



Pelatihan Foto Produk sebagai Upaya Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Product Photo Training as an Effort to Improve the Competence of Islamic Communication and Broadcasting Students

Ainun Fitri Mughiroh^{1*}, Robi'ah Machtumah Malayati²

^{1,2}Universitas Hasyim Asy'ari, Indonesia

*Korespondensi penulis: ainunfitrimughiroh@gmail.com

Article History:

Received: 21 September 2024

Revised: 28 Oktober 2024

Accepted: 22 November 2024

Online Available: 25 November 2024

Keywords: Photography, Product Photos, Digital.

Abstract: *The application of digital marketing in the business world requires diverse skills, one of which is the ability to process visual content, such as photography, to make published products more appealing. This need arises because, in the current era of digital technological advancement, people tend to engage in buying and selling activities through online platforms. Consumers are more likely to be attracted to a product if its visual content is presented in a creative and engaging manner. This mentoring program aims to enhance participant's skills in transforming products into visual content with creative and unique value. The program employs direct mentoring and hands-on practice, following the delivery of foundational photography theory to the trainees. Participants are divided into six groups, each assigned different tasks and photo concepts. This approach encourages teamwork among students in the Islamic Communication and Broadcasting program. In photography, producing a compelling work requires thorough preparation and a well-thought-out concept to ensure a smooth process and satisfactory results. The outcome of this program demonstrates that students have comprehended the materials provided by the mentors. This is evidenced by active interactions among participants discussing concepts, composition, proper photography techniques, lighting application, shooting angles, and other related aspects.*

Abstrak

Memanfaatkan digital marketing pada dunia usaha membutuhkan keterampilan yang bermacam-macam, salah satunya adalah cara mengolah sebuah konten visual berupa foto agar produk yang dipublikasi terlihat menarik. Hal ini disebabkan karena di era perkembangan teknologi digital saat ini, masyarakat cenderung melakukan aktifitas jual beli melalui media online. Masyarakat akan mudah tertarik pada sebuah produk jika foto atau konten visualnya dikemas dengan menarik dan kreatif. Pendampingan ini bertujuan untuk mengasah keterampilan peserta dalam mengolah sebuah produk menjadi konten visual yang memiliki nilai kreatif dan unik. Menggunakan metode pendampingan dan praktik secara langsung kepada peserta pelatihan yang telah dibekali materi terkait teori dasar fotografi. Peserta dibagi menjadi enam kelompok dengan tugas dan konsep foto yang berbeda. Hal ini dimaksudkan agar peserta yang merupakan mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dapat bekerjasama secara tim. Dalam dunia fotografi untuk menciptakan sebuah karya dibutuhkan persiapan dan konsep yang matang, supaya proses pengerjaan dan hasilnya dapat berjalan sesuai yang diharapkan. Hasil dari pendampingan ini terlihat mahasiswa telah memahami materi yang diberikan oleh pendamping yang dibuktikan dengan adanya interaksi antar peserta dalam mendiskusikan tentang konsep, komposisi, cara pengambilan foto yang baik dan benar, penerapan teknik pencahayaan, angle pemotretan, dan sebagainya.

Kata Kunci: Fotografi, Foto Produk, Digital, Komunikasi dan Penyiaran Islam

1. PENDAHULUAN

Fotografi atau dalam bahasa Yunani berasal dari kata *Photos* yang berarti cahaya, dan *Graphien* yang berarti menggambar. Maka fotografi secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu metode atau proses menghasilkan gambar atau foto dari memanfaatkan pantulan cahaya yang mengenai objek pada media rekam peka cahaya atau kamera. (Fotografi, Febri Liantoni). Fotografi memiliki perjalanan sejarah yang sangat panjang hingga menjadi seperti saat ini, baik dari segi perkembangan peralatan, ide kreatif, kategori fotografi, dan sebagainya. Di era modern seperti saat ini, peralatan fotografi telah berkembang menjadi peralatan yang canggih dan telah disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. Dalam hal ini, fotografer dituntut untuk menciptakan karya fotografi yang menarik dan dapat dinikmati khalayak.

Fotografi memiliki beragam jenis atau kategori sesuai objek atau subjek yang difoto, contoh fotografi human interest merupakan kategori fotografi yang berfokus pada manusia beserta aktifitasnya, fotografi makro merupakan jenis fotografi yang memotret hewan dengan ukuran kecil, fotografi landscape yang lebih fokus pada hasil foto pemandangan alam, dan beragam jenis dan kategori fotografi lainnya. Menurut (Lisawati & Sakre, 2022) kategori dalam fotografi bertujuan untuk memudahkan dalam pemaknaan realitas. Pekerjaan menjadi fotografer pada era saat ini merupakan hal yang tidak sulit untuk dicapai, terlebih mudahnya seseorang mencari referensi karya yang tersebar di internet yang dapat digunakan sebagai rujukan karyanya.

