

Pelatihan Penggunaan *Smartphone* untuk Melakukan Foto Produk dan Editing Foto sebagai Pembuatan Iklan Produk bagi Anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur

Susilowati*¹, Gan Gan Giantika², Azwar Munanjar³, Ichsan Widi Utomo⁴

^{1,2,3,4}Penyiaran, Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

*e-mail: susilowati.ssi@bsi.ac.id¹, gan.ggt@bsi.ac.id², azwar.azw@bsi.ac.id³, ichsan.iwu@bsi.ac.id⁴

Abstrak

Kegiatan yang menjadi bagian program Pengabdian Kepada Masyarakat (PM) mempunyai tujuan guna menambah kemampuan mitra dalam mengambil foto produk dalam pembuatan iklan menggunakan Smartphone. Permasalahan yang dialami mitra adalah; Ketidaksamaan latar belakang pendidikan dan kurangnya pemahaman para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Jakarta Timur untuk melakukan promosi produknya menggunakan media social dengan menampilkan foto produk yang baik dan menarik, serta Latar belakang dari anggota mitra yang heterogen sehingga memerlukan pengetahuan dalam pengambilan foto dan melakukan editing foto produk menggunakan kamera Smartphone; Metode pelaksanaan yang digunakan adalah dengan pelatihan dilakukan secara langsung dan tatap muka dengan melakukan beberapa tahapan yaitu tahap persiapan yaitu survey lokasi kegiatan, tahap pelaksanaan yaitu pelatihan pelatihan dalam penggunaan Smartphone untuk foto produk dan editing foto sebagai pembuatan iklan produk bagi anggota dari RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur, tahap monitoring dan evaluasi untuk melihat efektifitas dan respon peserta. Hasil yang didapat dari pemaparan materi, pelatihan dan praktek telah menambah wawasan peserta dalam penggunaan Smartphone untuk foto produk dan editing foto sebagai pembuatan iklan produk bagi anggota dari RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur.

Kata kunci: Editing Foto, Foto Produk, Smartphone

Abstract

Activities that are part of the Community Service (PM) program aim to increase partners' ability to take product photos in making advertisements using Smartphones. The problems experienced by partners are; Inequality in educational background and lack of understanding of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Jakarta to promote their products using social media by displaying good and attractive product photos, as well as heterogeneous backgrounds from partner members so that knowledge is required in taking photos and editing product photos using a Smartphone camera; The implementation method used is direct and face-to-face training by carrying out several stages, namely the preparation stage, namely activity location surveys, the implementation stage, namely training in the use of Smartphones for product photos and photo editing as making product advertisements for members of RPTRA Payung Tunas Teratai East Jakarta, monitoring and evaluation stage to see the effectiveness and response of participants. The results obtained from the presentation of the material, training and practice have added to the participants' insight in using Smartphones for product photos and photo editing as product advertisements for members of the East Jakarta RPTRA Payung Tunas Teratai.

Keywords: Photo Editing, Product Photo, Smartphone

1. PENDAHULUAN

Didalam perkembangan teknologi mempengaruhi kehidupan masyarakat secara signifikan, baik pada kehidupan orang dewasa maupun pada anak-anak. Dalam menciptakan lingkungan yang kondusif, dalam berbagai lingkungan masyarakat seperti lingkungan keluarga, masyarakat bahkan dalam lingkungan pendidikannya, maka diperlukan suatu interaksi yang sangat baik dengan lingkungan tersebut. Sarana untuk menjalin interaksi tersebut adalah ruang publik yang dapat mendukung interaksi sosial yang terdapat dalam masyarakat.

DKI Jakarta mempunyai penduduk yang sangat padat dibandingkan dengan provinsi lainnya, sehingga pemerintah DKI Jakarta membangun ruang publik yang merupakan sarana

sebagai bentuk rasa peduli dengan anak-anak di wilayah DKI Jakarta, yaitu dengan sebutan Ruang Publik Terpadu Ramah Anak atau disingkat RPTRA.

Berdasarkan Tempo tentang RPTRA yaitu suatu lingkungan yang terpadu dan berintegrasi guna memberikan pelayanan dari berbagai usia sebagai suatu ruang terbuka hijau, tempat untuk membangun perkembangan anak serta memberikan pelayanan pada masyarakat. RPTRA pada umumnya dibangun di lingkungan yang memiliki penduduk yang padat. RPTRA ini secara khusus dibangun di daerah-daerah permukiman padat. (Simatupang et al., 2020)

Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) yaitu sebuah ruang umum yang merupakan ruang terbuka hijau ramah anak, dengan menyediakan banyak fasilitas yang bisa memberikan dukungan pada pola kembang anak, rasa nyaman bagi orangtua, juga sebagai wadah untuk dapat melakukan interaksi seluruh warga yang berasal dari aneka kalangan. (DPRKP, 2020)

Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA) merupakan tempat atau suatu area yang terbuka dengan menyatukan berbagai kegiatan serta aktivitas dari warga setempat dengan melakukan implementasi 10 (sepuluh) Program Pokok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga dengan Program Kota Layak Anak. RPTRA sendiri berfungsi sebagai: (1) Ruang terbuka yang ditujukan untuk umum, (2) Sebuah lahan untuk bermain dan pengembangan anak; (3) Sebagai fasilitas untuk melakukan kegiatan sosial bagi warga setempat, (4) Mengembangkan pengetahuan dan berbagai keterampilan dari anggota PKK di wilayah setempat; (5) Ruang terbuka hijau. (DPRKP, 2020)

Dengan adanya RPTRA berbagai kegiatan dapat dilakukan salah satunya adalah dengan melakukan kegiatan dengan anggota PKK yang juga mengembangkan UMKM di wilayah tersebut. Seperti halnya yang dilakukan di RPTRA Payung Tunas Teratai Kelurahan Cipayung. Dimana terdapat ibu-ibu yang tergabung dalam group UMKM di wilayah Kelurahan Cipayung Jakarta Timur.

Dengan pesatnya perkembangan UMKM yang semakin tinggi di Indonesia, maka menjadikan para pelaku usaha UMKM dapat lebih kreatif dan juga berinovatif untuk melakukan proses strategi pemasaran yang merupakan hal yang penting dalam kehidupan berwirausaha. Sehingga diperlukan kejelian dan juga ketelitian dalam mewujudkan strategi yang kuat dan siap dalam menghadapi ketatnya persaingan pasar.

UMKM atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah seperti yang dijelaskan pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah suatu organisasi yang dapat digolongkan menjadi suatu UMKM yaitu sebuah perusahaan tidak besar milik dan juga dalam pengelolaan orang perorang atau milik suatu kelompok kecil orang dengan laba dan profit tertentu. (LPPI, 2015)

Dengan perkembangan teknologi saat ini, maka para pelaku UMKM dituntut untuk lebih meningkatkan sisi kreatifitasnya, dan dikarenakan UMKM mempunyai sifat yang padat akan karya serta tidak memerlukan banyak syarat dan juga penggunaan modal usaha yang relatif kecil, dan juga menggunakan teknologi yang pada umumnya sederhana. Maka dengan menggunakan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, memanfaatkan pemasaran dengan menggunakan digital menjadikan sebuah langkah baru untuk para pelaku UMKM agar dapat bertahan dalam kondisi apapun dan juga menjadikan titik pusat dari kuatnya perekonomian saat ini, diantaranya dengan memanfaatkan media sosial dalam melakukan pemasaran secara online.

Guna meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM di dalam memasarkan produknya atau memberikan informasi kepada masyarakat sebagai konsumennya, maka dibutuhkan peningkatan dalam kemampuan untuk mendapatkan foto atau suatu gambar dari produk mereka yang kemudian akan digunakan untuk promosi atau pemasaran di media sosial secara online. Sehingga para UMKM dapat melakukan promosi dengan memuat foto yang bagus serta mempunyai nilai publikasi yang tinggi.

Untuk meningkatkan kemampuan dalam mengambil foto dengan menggunakan *Smartphone* serta mengeditnya, maka dibutuhkan suatu kegiatan dalam melatih teknik pengambilan foto dan mengeditnya hanya dengan menggunakan *Smartphone* yang kemudian akan digunakan sebagai foto untuk memasarkan produk dari para UMKM, maka Universitas Bina Sarana Informatika Fakultas Komunikasi dan Bahasa khususnya Program Studi Penyiaran menyelenggarakan pengabdian masyarakat bekerja sama dengan RPTRA Payung Tunas Teratai Kelurahan Cipayung Jakarta Timur dan sebagai anggotanya adalah para UMKM yang berada di

wilyah RPTRA dengan mengangkat tema “Pelatihan Penggunaan *Smartphone* Untuk Melakukan Foto Produk Dan *Editing* Foto Sebagai Pembuatan Iklan Produk Bagi Anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur”, dengan tujuan dari Pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kreatifitas para peserta UMKM diwilayah Kelurahan Cipayung Jakarta dalam pengambilan gambar dan melakukan *editing* menggunakan kamera *Smartphone*.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa studi Pustaka, diantaranya adalah fotografi, *Smartphone photography*. Istiah dari Fotografi seperti yang diungkapkan oleh Basalamah & Adiati yaitu; bila dilihat dari asal katanya dari Bahasa inggris, yaitu *photography* yang juga merupakan istilah yang diambil dari kata Yunani, yaitu “*photos*” yang mempunyai arti cahaya, dan kata “*grafa*” yang berartikan melukis/menulis. Dan bila diartikan dari istilah Bahasa Inggris yaitu fotografi mempunyai arti keahlian seni ataupun ilmu pengetahuan yang gunakan dalam membuat sebuah gambar yang dapattahan lama ataupun cahaya dan radiasi elektromagnetik yang lain dengan cara diproses kimia dan sensor sebagai perantaranya. (Saliama & Wibowo, 2020)

