sudjana (2005) metode pembelajaran praktik yakni metode dalam pembelajaran yang digunakan dengan tujuan melatih serta meningkatkan kemampuan peserta didik dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh untuk dilakukan di kehidupan nyata atau lapangan, pekerjaan atau tugas yang sebenarnya. Prosedur dalam pembelajaran praktik atau pelatihan terdiri dari beberapa tahap diantaranya yaitu penyampaian tujuan, penjelasan materi praktik, pendemostrasian cara kerja, latihan (praktik simulasi) dan latihan pengalihan. Foto produk adalah visualisasi yang menggambarkan suatu barang untuk ditampilkan kepada konsumen. Dalam pendampingan dan penerapan teknologi pembuatan foto produk, tim akan akan menjelaskan mengenai jenis foto produk, tips melakukan foto produk yang menarik beserta langkah-langkahnya, menyediakan fasilitas tambahan dalam melakukan foto produk, mendampingi UMKM untuk membuat foto produknya secara mandiri serta melakukan pengeditan foto produk menggunakan aplikasi edit foto yang ada di handphone dan menggunakan canva. Evaluasi dalam kegiatan ini, yaitu adanya foto produk yang siap untuk digunakan dalam bidang pemasaran sesuai dengan arahan yang telah diberikan. Kemudian evaluasi berikutnya yaitu tim akan melakukan evaluasi persentase pelanggan atau calon pelanggan yang menghubungi UMKM untuk menanyakan produknya. Pendekatan yang dilakukan dalam pembuatan vidio produk/pemasaran dasar metode yang digunakan sama dengan yang digunakan saat pembuatan foto produk/pemasaran yaitu dengan menggunakan metode pembelajaran praktik (demonstrasi). Vidio produk adalah gambar grafik yang perlu dilakukan sebagai komponen dari rencana komunikasi pemasaran yang dibuat untuk meningkatkan dan melibatkan para peminat dengan produk yang dijual. Vidio merupakan elemen penting dalam digital marketing. Dalam pendampingan dan penerapan teknologi pembuatan vidio produk ini tim pengabdian akan mengajarkan cara membuat vidio iklan produk dengan menggunakan HP, memberitahukan langkah-langkah yang harus diperhatikan, mendampingi UMKM dalam pembuatan vidio produk serta melatih UMKM dalam mengedit vidio produk dengan menggunakan aplikasi capcut. Evaluasi dalam kegiatan ini, yaitu adanya vidio produk yang siap untuk digunakan dalam bidang pemasaran sesuai dengan arahan yang telah diberikan. Kemudian evaluasi berikutnya yaitu tim akan melakukan evaluasi persentase pelanggan atau calon pelanggan yang menghubungi UMKM untuk menanyakan produknya.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan Mitra Komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo, tahapan yang kami laksanakan pada pengabdian ini ialah sebagai berikut:

a. Observasi Kegiatan

(Djukisana, 2014 mengatakan bahwa tahap awal kegiatan pengabdian ialah melaksanakan observasi awal untuk mengetahui karakteristik mitra pendampingan. Hal yang kami lakukan selain observasi ialah pengabdian yang telah kami lakukan sebelumnya sehingga kami dapat mengetahui permasalahan mitra. maka disepakati diadakannya pendampingan serta penyuluhan dengan seluruh Mitra Komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo.

b. Penyuluhan dan penerapan teknologi pembuatan foto dan vidio produk

Menurut hasil observasi maka pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa kegiatan yaitu penerapan teknologi dan pendampingan pembuatan foto produk dan cara pengeditannya dengan menggunakan aplikasi canva; penerapan teknologi dan pendampingan pembuatan vidio produk dan cara pengeditannya dengan menggunakan aplikasi capcut.

c. Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan dalam rangka meningkatkan motivasi pelaku Mitra Komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo guna menumbuhkan kreativitas UMKM dalam membuat foto dan vidio produk serta menumbuhkan motivasi dan semangat UMKM dalam memasarkan produknya secara digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat kompetitif tahun 2024 ini secara rinci meliputi beberapa proses, yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2024. Kegiatan pengabdian ini menghasilkan luaran berupa artikel pada jurnal pengabdian Masyarakat Sinta 5 yang terbit di bulan Mei 2025. Selain output kegiatan sesuai dengan proposal, kegiatan ini menghasilkan dampak berupa peningkatan kemampuan mitra. Dimana sebelumnya para mitra tidak mampu meningkatkan penjualan terkendala peralatan promosi berupa alat konteniasi video dan foto produk. Tahapan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Kompetitif tahun 2024 ini diawali dengan survey ke mitra potensial untuk dikembangkan, dimana akhirnya tim memperoleh mitra Komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo yang dapat digandeng dalam kegiatan ini. Selanjutnya tim mulai menyusun proposal dan membagi tugas tim, sesuai dengan hasil survey dan temuan permasalahan pada mitra yang dapat dibantu melalui kegiatan pengabdian ini. Selama proses survey, kendala terbesar ialah pengembangan mitra dalam media promosi produk usaha mereka sangat kurang mengikuti perkembangan zaman saat ini dan menggunakan media social yang terbatas.