Salah satu kategori fotografi yang sedang populer dikalangan penghobi maupun orang awam adalah fotografi produk atau fotografi iklan. Jenis atau kategori fotografi ini menjadi populer disebabkan karena kemunculan pengusaha – pengusaha atau UMKM yang ingin memperkenalkan produk – produk mereka dan menggunakan jasa fotografer supaya memiliki daya tarik pada produknya ketika diiklankan. Fotografi produk memiliki tingkat kesulitan yang tinggi dalam proses pembuatannya. Menurut (Setiadi, 2023) menyebutkan bahwa hal ini dikarenakan fotografi produk lebih cenderung membuat foto dari pada mengambil foto. Yang artinya seorang fotografer tak hanya mengambil foto yang kemudian diedit, namun seorang fotografer akan dituntut untuk membuat konsep tentang produk yang menjadi objeknya supaya dapat menarik perhatian khalayak. Menurut (Harsanto, 2020) dalam dunia periklanan, fotografi memiliki tiga aspek peran didalamnya, yakni fotografi sebagai bentuk duplikat suatu realitas, fotografi merupakan sebuah fakta, fotografi sebagai media pemasaran suatu iklan.

Dalam jenis fotografi produk, setiap produk memiliki karakteristik yang berbeda, dan ini memerlukan pendekatan yang berbeda pula dalam pengambilan gambar. Misalnya, foto produk makanan akan berbeda tekniknya dibandingkan dengan produk elektronik atau fashion. Menurut (Purwanto & Veranita, 2018) menyebutkan bahwa fotografi produk merupakan bidang fotografi yang berfokus pada pengembangan teknik pengambilan gambar sebuah produk, baik skala kecil, skala besar, terutama produk yang nampak. Sebuah produk akan dapat menarik perhatian khalayak atau calon konsumen apabila dikemas menjadi sebuah iklan produk yang kreatif dan menarik. Seorang fotografer tentunya memiliki beberapa orang tim atau individu yang memiliki tugas masing – masing dan saling bekerjasama untuk menghasilkan ide – ide kreatif.

Mahasiswa KPI memiliki minat dan bakat dibidang jasa dan kewirausahaan seperti produk makanan atau produk lainnya, maka fotografi produk berperan besar dalam menyampaikan pesan produk, jasa, atau mereknya kepada audiens. Dalam konteks Komunikasi dan Penyiaran Islam, pelatihan fotografi produk ini bisa menjadi sarana yang efektif bagi mahasiswa untuk belajar membuat konten visual yang kuat, terutama dalam konteks dakwah digital dan pemasaran produk-produk Islami. Contohnya, dalam mempromosikan produk halal, buku-buku Islami, atau layanan komunitas, mahasiswa bisa menerapkan teknik fotografi produk untuk menghasilkan konten visual berkualitas yang mampu menyampaikan informasi dan nilai produk secara efektif dan mudah dipahami oleh audiens.

Selain itu, pelatihan foto produk juga melatih mahasiswa KPI untuk memahami bagaimana estetika dan komposisi foto dapat memengaruhi persepsi audiens terhadap suatu pesan atau produk. Sebagai contoh, pemahaman tentang pencahayaan, pengaturan latar, hingga sudut pengambilan gambar dapat membantu mahasiswa untuk menghasilkan visual yang menarik dan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Pelatihan foto produk tentunya akan mengajarkan mereka untuk menyesuaikan komposisi foto dengan identitas produk atau merek yang ditonjolkan dalam konten Islami, sehingga lebih meyakinkan, autentik, dan memiliki daya tarik.

Melalui pelatihan fotografi produk, mahasiswa KPI juga dapat mempelajari keterampilan digital marketing yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. Mahasiswa bisa memahami bagaimana cara meningkatkan *engagement* atau interaksi audiens melalui visual produk yang baik, sehingga membantu dalam menyebarkan informasi atau edukasi secara efektif di media sosial maupun platform online lainnya. Fotografi produk yang menarik akan mampu menarik minat audiens lebih besar terhadap pesan atau produk Islami yang dipromosikan,

mendukung peran dakwah melalui media sosial dengan pendekatan yang kreatif dan kontemporer.