Menurut Sudjojo yang dikutip oleh Gani & Kusumalestari bahwa fotografi merupakan teknik atau cara mengambil foto dengan baik, mengerti bagaimana cara pengaturan cahaya, serta mengolah gambar menjadi lebih baik, termasuk semua yang mempunyai keterkaitan dengan fotografi itu sendiri. Sebuah foto sebagai karya seni mengandung nilai estetika yang mencerminkan pikiran dan perasaan fotografer yang ingin menyampaikan pesan dari gambar/foto tersebut. Fotografi menghasilkan gambar yang begitu kaku, membosankan dan hambar sehingga kita tidak bisa hanya mengandalkan berbagai teori tentang cara pengambilannya. (Tanjung, 2016)

Fotografi produk merupakan salah satu bidang dalam fotografi dengan mengembangkan cara dan teknik dalam pengambilan suatu gambar dari sebuah produk, baik dari skala yang besar ataupun skala yang kecil. Sepertihalnya yang diungkapkan oleh Kretova yang mengatakan bahwa “*Product photography is a genre of commercial photography intended to demonstrate products to corporate customers or showcase items created by an organization or individual. Product photography is used in online shops and portfolios, print and digital catalogs. used in.*” Tujuan dari tipe fotografi ini sangatlah jelas, ialah membidik gambar dari sebuah produk yang diperuntukkandipasarkan maka dengan tujuan tersebut, maka hasil dari foto yang diambil harus sangat jelas dan bisa menggambarkan dengan lengkap dan seperti yang terdapat dalam misi yang ada dalam produk itu. (Solihin & Fiandra, 2022)

Menurut Nguyen, *Smartphone* merupakan perangkat yang erat kaitannya dengan masyarakat modern. Tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai perangkat yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan mulai dari hiburan hingga informasi Perkembangan teknologi kamera *Smartphone* sudah cukup tua. Dari kamera yang dibatasi pada mode otomatis sampai dengan mode manual contohnya kamera profesional (DSLR/mirrorless, dll.). (Alyatalathaf, 2021)

Fotografi telah menjadi tren sosial yang sangat dikenal oleh masyarakat saat ini. Bahkan, saat inihanya dengan menggunakan *Smartphone* siapa pun bisa menjadi fotografer tanpa harus peralatan dari kamera yang mahal, maka hal ini pulalah yang akan dijadikan tema pelatihan dalam Pengabdian masyarakat ini yaitu dengan menjelaskan tentang teknik pengambilan gambar dengan kamera *Smartphone*, termasuk proses editingnya. Pelatihan yang diberikan meliputi apa yang perlu diketahui tentang sensor, lensa, dan pengaturan dari setiap *Smartphone* agar bisa melakukan editing serta melakukan peningkatan yang akan didapat dari foto yang dihasilkan.

1.1. Materi Pembahasan Pengabdian Masyarakat

Dengan peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bahkan dengan dukungan akan tersedianya *virtual store* atau *took online* / dunia maya, menjadikan perkembangan usaha dan promosi produk menjadi sangat penting. Tidak membutuhkan perlengkapan yang mahal dan canggih, dengan menggunakan *Smartphone* sudah dapat mengakomodasikan seluruh proses jual beli yang berlangsung dengan virtual tersebut, seperti dalam pengambilan foto atau gambar produk, *editing* foto produk, bahkan dengan melakukan

editing tulisan hingga mengunggahnya sampai dengan transaksi. Semua proses kegiatan tersebut dapat menggunakan *Smartphone* tanpa harus menggunakan PC atau laptop, sehingga dapat dengan *Smartphone* dapat memudahkan untuk memindahkan hasil foto kemedi sosial yang dituju. Untuk dapat mendapatkan foto yang kita ambil lebih menarik dan bagus untuk dapat kita unggah ke media social, maka kita dapat melakukan pengambilan foto dengan fitur yang telah disediakan di *Smartphone* dan juga melakukan edit foto tersebut.

1.2. Mengenal Fitur Kamera pada *Smartphone*

Didalam Kamera yang terdapat pada setiap *Smartphone* telah tersedia beberapa fitur diantaranya adalah sebagai berikut (Cipto, 2021) yaitu :

a. *Grid*

Grid dapat menjadikan mudahnya dalam penempatan suatu objek pada bingkai foto. Saat akan mengaktifkannya akan terlihat kemunculan 2 buah garis horisontal dalam kondisi sejajar serta 2 buah garis secara vertikal yang juga dalam keadaan sejajar, selanjutnya layar akan terbagi kedalam 9 bagian. Penggunaan fitur *Grid* ini dapat memudahkan dalam penggunaan aturan dari sepertiga dalam bingkai, dapat membuat foto menjadi lurus atau memperbaiki supaya tidak menjadi miring, dan banyak macam lainnya yang dapat dilakukan dengan menggunakan fitur ini.

b. Fokus Tetap (*fixed-focus*)

Fokus Tetap atau *fixed-focus* yaitu sebuah fitur fokus dasar yang terdapat pada kamera di *Smartphone* dengan pengaturan dengan jarak yang ditentukan oleh pengguna dan tidak dapat disesuaikan.

c. *Focus Automatic* (Auto-Fokus) (Isbalna, 2019)

Fokus otomatis atau *auto-focus* yaitu suatu fitur digital pada kamera *Smartphone* yang dapat membuat foto ataupun gambar menjadi lebih jelas dengan cara otomatis.

d. *Makro* (*Macro*)

