



## **Peran Karang Taruna dalam Penguatan UMKM Melalui Media Fotografi di Kelurahan Sukajaya**

**Bobby Halim, Keni Dion**

Visual Communication Design Department, Faculty of Government and Culture, Universitas Indo Global Mandiri. Jl. Jendral Sudirman No. 629, Palembang, Indonesia. Postal code: 30129

\*Corresponding Author e-mail: [Bobby\\_dkv@uigm.ac.id](mailto:Bobby_dkv@uigm.ac.id)

**Received: November 2023; Revised: November 2023; Published: Desember 2023**

### **Abstrak**

Kegiatan pelatihan Media Fotografi bagi UMKM di Kelurahan Sukajaya merupakan respon dari pihak terkait. Di tengah kondisi ketidakpastian saat ini, pemerintah Indonesia terus menerus mendukung UMKM agar terus berinovasi. Saat New Normal sekarang ini, keadaan tidak menjadi lebih baik daripada masa pandemic sebelumnya. Universitas Indo Global Mandiri Palembang, berkomitmen untuk selalu berusaha melakukan pengabdian kepada masyarakat secara berkesinambungan sebagai bentuk kepedulian civitas akademika untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Oleh karena itu, Tim Pengabdian Masyarakat Universitas Indo Global Mandiri Palembang bermaksud menjalin kerjasama dengan UMKM di Kelurahan Sukajaya dengan skema pelayanan internal yaitu: 1) Memberikan gambaran mengenai UMKM. 2). Memberikan keterampilan fotografi umum. 3). Mendorong dan membimbing peserta agar menjadi lebih baik orang-orang yang mandiri dan mempunyai kemampuan mengaplikasikan fotografi pada bisnisnya, baik bisnis yang sudah ada maupun yang akan datang.. Metode yang digunakan dalam kegiatan pelatihan Media Fotografi ini adalah Metode Sosialisasi dan Ceramah, Metode Demonstrasi & Bimbingan & Metode Partisipatif. Kegiatan pelatihan UMKM di Kelurahan Sukajaya, para peserta dapat membuat Foto Produk yang memiliki nilai ekonomis sehingga dapat diaplikasikan ke E-Commerce dan dapat bersaing baik di tingkat lokal, nasional bahkan internasional.

Kata Kunci: Karang taruna; Fotografi Produk; UMKM

## ***The Role of Karang Taruna in Strengthening MSMEs Through Photography Media in Sukajaya Village***

### **Abstract**

*Photography Media training activities for MSMEs in Sukajaya Village are a response from related parties. In the midst of current conditions of uncertainty, the Indonesian government continues to support MSMEs to continue to innovate. During the current New Normal, the situation is no better than during the previous pandemic. Indo Global Mandiri University Palembang is committed to always trying to provide continuous community service as a form of concern for the academic community to improve the quality of life of the community. Therefore, the Indo Global Mandiri University Palembang Community Service Team intends to collaborate with MSMEs in Sukajaya Village with an internal service scheme, namely: 1) Providing an overview of MSMEs. 2). Provides general photography skills. 3). Encourage and guide participants to become better people who are independent and have the ability to apply photography to their business, both existing and future businesses. The methods used in this Photography Media training activity are the Socialization and Lecture Method, Demonstration Method & Guidance & Participatory Methods. MSME training activities in Sukajaya Village, participants can create product photos that have economic value so that they can be applied to E-Commerce and can compete at local, national and even international levels.*

**Keywords:** Youth organization; Product Photography; UMKM

**How to Cite:** Halim, B., & Dion, K. (2023). Peran Karang Taruna dalam Penguatan UMKM Melalui Media Fotografi di Kelurahan Sukajaya. *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(4), 826–834. <https://doi.org/10.36312/linov.v8i4.1471>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.vxix.xxx>

Copyright© 2023 Halim & Dion et al

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) License.