Adapun alasan adanya pelaksanaan pelatihan terkait fotografi produk yang dilakukan yaitu kurangnya jam praktik dan keterbatasan jam pembelajaran mengakibatkan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang baru belajar dan belum handal dalam bidang fotografi, menjadikan mereka tidak cukup bereksperimen untuk menemukan gaya, teknik yang tepat serta kemampuan pemecahan masalah menjadi tidak berkembang dan optimal. Waktu yang terbatas membuat materi disampaikan terburu-buru sehingga kurang fokus pada aspek-aspek penting, seperti pencahayaan, angle, atau post-processing. Selain itu, foto produk yang baik sering membutuhkan penilaian atau *feedback* dari orang lain, salah satunya dari pengajar. Jika kelas memiliki waktu yang terbatas untuk diskusi atau evaluasi karya foto, mereka tidak akan mampu memahami aspek-aspek yang perlu diperbaiki. Disamping itu, hasil foto akan kurang menarik, tidak cukup tajam, atau bahkan gagal menyampaikan pesan produk dengan efektif. Kombinasi dari pemahaman teknis dan praktik yang intensif adalah kunci untuk meningkatkan kualitas fotografi produk. Melihat pentingnya jenis foto tersebut dan permasalahan yang ada, maka penting adanya pelatihan terfokus untuk foto produk, meskipun telah terdapat materi ajar tentang foto produk dalam perkuliahan.

2. METODE

Dalam pendampingan pelatihan ini diikuti oleh mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang yang dilaksanakan di laboratorium multimedia Komunikasi dan Penyiaran Islam. Sebelum mengikuti pelatihan tersebut mahasiswa telah dibekali oleh pendamping berupa materi – materi terkait dan praktik langsung yang dilaksanakan di kelas maupun di laboratorium. Adapun metode dalam pendampingan ini yaitu meliputi tahapan – tahapan yang terdiri dari: (1) Identifikasi kebutuhan yaitu mengamati langsung kondisi mitra yaitu dalam prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk mengetahui aspek yang perlu ditingkatkan. (2) Pendekatan partisipatif yaitu diskusi dengan melibatkan perwakilan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam untuk menggali informasi dan bertukar ide serta mencari solusi bersama. (3) Pelaksanaan pendampingan dalam praktik yaitu mendampingi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengeksplor ide dan mencoba melakukan praktik foto secara mandiri. (4) Evaluasi hasil praktik dan penutupan yaitu berupa evaluasi hasil dari praktik foto yang dihasilkan oleh mahasiswa

Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta refleksi mahasiswa dengan berbagi pengalaman, kesan, serta pelajaran yang didapat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan fotografi dengan fokus fotografi produk diikuti oleh 30 peserta dari mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Kegiatan tersebut dilaksanakan di laboratorium multimedia komunikasi dan penyiaran islam yang diselenggarakan pada hari 28 s/d 29 Oktober 2024 pukul 09:00 – 12:00 WIB.

Dalam pelaksanaannya, peserta dibagi menjadi 6 kelompok dengan masing – masing tema yang berbeda. Setiap kelompok memiliki tugas masing – masing yang dibagi sesuai dengan proporsi tugasnya, ada yang bertugas sebagai fotografer, pengarah gaya, dan model. Hal ini dimaksudkan untuk menumbuhkan rasa kerjasama tim pada mahasiswa, dan rasa bertanggung jawab pada setiap tugas yang dilaksanakan. Selain itu, dalam dunia kreatif juga dibutuhkan saling berkolaborasi untuk dapat menciptakan karya yang sesuai dengan yang diinginkan.



Gambar 1. Pelaksanaan pengambilan foto komersil

Gambar diatas menunjukkan kegiatan pelaksanaan dalam pengambila foto yang dilakukan secara berkelompok. Setiap kelompok mempraktikkan materi yang telah disampaikan sebelumnya, baik dari pencahayaan, angle, komposisi, dan lain sebagainya guna untuk menghasilkan konsep foto terbaik. Menurut (Muadz, 2022) komposisi merupakan gabungan antar elemen yang dibatasi oleh bingkai atau frame pada kamera. Komposisi dalam karya foto menjadi dasar penting penciptaan suatu karya dan menjadi aspek utama sebagai realisasi sebuah konsep. Menurut (Nugroho, 2020) menyebutkan bahwa konsep memiliki tujuan untuk mempermudah dan memperlancar ketika eksekusi atau memproduksi suatu karya. Diskusi kelompok juga dilakukan

selama proses pelaksanaan foto. Diskusi yang dilakukan yaitu terkait hasil foto yang diambil. Sehingga, ketika hasil foto kurang memuaskan dan tidak sesuai, maka pengulangan proses foto dilakukan kembali.



Gambar 2. Foto Produk Dengan Teknik Refleksi Pencahayaan

Gambar diatas adalah praktik pengambilan gambar dengan teknik pencahayaan yang memanfaatkan reflektor sebagai alat pantulan cahaya yang berfungsi untuk mengisi cahaya pada bagian – bagian objek yang tidak tersinari atau dalam kondisi kurang terang. Menurut (Kirana, 2012) kualitas sebuah foto yang baik adalah memiliki kondisi pencahayaan yang tepat, tidak terlalu terang atau pun tidak terlalu gelap. Adapun sumber cahaya pada proses pengambilan gambat didapatkan dari flash external. Teknik ini berfungsi untuk menghasilkan gambar yang jernih dan terang, karena objek foto disinari oleh cahaya dari berbagai sisi.