Makro atau *Macro* yaitu sebuah istilah yang dipakai dalam mengambil gambar dengan jarak yang dekat pada kamera *Smartphone*. Mode makro ini dapat menjadikan pengambilan suatu foto pada jarak yang sangat dekat, seperti foto dengan cara *close-up*, dan biasanya pada jenis ini diperlengkapi dengan fitur fokus secara otomatis (*auto-focus*).

e. *Aspect Ratio*

Aspect ratio yaitu suatu perbandingan diantara panjangnya foto dengan lebarnya sebuah foto. Bila foto itu berbentuk persegi, yang artinya mempunyai panjang dan lebar yang sama, sehingga foto itu mempunyai *aspect ratio* 1:1. *Aspect ratio* ini merupakan sebuah ciri yang khas pada media social Instagram sebelum adanya format secara *landscape* dan juga *portrait*. Pada umumnya *Smartphone* mempunyai *aspect ratio* 4:3, 3:2 dan juga 16:9. Pada pemakaian *aspect ratio* dapat menjadikan kesan yang lebih leluasa untuk dapat memberikan hiasan pada bingkai suatu foto dengan batasan dengan membandingkan antara panjang dan lebar suatu foto.

f. *Timer*

Timer yang terdapat di dalam kamera sebuah *Smartphone* pada umumnya mempunyai rentang waktu dalam 2 detik, 5 detik, dan juga 10 detik. Apabila kita ada pada keadaan cahaya yang rendah pada saat menghadap suatu objek dalam sebuah pemotretan yang mempunyai kecenderungan statis maka dapat menggunakan timer 2 detik guna mengambil gambarnya. Kenapa harus menggunakan *timer*? Dikarenakan dengan penggunaan timer dapat mengurangi guncangan kecil pada *Smartphone*. Guncangan kecil yang terjadi pada sebuah *Smartphone* pada saat melakukan pemotretan dengan pencahayaan yang rendah maka akan menjadikan sebuah gambar menjadi tidak jelas atau *blur*. Hal ini dikarenakan kecepatan rana pada kamera *Smartphone* lebih lambat dari pencahayaan sebuah *Smartphone* dalam kondisi tidak berguncang.

g. *Digital Zoom*

Digital zoom memiliki fungsi: *Cropping* mempunyai fungsi sebagai pemotong sebuah gambar agar tampak menjadi lebih besar pada layar *Smartphone*, akan tetapi hasil yang didapat

mempunyai kualitas lebih kecil dari resolusi foto dengan maksimal. *Optical Zoom* merupakan sebuah fitur yang sering dimiliki oleh kamera *Smartphone* yang dapat menjadikan gambar menjadi lebih dekat dari gambar aslinya, efek dari pembesaran dengan memakai satu set lensa *optic – optical zoom*.

h. HDR

HDR dapat menjadikan foto menjadi lebih terlihatimbang antara daerah yang memiliki pencahayaan yang kurang dan juga terang. Kemampuan dari mata suatu kamera dapat dikatakan masih jauh dengan kemampuan mata manusia, karena itu untuk memperoleh gambar yang terang dari ujung ke ujung bingkai dapat menggunakan fitur HDR yang terdapat pada kamera *Smartphone*.

i. Panorama

Apabila dalam perjalanan di alam terbuka, maka dapat menggunakan fitur panorama yang terdapat pada *Smartphone*. Meskipun fitur ini pada aplikasi bawaan menjadikan menurunnya resolusi, makadapat menggunakan aplikasi pihak ketiga guna memperoleh foto panorama dengan resolusi yang tinggi.

j. *Brightness* dan *Contrast*

Penambahan *brightness* dapat menyebabkan foto menjadi tambah cerah, akan tetapi jika dikurangi maka akan menjadikan kecerahan dari foto yang dihasilkan menjadi cenderung gelap. *Fitur contrast* memiliki kegunaan guna memberikan tambahan atau mengurangi tingkat pencahayaan dalam objek sebuah foto, dan memberikan tambahan *contrast* data menjadikan tingkat pencahayaan menjadi makin kuat, namun sebaliknya bila mengurangi dapat menyebabkan tingkat pencahayaan menjadi lemah. *brightness* dapat menjadikan pengaturan tingkat warna hitam, akan tetapi *contrast* menjadikan pengaturan tingkat warna putih. Hal ini dapat dicoba dengan pengaturan *brightness* atau *contrast* pada foto yang telah diambil dengan menggunakan edit foto, maka akan terlihat efek dari penambahan *contrast* terletak pada warna putih, dan *brightness* dapat terlihat pada efek pada warna hitam (Cipto, 2021).

1.2.1. Editing foto pada *Smartphone*

Smartphone untuk penggunaanya akan didapatkan menu yang pada perangkat *Smartphone* untuk melakukan *editing* foto. Bahkan fitur yang telah diberikan produsen dari *Smartphone* cukup komplis. Misalnya penambahan teks, mengatur efek gambar, memotong foto, dan menambahkan ketajaman warna serta masih banyak lagi. Cara penggunaan fitur dalam pengeditan foto menggunakan *Smartphone* sebagai yaitu :

- Membuka galeri foto.
- memilih foto yang akan dilakukan pengeditan.
- Mengedit foto menyesuaikan dengan selera dan fitur yang ada.
- Bila selesai melakukan pengeditan, maka dapat menekan klik pada ikon centang guna penyimpanan foto tersebut. (Bahri, 2022).