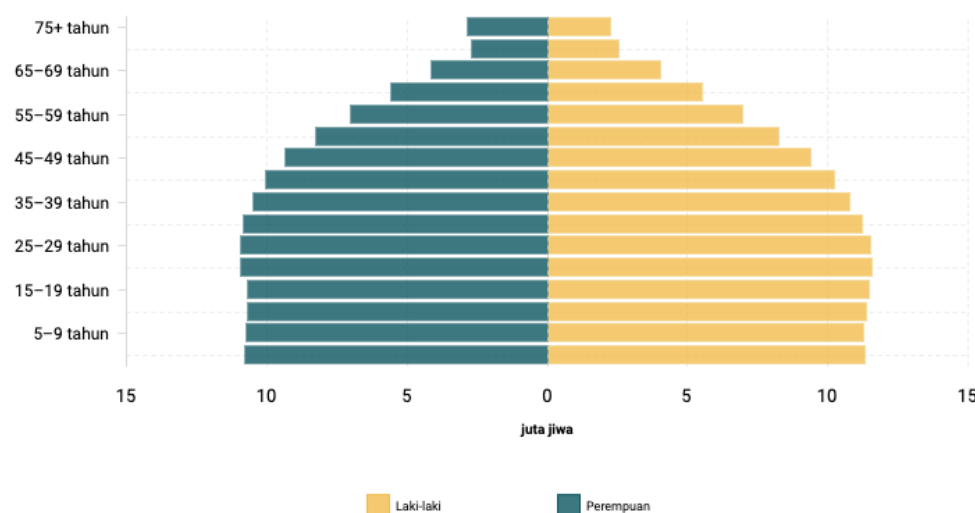
## **PENDAHULUAN**

Anak muda merupakan salah satu elemen penting bagi sebuah negara karena mereka merupakan golongan usia produktif. Sehingga golongan ini mayoritas kaum

pekerja dan profesional, yang secara tidak langsung menggerakkan perekonomian suatu bangsa. Di luar golongan tersebut seperti anak-anak dan lansia, sangat kecil sekali berperan menggerakkan perekonomian dalam artian bekerja. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, sebanyak 190,98 juta penduduk Indonesia (69,25%) di dalamnya terdapat kategori usia produktif (usia 15-64 tahun), tentu ini angka yang besar karena lebih dari separuh total penduduk Indonesia. Berikut detail jumlah penduduk Indonesia berdasarkan kelompok usia pada 2022:

1. Usia 75+ berjumlah 5,13 juta jiwa
2. Usia 70–74 berjumlah 5,27 juta jiwa
3. Usia 65–69 berjumlah 8,20 juta jiwa
4. Usia 60–64 berjumlah 11,06 juta jiwa
5. Usia 55–59 berjumlah 13,96 juta jiwa
6. Usia 50–54 berjumlah 16,50 juta jiwa
7. Usia 45–49 berjumlah 18,73 juta jiwa
8. Usia 40–44 berjumlah 20,30 juta jiwa
9. Usia 35–39 berjumlah 21,25 juta jiwa
10. Usia 30–34 berjumlah 22,07 juta jiwa
11. Usia 25–29 berjumlah 22,46 juta jiwa
12. Usia 20–24 berjumlah 22,49 juta jiwa
13. Usia 15–19 berjumlah 22,16 juta jiwa
14. Usia 10–14 berjumlah 22,09 juta jiwa
15. Usia 5–9 berjumlah 22,01 juta jiwa
16. Usia 0–4 berjumlah 22,09 juta jiwa

Bila berdasarkan gender, rasio pria lebih banyak daripada perempuan yaitu 102,2 dengan rincian 139 juta jiwa penduduk Indonesia adalah pria, dan 136 juta perempuan.



**Gambar 1** Grafik Usia Penduduk Indonesia

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/piramida-penduduk-indonesia-2022-usia-produktif-mendominasi>

Berdasarkan artikel jurnal berjudul “Harga, Promosi, Ulasan dan Foto Produk terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce”, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara ulasan dan foto produk terhadap keputusan pembelian E-commerce (Astuti et al., 2023) sehingga para pelaku UMKM di Kelurahan Sukajaya

perlu memahami bahwa penting foto produk yang berkualitas saat ditampilkan di e-commerce.