Gambar 3. Pengarahan Teknik dalam Pegambilan Gambar oleh Dosen

Pada gambar diatas, keikutsertaan pendamping dalam memberikan contoh tentang teknik pengambilan gambar kepada mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam penerapan di beberapa materi, seperti penentuan angle atau sudut foto. Angle atau sudut bidik menurut (Nugrahajati dan Targo, 2011) merupakan posisi pengambilan sudut foto terhadap objek agar maksud dari foto dapat tersampaikan. Dalam fotografi terdapat tiga sudut bidik atau angle yakni low angle, high angle, dan mid angle. Interaksi antara pendamping dan mahasiswa dalam pelatihan ini menunjukkan sikap kolaboratif untuk mencapai tujuan yang sama, yakni pemahaman terkait fotografi pada mahasiswa. Berikut adalah hasil karya dari beberapa mahasiswa yang mengikuti pelatihan fotografi produk:



Gambar 4. Hasil Pengambilan Foto Komersil

Foto diatas merupakan beberapa karya foto produk dari mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, adapun gambar pada sisi kiri diatas memiliki konsep hitam putih pada talent atau modelnya untuk menambah kesan dramatis pada objek manusia, namun tetap mempertahankan warna asli dari produk yang dipegang yakni minuman kopi instan. Sementara itu, gambar yang ada ditengah menjelaskan tentang produk *skincare* atau perawatan kulit yang lengkap dengan *tone* foto berwarna merah muda yang senada dengan warna baju dan warna produknya untuk menambah kesan estetik dan feminim. Sementara gambar yang terdapat pada sisi kanan menjelaskan tentang produk *make up* dengan konsep objek foto produk yang diposisikan berdekatan dengan wajah sebagai pemaknaan bahwa produk tersebut digunakan untuk wajah. Menurut (Gunawan, 2012) pemilihan warna dalam fotografi merupakan suatu komposisi yang bisa menjadi daya tarik atau fokus utama yang dapat dikolaborasikan bersama dengan elemen lain untuk menciptakan tema atau mood tertentu.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan pelatihan fotografi pada mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UNHASY terlaksana dengan baik dan lancar. Hasil karya foto peserta pelatihan sebagai bukti pemahaman peserta terkait materi teori yang telah disampaikan pendamping telah sesuai dengan yang diharapkan. Peserta aktif berdiskusi untuk menentukan konsep foto dan melaksanakan praktik sesuai arahan dari pendamping. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa telah memahami materi terkait teori dasar fotografi beserta praktiknya.

5. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Hasyim Asy'ari Terbuiireng Jombang yang telah menyediakan sarana tempat beserta fasilitas di Laboratorium Multimedia KPI untuk kegiatan pelatihan ini. Serta kepada para peserta pelatihan yakni mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini sehingga kegiatan pelatihan ini dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR REFERENSI

- Gunawan, A. P. (2012). Peranan warna dalam karya fotografi. *Humaniora*, 3(2).
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3397>
- Harsanto, P. W. (2019). *Fotografi desain*. PT. Kanisius.
<https://books.google.co.id/books?id=eS6IEAAAQBAJ>
- Kirana, D. C. (2012). *Menjadi fotografer dengan kamera digital: Untuk hobi dan bisnis*. Lembar Langit Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=WNHGCQAAQBAJ>
- Liantoni, F. (n.d.). *Fotografi*. Eureka Media Aksara.
- Lisawati, N., & Sakre, T. (2022). Analisis karya fotografi digital imaging. *Racana: Jurnal Pendidikan Seni dan Budaya*, 3(1), 29-36.
<https://jurnal.unipasby.ac.id/index.php/racana/article/view/5225>
- Muadz. (2022). *Membingkai momen dengan kamera: Dasar fotografi untuk mahasiswa ilmu komunikasi*. Unisri Press. <https://books.google.co.id/books?id=O-qbEAAAQBAJ>
- Nugraajati, P. T. (2011). *Buku pintar fotografi dengan kamera DSLR*. Indonesia Tera.
<https://books.google.co.id/books?id=MoLpAgAAQBAJ>
- Nugroho, Y. W. (2020). *Khazanah fotografi & desain grafis*. DeppPublish.
<https://books.google.co.id/books?id=6zRgEAAAQBAJ>
- Purwanto, Y. S. (2018). Pelatihan fotografi dasar bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Jurnal Dharma Bhakti STIE Ekuitas*.
<https://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/427>
- Setiadi, T. (2023). *Fotografi periklanan (produk dan jasa)*. Yayasan PAT.