1.3. Profil RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur

Beberapa pelaku UMKM yang merupakan anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur khususnya yang berada di wilayah kelurahan Cipayung yang aktif dan juga melakukan usaha di sekitar kelurahan Cipayung menginginkan tambahan ilmu mengenai cara pengambilan foto dengan tidak harus menggunakan perlengkapan fotografi yang mahal, yaitu hanya dengan menggunakan *Smartphone* milik mereka guna kepentingan promosi produk-produk dari usaha mereka. Sehingga pada pengabdian masyarakat kali ini mengangkat tema “Pelatihan Dalam Penggunaan *Smartphone* Untuk Foto Produk Dan *Editing* Foto Sebagai Pembuatan Iklan Produk Bagi Anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur”.

Dalam pelatihan ini selain diberikan pelatihan tentang foto produk dan *editing* dengan kamera *Smartphone*, para peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan praktek secara langsung dari beberapa carapengambilan foto dan editing menggunakan *Smartphone* mereka. Sehingga para peserta pelatihan, diberikan pemahaman baru tentang memanfaatkan *Smartphone* selain sebagai alat komunikasi, tetapi jugadapat digunakan sebagai foto produk yang menarik.

RPTRA (Ruang Publik Terpadu Ramah Anak) sebagai salah satu upaya Pemerintah Daerah DKI Jakarta untuk mewujudkan hak-hak anak dan merealisasikan Kota Layak Anak (KLA), menjadi program yang manfaatnya dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur yang beralamat di Jalan Budi Murni 2 RT 6 RW 3.



Gambar 1. Logo RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur

Sebagai RPTRA pertama di Kelurahan Cipayung telah resmi dibuka secara simbolis pada 14 Februari 2017, oleh Gubernur DKI Jakarta Basuki Djahaja Purnama, bersama 112 RPTRA lainnya. Namun pemanfaatan fasilitas RPTRA telah dirasakan masyarakat internal kelurahan Cipayung maupun sekitar kelurahan Cipayung sejak 03 Januari 2017. RPTRA Payung Tunas Teratai berada di Jalan Budi Murni 2 RT 06 RW 03 Kelurahan Cipayung, berdiri di atas lahan seluas 1600 m² dari total luas keseluruhan lahan 10.000 m².

Untuk pertemuan dan diskusi dilaksanakan di Ruang Serbaguna RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur, RPTRA juga sering mengadakan berbagai kegiatan lainnya, seperti gambar dibawah ini :



Gambar 2. RPTRA Payung Tunas Teratai Fasilitasi Peserta Gerakan Baca Jakarta

Pada Gambar 2 RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur telah memfasilitasi pesertagerakan baca Jakarta yang digelar selama 30 hari, yaitu pada tanggal 14 Juni sampai 13 Juli 2021, yaitu dengan memberikan pinjaman buku bacaan pada peserta untuk dibaca di rumah.



Gambar 3. Pendampingan Forum Anak

Pada Gambar 3 merupakan kegiatan CSR dari RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur yang telah memberikan fasilitas dalam kegiatan dari forum anak dan pada kegiatan ini telah melibatkan forum anak dalam kegiatan Musrenbang (Musyawarah Perencanaan Pembangunan) Kelurahan Cipayung Jakarta Timur yang dilaksanakan pada tanggal 126 Juli 2021.



Gambar 4. Pelaksanaan vaksinasi Covid-19 di RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur untuk warga sekitar

Pada Gambar 4 merupakan kegiatan dimana jajaran kelurahan Cipayung Bersama Puskesmas Kelurahan Cipayung melakukan pelaksanaan vaksinasi Covid-19 di RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur untuk warga pada tanggal 25 September 2021.

Pada pelaksanaan Pengabdian Masyarakat saat ini diadakan secara tatap muka di RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur, permasalahan yang dihadapi adalah:

- a. Ketidaksamaan latar belakang pendidikan dan kurangnya pemahaman para pelaku UMKM yang berada di wilayah kelurahan Cipayung Jakarta Timur untuk melakukan promosi produknya menggunakan media social dengan menampilkan foto produk yang baik dan menarik sehingga memerlukan pengetahuan dalam pengambilan foto dan melakukan editing foto menggunakan kamera *Smartphone*.
- b. Latar belakang dari anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur yang heterogen, maka diperlukannya pelatihan yang dapat menunjang dan meningkatkan kualitas dari dalam penggunaan *Smartphone* untuk foto produk dan editing foto sebagai pembuatan iklan produk bagi anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Kelurahan Cipayung Jakarta Timur dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) sesuai ciri khas dan kemampuan masing-masing anggota.