Artikel jurnal berjudul “Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo” UMKM harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi, seperti meningkatkan pemasaran produk secara online dan mengadopsi metode pembayaran inovatif agar tetap relevan dan kompetitif (Yuniarti, 2023)

Artikel berjudul **“Literature Review: Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Di Era New Normal”** menyatakan bahwa peningkatan pemanfaatan teknologi informasi berupa e-commerce di era new normal juga merupakan salah satu upaya pelaku usaha UMKM untuk mendorong kemampuan atau keterampilan dari sumber daya yang dimiliki (Choirunisa & Mulyanti, 2023).

Selain foto yang bagus dan menarik, perlu juga publikasi-publikasi yang lebih luas seperti menggunakan media sosial yang sudah bertebaran saat ini (Mulyani, 2023). Dan juga perlu pelatihan yang berkelanjutan agar para peserta memiliki keberanian dan kemampuan melakukan komunikasi pemasaran melalui media sosial (Moriansyah, 2015)

Melihat kondisi tersebut, kemampuan komunikasi pada produk UMKM juga menjadi penting. Ada cara untuk mengkomunikasikan suatu produk melalui media visual: fotografi. Media fotografi merupakan sarana komunikasi untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain (Sudarma, 2014). Genre fotografinya adalah fotografi komersial. Fotografi komersial mencakup foto-foto yang mempunyai nilai komersial dan foto-foto yang dibuat dengan tujuan untuk mempromosikan atau mengiklankan berbagai produk (Lutfi et al., 2020). Untuk memenuhi kebutuhan industri, fotografi komersial semakin mengkhususkan pada fotografi produk (Chandra & Nugroho, 2017).

Tim pengabdian Universitas Indo Global Mandiri selalu berupaya memberikan pelatihan dan loka karya kepada golongan masyarakat yang perlu meningkatkan keterampilannya, terutama di masa *New Normal* saat ini yang situasinya sedikit lebih baik dibandingkan sebelum pandemi. Setelah dilakukan observasi, tim pengabdian Universitas Indo Global Mandiri memutuskan untuk memberikan pelatihan di Kelurahan Karang Taruna Sukajaya dengan beberapa pertimbangan yaitu: 1) Karang Taruna Kelurahan Sukajaya terdiri dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah, 2) Karang Taruna Kelurahan Sukajaya sebagian besar belum memiliki usaha dalam hal ini yaitu UMKM., 3) Karang Taruna Kelurahan Sukajaya dibentuk dari pelajar lulusan SMA hingga Perguruan Tinggi, sehingga sasaran pelatihan ini dirasa cocok.

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah 1 dari tiga unsur Tridarma Perguruan Tinggi yang perlu dilakukan oleh setiap tim dosen, dosen, dan mahasiswa. Oleh karena itu, Kelompok Pengabdian Masyarakat Universitas Indo Global Mandiri ingin melakukan kerjasama dengan Kelurahan Karang Taruna Sukajaya dengan Format Pengabdian Masyarakat Internal.

Tujuan pengabdian kepada masyarakat adalah: (1). Memberikan gambaran mengenai UMKM. (2). Memberikan keterampilan fotografi umum. (3). Mendorong dan membimbing peserta agar menjadi lebih baik orang-orang yang mandiri dan mempunyai kemampuan mengaplikasikan fotografi pada bisnisnya, baik bisnis yang sudah ada maupun yang akan datang.

## METODE PELAKSANAAN

Metode dalam sebuah pelatihan keahlian merupakan bagian yang krusial untuk mencapai keberhasilan sebuah pelatihan maupun loka karya (Kotler, P., & Armstrong, 2014). Metode dalam PKM ini yaitu workshop/ loka karya, dimana peserta dapat mempelajari dan mempraktekan secara langsung materi-materi yang disampaikan narasumber dimana Tim PKM UIGM yang menjadi pematernya.

Tidak semua peserta memiliki pengetahuan dasar atau keterampilan dalam Fotografi Produk. Mayoritas dari peserta tentunya benar-benar awam dalam hal Fotografi Produk. Secara garis besar target pelatihan Fotografi Produk bagi Kelurahan Sukajaya adalah memberikan keterampilan secara teoritis dan praktis.