Gambar 2. Proses Penyampaian Materi

Oleh karena itu, tim pengabdian berupaya untuk menyelesaikan permasalahan utama yang ditemukan yaitu kemampuan dalam mengoptimalkan usaha mereka dengan pelatihan dan pendampingan terkait bagaimana penerapan teknologi pembuatan foto dan vidio produk yang menarik serta penerapan teknologi penggunaan aplikasi dalam pengeditan foto dan vidio produk agar lebih menarik sehingga mitra mampu meningkatkan kinerja usahanya dan menambah kesejahteraan bagi keluarganya pada Komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo. Melalui tahapan pendampingan, tim memulai dengan pemaparan materi bagaimana membuat foto dan vidio produk agar lebih menarik. Pada pelatihan dasar ini, tim pengabdian memberikan penjelasan mengenai penjelasan apa itu dunia media sosial. Setelah dapat dipahami oleh mitra, maka kemudian tim berlanjut pada peralatan penunjang pengeditan foto dan vidio produk agar lebih menarik. Pada pelatihan kali ini lebih aplikatif karena peserta langsung mempraktekkan. Pendampingan praktek dilakukan oleh seluruh tim pengabdian secara intensif sampai para mitra bisa membuat foto dan vidio produk agar lebih menarik. Tahapan akhir proses pendampingan adalah Ketika foto dan vidio produk agar lebih menarik disebarluaskan melalui media social mereka masing-masing.



Gambar 3. Proses Penggarapan Foto dan Video Produk

SIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan ini terdapat beberapa hal yang merupakan simpulan dari kegiatan ini, antara lain: Kegiatan telah dilaksanakan dengan baik, dilihat dari sisi waktu pelaksanaan, materi yang disampaikan, hingga antusiasme khalayak sasaran, Khalayak sasaran yang berjumlah 8 orang peserta komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo akan menularkan ilmu dan keterampilan yang diperoleh kepada lingkungan di sekitarnya, Khalayak sasaran merupakan komunitas UMKM Kelurahan Mangunharjo. Dengan demikian kegiatan ini akan berdampak kepada perekonomian Indonesia.

SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Bertolak dari pelaksanaan kegiatan ini terdapat beberapa saran yang perlu diajukan, antara lain:

- 1) Banyak khalayak sasaran yang sangat membutuhkan sentuhan akademik maupun *skills* dari Politeknik Negeri Semarang. Untuk itu selayaknya Polines meningkatkan anggaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sedemikian sehingga mampu menyentuh khalayak sasaran yang menjadi targetnya.
- 2) Panitia pelaksana diberi fleksibilitas dalam pengelolaan anggaran sedemikian sehingga mampu menyesuaikan dengan kebutuhan khalayak sasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat Politeknik Negeri Semarang, Tembalang yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa mengucapkan terimakasih kepada mitra UMKM Mangunharjo karena telah bersedia berbagi pengalaman dan untuk kemajuan serta kesejahteraan mitra komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Jacobsen, Paul Eggen, dan Donald Kauchak. (2009). *Methods for Theaching Metode-Metode Pengajaran Meningkatkan Belajar Siswa TK-SMA*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Diansyah, R., Syahril, Aryanto, Arribe, E., & Winarso, D. (2017). *PENGUATAN UMKM MELALUI PELATIHAN BLOG*. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu negeRI*.
- Djukisana, F. (2014) ‘Implementasi Kebijakan Pelayanan Surat Izin Usaha Perdagangan Di Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Manado’, *Jurnal Administrasi Publik UNSRAT*, 2(3), p. 1217.
- Hamzah B. Uno. (2008). *Model Pembelajaran Menciptakan Proses Belajar Mengajar yang Kreatif dan Efektif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Intermedia, Beon. 2022. Foto Produk: Pengertian, Manfaat, Jenis, dan Tips Foto. <https://www.jagoanhosting.com/blog/foto-produk/>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. 2019. Apa Itu Industri 4.0 dan Bagaimana Indonesia Menyongsongnya.
- Kuncie. 2023. Foto Produk: Jenis, Tips, Panduan untuk Pemula, Serta Contohnya. <https://www.kuncie.com/posts/tips-foto-produk>
- Ririsaci 2014. Apa Itu Jasa Video Produk? [Pengertian & Manfaat].
- Roestiyah. (2001). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudjana. (2005). *Metode dan Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Falah Production.
- Wahyu, C. et al. 2021. Pengembangan Digitalisasi Usaha Mikro Kecil Menengah Di Dusun Sawahan Sidoarjo, 01(02), pp. 1–7.
- Zakawali, Gifari. 2022. Siap Memasuki Era Industri 5.0? Intip Peluang Bisnisnya!