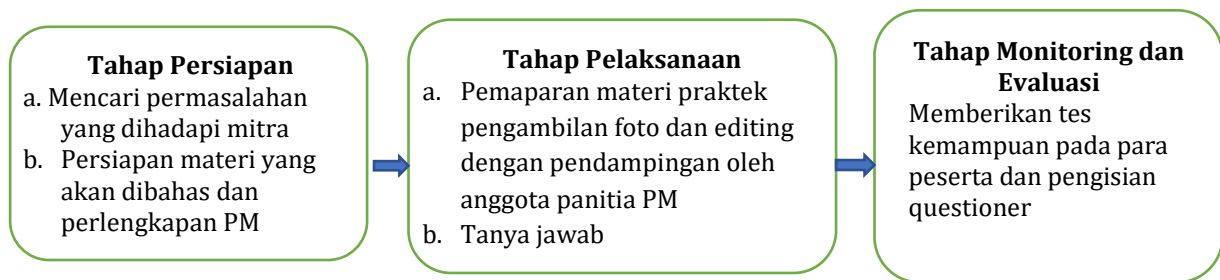
Perlunya tindakan yang dilakukan untuk memberikan pelatihan foto produk dan melakukan edit foto dengan menggunakan kamera *Smartphone*, guna meningkatkan pengetahuan bagi pelaku UMKM sebagai anggota dari RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur untuk menambah kreativitas dan juga sebagai ilmu untuk dapat melakukan promosi produk mereka dengan menggunakan media sosial mereka.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat pada hari Minggu , 23 Oktober 2022 dan dilaksanakan secara tatap muka langsung dengan para peserta, yaitu pelaku UMKM sebagai anggota dari RPTRA Payung Tunas Teratai yang beralamat di Jl. Budi Murni 2 RT.6 RW.3 Kelurahan Cipayung Jakarta Timur.

Pada kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dihadiri para peserta yang berjumlah 10 orang pelaku UMKM dari wilayah kelurahan Cipayung dan merupakan anggota dari RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur , dengan mengangkat tema “Pelatihan Dalam Penggunaan *Smartphone* Untuk Foto Produk Dan *Editing* Foto Sebagai Pembuatan Iklan Produk Bagi Anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur ”.

Teknik penyuluhan ini diberikan dengan cara memberikan pemaparan tambahan dari segi materi dan beberapa contohnya, kemudian diberikan kesempatan untuk para peserta melakukan praktek secara langsung untuk melakukan pengambilan foto dan kemudian melakukan edit foto menggunakan *Smartphone* mereka.



Gambar 5. Diagram Tahapan Kegiatan Pelaksanaan

Sesuai dengan yang telah gambar 5 yaitu diagram tahapan kegiatan pelaksanaan, maka Metode pelaksanaan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan pada anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur, yaitu:

- a. Tahap Persiapan
 - 1) Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh anggota RPTRA Payung Tunas Teratai, dan mengajukan perijinan untuk melakukan kegiatan pelatihan pada anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur.
 - 2) Selanjutnya melakukan persiapan materi untuk pelatihan dalam penggunaan *Smartphone* untuk foto produk dan editing foto sebagai pembuatan iklan produk bagi anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur, membuat soal tes dan kuesioner untuk mengetahui respon dari peserta pengabdian masyarakat, serta menyiapkan material untuk praktek peserta.
- b. Tahap Pelaksanaan
 - 1) Pemaparan materi oleh tutor, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktek dengan didampingi oleh anggota panitia dalam penggunaan *Smartphone* yang dengan dibantu sebagai praktek dalam mengambil foto produk dan melakukan edit foto sebagai pembuatan iklan produk bagi peserta pelaku UMKM dan sebagai anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur. Pelatihan foto produk dengan kamera *Smartphone* sangat penting dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terutama untuk memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi serta meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM).
 - 2) Pada tahapan ini pun diberikan kesempatan untuk para peserta mengajukan pertanyaan pada tutor akan pembahasan yang telah diberikan.
- c. Tahap Monitoring dan Evaluasi.

Pada tahap ini dilakukan dengan memberikan soal tes yang harus diisi oleh mitra dengan tujuan agar dapat diketahui besarnya peningkatan dari kemampuan peserta dari mitra dengan diberikannya pelatihan, dan tutorial juga praktek pengambilan foto dan melakukan edit foto dengan menggunakan *Smartphone*. Kemudian pengisian kuesioner guna mengetahui respon dari peserta dan mitra akan pelaksanaan dari pengabdian masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan hasil dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika khususnya program studi Penyiaran dan sebagai mitra adalah RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur. Kegiatan Pengabdian pada masyarakat diselenggarakan pada tanggal 23 Oktober 2022 bertempat di RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur, Jalan Budi Murni 2 RT 06 RW 03 Kelurahan Cipayang Jakarta Timur.

Sesuai dengan kebutuhan dari anggota RPTRA Payung Tunas Teratai yang juga merupakan pelaku UMKM di wilayah Kelurahan Cipayung Jakarta Timur untuk melakukan pengambilan foto dan mengedit foto menggunakan *Smartphone* yang akan digunakan untuk promosi atau iklan di media social. Tutor pada kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pemaparan materi dan juga tutorial sebagai pelatihan dalam penggunaan *Smartphone* untuk foto produk dan *editing* foto sebagai pembuatan iklan produk. Peserta dari anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur dan merupakan pelaku UMKM berjumlah 10 orang. Dalam pemaparan materinya disertai dengan contoh hasil foto yang telah dilakukan, dan beberapa trik pengambilan fotonya serta. Halini membuat peserta semangat dan tertarik untuk mengikuti pemaparannya.