Adapun dasar yang diterapkan adalah prinsip dasar Fotografi Produk. Sedangkan secara teknik, peserta pelatihan diajari dan dibimbing dalam menulis konsep hingga Teknik-teknik Fotografi Produk. Metode yang digunakan dalam pelatihan Keterampilan dasar Fotografi Produk bagi Kelurahan Sukajaya adalah sebagai berikut:

1. Metode Ceramah, metode ini dapat diartikan sebagai adalah metode yang disampaikan dengan cara guru menjelaskan secara lisan tentang isi materi (Manggus et al., 2023). Metode ini menjelaskan langkah-langkah proses Fotografi Produk, hingga strategi pengembangan desain e-commerce.
2. Metode Demonstrasi Diskusi, metode ini menghindarkan peserta PKM dari kemampuan yang bersifat verbal, sebab peserta PKM dihadapkan pada fakta yang nyata. (Majid, 2016) Tujuan penggunaan metode demonstrasi diskusi antara lain: 1) peserta PKM mampu memahami tentang cara mengatur atau menyusun sesuatu; 2) peserta PKM dapat menyaksikan kerja suatu alat atau benda; 3) peserta PKM dapat mengamati bagian-bagian dari suatu benda atau alat; 4) bila peserta PKM melakukan sendiri demonstrasi, maka ia dapat juga menggunakan alat. Adapun langkah- langkah yang digunakan dalam pelatihan Keterampilan dasar Fotografi Produk ini di antaranya adalah pemahaman teori prinsip dasar Fotografi dan Pengolahan foto menjadi sebuah Foto Produk yang berkualitas. Beberapa langkah tersebut terlebih dahulu diberikan pengenalan terhadap peserta pelatihan.
3. Metode Bimbingan dan Partisipatif. Metode ini diterapkan ketika proses pelatihan dilaksanakan. Secara teknis metode ini dilakukan melalui pemantauan secara langsung terhadap masing-masing peserta, dan kemudian memperagakan teknik-teknik keterampilan dasar Fotografi Produk.
4. Metode Evaluasi. Metode evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana keberhasilan (Mubarat et al., 2022). Adapun materi utama yang akan dievaluasi terkait dengan sejauh mana peserta dapat mengimplentasi foto produk ke dalam e-commerce. Tahap evaluasi sangat diperlukan untuk menganalisa kelemahan produk dan apa saja perlu diperbaiki untuk ke depannya.

**Tabel 1.** Tolak Ukur Keberhasilan Pelatihan

Tolak Ukur	Keterangan
Respon positif dari peserta PKM	Respons peserta PKM diukur dengan hasil evaluasi yang diisi oleh para peserta PKM

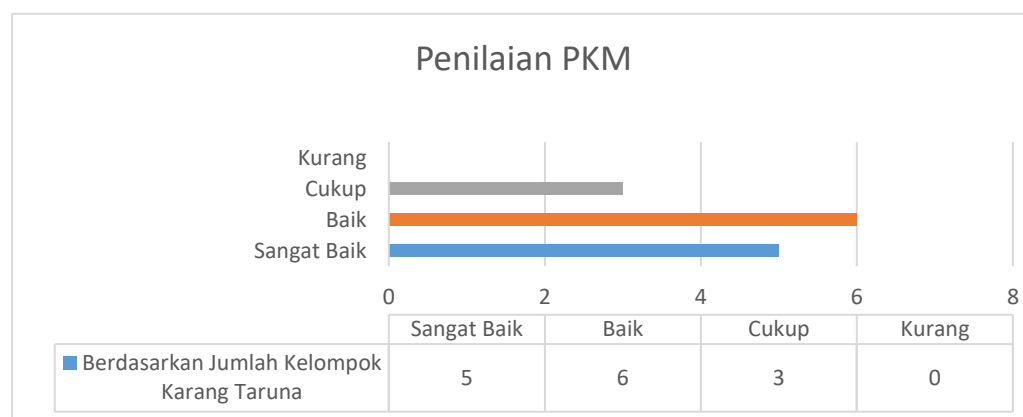
**Tabel 2.** Kuesioner Pelaksanaan Kegiatan PKM