Gambar 6. Penyampaian materi oleh Tutor

Pada Gambar 6 diatas tampak tutor sedang menjelaskan materi bagaimana mengambil foto dan melakukan edit foto dengan menggunakan *Smartphone* di hadapan para peserta Pengabdian Masyarakat dengan penuh perhatian dan menyimak dengan baik. Dalam pemaparan materinya juga diberikan penjelasan dari beberapa fitur-fitur yang terdapat dalam camera disetiap *Smartphone* baik untuk pengambilan foto maupun untuk melakukan edit foto.



Gambar 7. Antusias peserta dengan melakukan tanya jawab kepada Tutor

Sedangkan pada Gambar 7 terlihat antusiasnya peserta untuk bertanya dengan mencoba fitur-fitur yang ada pada *Smartphone* mereka sesuai dengan pemaparan materi yang diberikan oleh tutor. Kemudian tutordan panitia lainnya mencoba untuk membantu menjelaskan setiap pertanyaan yang diberikan pada peserta.



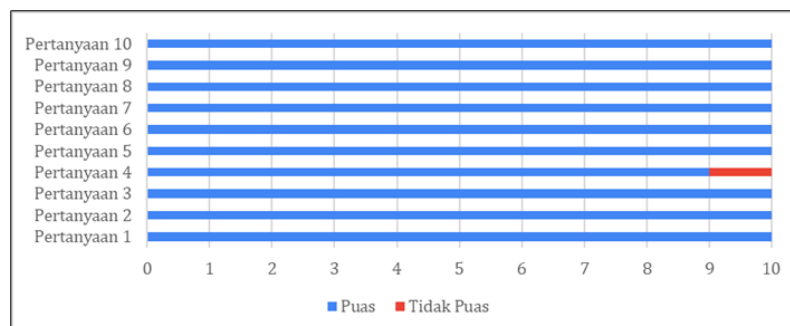
Gambar 8. (a) dan (b) Peserta melakukan praktek dalam pengambilan foto dan (c) melakukan edit foto

Pada gambar 8 (a) dan (b) dapat terlihat antusias peserta pengabdian masyarakat pada saat melakukan pelatihan ataupun praktek dalam mengambil foto produk dengan menggunakan *Smartphone* mereka masing-masing dan kemudian mereka mencoba belajar untuk mengedit foto yang telah diambil tersebut (c).

Tabel 1. Hasil Kepuasan Peserta Atas Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat pada RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur

	Pertanyaan	Puas	Tidak Puas
Pert. 1	Kesesuaian Kegiatan PM dengan Kebutuhan Peserta	10	0
Pert. 2	Penyampaian Materi oleh tutor	10	0
Pert. 3	Penindaklanjutan yang baik oleh tutor terhadap pertanyaan	10	0
Pert. 4	Materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan peserta	9	1
Pert. 5	Mendapatkan Modul/Pelatihan/praktek oleh pemateri	10	0
Pert. 6	Peralatan yang memadai	10	0
Pert. 7	Kegiatan dapat bermanfaat bagi peserta	10	0
Pert. 8	Kepuasan Terhadap acara / kegiatan PM dengan UBSI	10	0
Pert. 9	Kepuasan terhadap kegiatan yang kesesuaian harapan peserta	10	0
Pert. 10	Bersedia untuk ikut serta kembali	10	0

Apabila dilihat pada Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa dari beberapa pertanyaan yang diajukan berkenaan dengan kegiatan pengabdian masyarakat, para peserta merasa puas dengan pelaksanaannya, dan hanya 1 pertanyaan yang dijawab dengan tidak puas, yaitu mengenai materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan para peserta dalam menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan dan keahlian peserta.



Gambar 9. Diagram Hasil Kepuasan Peserta Atas Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Pada RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur

Bila mengacu pada hasil kepuasan peserta pada pelaksanaan pengabdian masyarakat seperti yang tertulis pada tabel 1 dan juga dapat terlihat pada grafik pada gambar 9 dapat menunjukkan bahwa dengan jawaban yang diberikan oleh keseluruhan peserta sejumlah 10

peserta pada 10 pertanyaan yang diajukan, maka diperoleh sebanyak 1 orang yang tidak puas dengan materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan para peserta dalam menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan dan keahlian peserta(pertanyaan no. 4), dan sebanyak pertanyaan yang dapat terjawab dengan puas, maka bila dipersentasekan dari hasil pengisian kuesioner yang dilakukan peserta pada pengabdian masyarakat di RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur telah memperoleh 99% kepuasan dari pesertanya.

Tabel 2. Pendapat Dan Saran Dari Para Peserta Atas Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat Pada RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur

Peserta	Pendapat peserta tentang PM	Saran dari peserta
1	Sangat bermanfaat, ilmu baru bagi warga	Mohon untuk memberikan pelatihan lainnya dan jumlah peserta bisa di tambah
2	Sangat bermanfaat adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, semoga ada lagi kegiatan2 yang lain	Sangat bermanfaat kegiatan ini
3	Baik	Ilmu yang lebih luas lagi atau pelatihan yang lain
4	Bagus	Sarannya jgn cuma satu kali untuk pertemuan ini
5	Sangat bermanfaat untuk pengembangan UMKM	Bisa mengajarkan lebih banyak untuk pembuatan Vidio dan pengeditan Vidio.
6	Sangat bagus, krna bisa menambah ilmu seputaran tentang cara mengiklankan/mempromosikan produk yg kita punya	Bisa Lebih kreatif, inovatif, dan inisiatif lagi
7	Materi bagus tapi pelatihan hanya 1 kali	Mohon pelatihan lagi
8	Sangat bermanfaat sekali	Lebih banyak lagi kegiatan yg menambah skill untuk usaha
9	Kegiatan yang bagus	Saran agar diadakan pelatihan kembali
10	Menambah ilmu baru	Agar acara ini lebih sering diselenggarakan

Apabila melihat pada table 2 diatas, maka pendapat dan juga saran yang diungkapkan oleh peserta dari anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur yang merupakan UMKM di wilayah kelurahan Cipayung menunjukkan berhasilnya kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Fakultas Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan untuk pertama kalinya dengan cara tatapmuka setelah adanya pandemic Covid-19 oleh Fakultas Komunikasi dan Bahasa Program Studi Penyiaran dari Universitas Bina Sarana Informatika dan sebagai mitra adalah anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur telah berjalan dengan lancar dan juga dapat dirasakan manfaat dari tema yang diberikan yaitu pelatihan dalam penggunaan *Smartphone* untuk foto produk dan editing foto sebagai pembuatan iklan produk bagi Anggota RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur.

Hasil yang didapat dari pemaparan materi yang disampaikan oleh tutor tentang pelatihan dalam penggunaan *Smartphone* untuk foto produk dan editing foto sebagai pembuatan iklan produk dapat memberikan tambahan ilmu dan juga pengetahuan baru bagi para UMKM yang hadir dan merupakan anggota dari RPTRA Payung Tunas Teratai Jakarta Timur. Tidak hanya materi yang dibutuhkan oleh peserta, tetapi juga melakukan praktek dalam penggunaan *Smartphone* untuk mengambil foto dan juga melakukan editing foto yang telah dipraktikkan. Kegunaan dari pelatihan ini sangat dirasakan oleh peserta khususnya seperti yang telah

diungkapkan oleh peserta guna melakukan unggahan foto produk yang baik dan menarik pada media social mereka sebagai Langkah promosi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyatalatthaf, M. D. M. (2021). *Smartphone Photography Sebagai Media Promosi Pariwisata di Kampung Paniis, Pandeglang, Banten. Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.53008/abdimas.v2i2.188>
- Bahri, A. Q. (2022). *Hanya berbekal sebuah handphone, kamu bisa mengedit foto secara mudah.* <https://www.brilio.net/>. <https://plus.kapanlagi.com/6-cara-mengedit-foto-di-galeri-hp-android-bisa-juga-lewat-aplikasi-2237d5.html>
- Cipto, A. W. (2021). *Mengenal Fitur Pada Kamera Smartphone - Excellent Computer.* <https://www.excellentcom.id/>.
- DPRKP. (2020). *Ruang Publik Terpadu Ramah Anak (RPTRA).* <https://dprkp.jakarta.go.id/>. <https://dprkp.jakarta.go.id/?cmd=product-rptra>
- Isbalna. (2019). *Mengenal Fitur Manual Camera Smartphone - phonegraphyindonesia.*
- LPPI. (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh).* [https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Documents/Profil Bisnis UMKM.pdf](https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Documents/Profil%20Bisnis%20UMKM.pdf)
- Saliama, J. S., & Wibowo, T. (2020). Studi Komparasi Teknik Antara DSLR dan *Smartphone Photography. Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology-Universitas InternasionalBatam*, 1(1), 439–451. <https://journal.uib.ac.id/index.php/cbssit/article/download/1446/948/>
- Simatupang, S., Widati, G., & Erwin, B. (2020). Proses Sosial Dan Fisik Dalam Produksi Ruang Publik Perkotaan Studi Kasus: Pembangunan Rptr Di Jakarta. In <http://repository.uki.ac.id/>. <http://repository.uki.ac.id/2324/1/PROSESSOSIALDANFISIK.pdf>
- Solihin, S. R., & Fiandra, Y. (2022). Perancangan Handbook Fotografi Produk Menggunakan *Smartphone* Untuk Pemilik Bisnis Online Di Kabupaten Bandung. *KREATIF(Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif)*, 4(1), 17–26. <https://journalkreatif.sttbandung.ac.id/index.php/files/article/view/32/28>
- Tanjung, M. R. (2016). Fotografi Ponsel (*Smartphone*) Sebagai Sarana Media Dalam Perkembangan Masyarakat Modern. *Jurnal Proporsi Universitas Potensi Utama*, 1(2), 224–234. <https://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/PROPORSI/article/download/527/666>