Kuesioner	Jawaban Disediakan
Bagaimana pelatihan Fotografi Produk yang diikuti hari ini?	1. Sangat Baik 2. Baik 3. Cukup 4. Kurang Menarik
Apakah ada materi yang sudah pernah diterapkan?	1. Sudah 2. Belum
Pengetahuan apa yang didapatkan setelah mengikuti pelatihan ini?	1. Cara membuat Merk 2. Cara membuat Maskot
Apa saran Anda untuk perbaikan acara ke depannya?	1. Sudah Bai 2. Adakan lagi kegiatan Tatap Muka 3. Ada modul saat pemberian materi 4. Adakan games/kuis
Apa saran Anda untuk kegiatan selanjutnya?	1. Sudah Baik 2. Pertemuan Tatap Muka 3. Sering adakan dengan materi kekinian 4. Tidak menjawab 5. Games/kuis 6. Lebih banyak praktik 7. Kegiatan di akhir minggu/hari libur

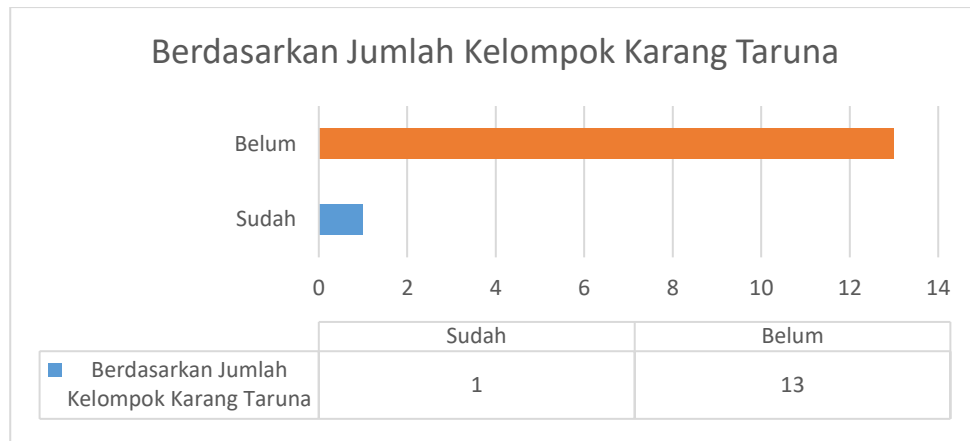
## HASIL DAN DISKUSI

Kegiatan pelatihan Branding dan Merk di IREMA Baiturrahman yang diikuti oleh 12 kelompok Karang Taruna yang berjumlah 78 peserta. Keberhasilan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dapat dilihat pada tabel 2 dan tabel 3.

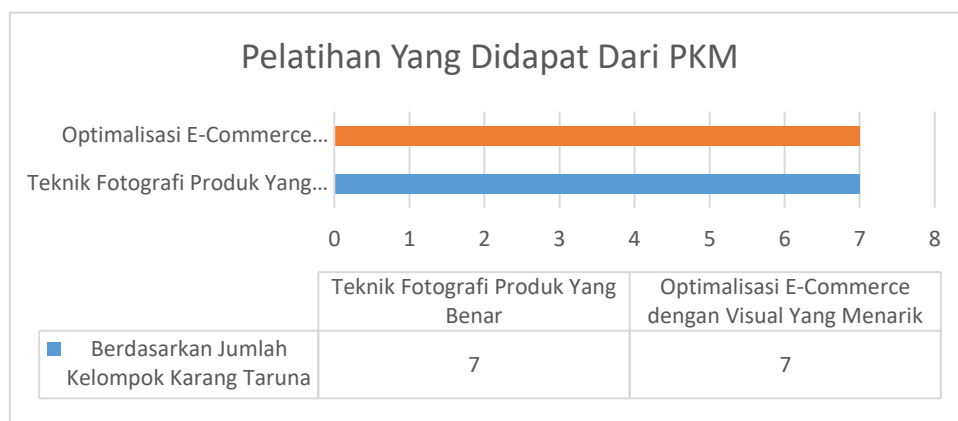
Selanjutnya dari hasil kuesioner di Metode Pelaksanaan, dapat dilihat penilaian peserta yang dilengkapi dengan gambar pada masing-masing kuesioner dan dapat dilihat pada gambar 2a, 2b, 2c, dan 2d.



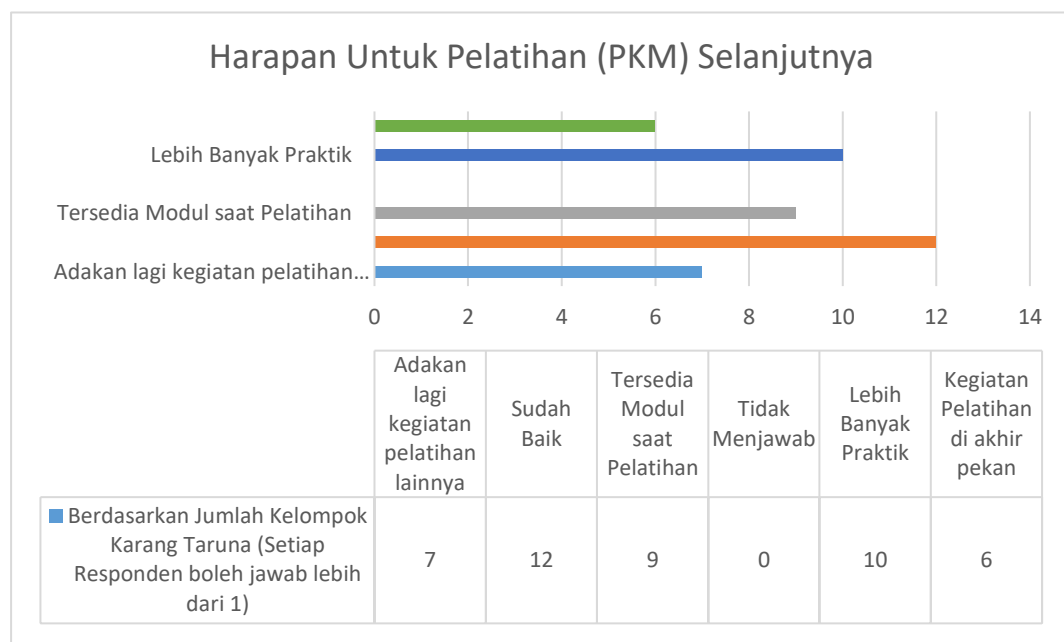
(A)



(B)



(C)



(D)

**Gambar 2 Hasil evaluasi kegiatan PKM (A, B, C, D)**



Beberapa foto kegiatan yang diambil saat pelaksanaan kegiatan Pelatihan (pengabdian kepada masyarakat) Media Fotografi. Pelatihan ini dilaksanakan pada kondisi New Normal, akan tetapi dikarenakan terjadi kebakaran hutan dan lahan (Karhutla) maka setiap peserta dan tim PKM menggunakan masker selama berkegiatan.

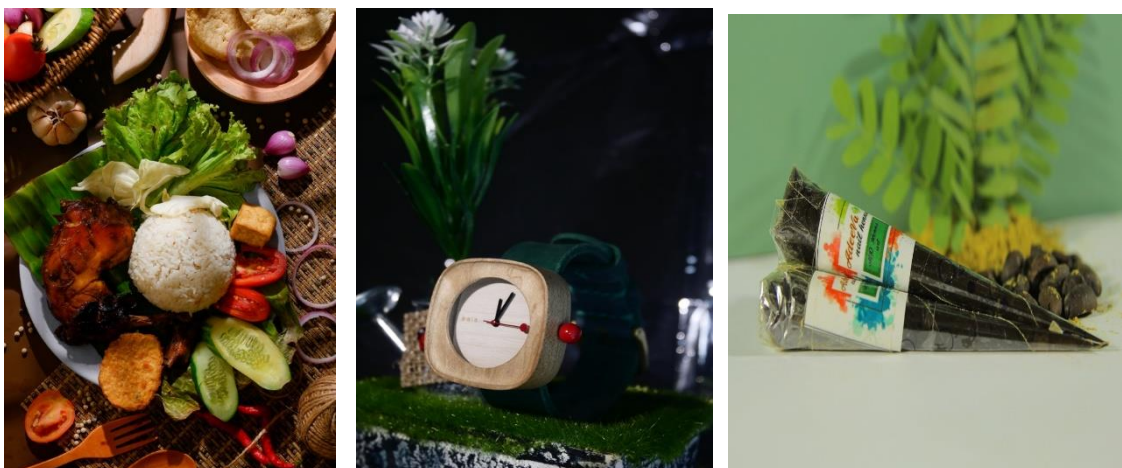


**Gambar 3** Penyampaian Materi Media Fotografi dan Demonstrasi Penggunaan Kamera & Kegiatan Pelatihan Media Fotografi

Para peserta mengikuti pelatihan dengan seksama dan langsung mempraktikkannya, berikut beberapa karya peserta pelatihan Fotografi Produk.

#### Hasil Kegiatan

1. Pada produk kuliner Ayam Bakar menggunakan teknik mix light dengan teknik Flat Lay untuk menampilkan obyek utama dan obyek pelengkap lainnya. Menggunakan properti kawat agar menciptakan efek bayangan dari jendela.
2. Produk Jam Tangan Kayu menggunakan teknik Low Key. Penggunaan teknik ini agar foto terkesan Dramatis. Hanya menggunakan 1 lampu saja pada foto ini.
3. Produk Batik menggunakan teknik Low Key. Dengan background hitam polos, produk terlihat lebih menonjol.
4. Foto produk Henna ini menggunakan Normal Key agar semua elemen dalam foto “berbicara” dan saling melengkapi.



**Gambar 4.** Beberapa karya dari peserta pelatihan Media Fotografi

Keberhasilan yang terlihat dari berbagai respon peserta dalam kegiatan PKM adalah pencapaian yang luar biasa. Meskipun terdapat tantangan seperti kondisi cuaca yang kurang kondusif saat sesi presentasi, antusiasme peserta dalam mengikuti demonstrasi dan praktik menunjukkan komitmen mereka terhadap kegiatan ini.

Faktor-faktor seperti latar belakang finansial atau tingkat pendidikan tidak menjadi penghalang bagi peserta untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan PKM. Hal ini menunjukkan keseriusan mereka dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang dapat diterapkan dalam usaha UMKM mereka.

Dengan fokus pada tujuan PKM, pencapaian tersebut tampaknya sangat memuaskan. Gambaran yang ideal mengenai UMKM, penguasaan keterampilan fotografi baik dasar maupun lanjutan untuk mempromosikan produk atau jasa, serta dorongan untuk terus berkarya dalam fotografi untuk mendukung UMKM, semuanya tercapai dengan baik.

Harapan dari Tim PKM UIGM untuk peserta pelatihan adalah agar mereka dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dengan aktif dalam usaha UMKM mereka. Dengan antusiasme yang mereka tunjukkan selama kegiatan, diharapkan peserta dapat merasakan dampak positif dari pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam memajukan usaha mereka.

Penting untuk terus memberikan dukungan dan sumber daya bagi para peserta setelah kegiatan PKM selesai, misalnya melalui pengawasan lanjutan, bimbingan, atau sesi tanya jawab pasca-pelatihan. Hal ini dapat membantu mereka dalam menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang didapat secara efektif untuk meningkatkan kualitas dan promosi produk atau jasa UMKM mereka.

## KESIMPULAN

Pelatihan Fotografi Produk untuk UMKM di Kelurahan Sukajaya membuktikan keberhasilannya dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap fotografi produk dan aplikasinya dalam e-commerce, meskipun peserta memiliki tingkat kemampuan dan skill yang bervariasi. Evaluasi peserta menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi, dengan mayoritas menyatakan kegiatan ini sangat baik atau baik, sambil menginginkan adanya kegiatan serupa di masa mendatang, terutama yang dilengkapi dengan modul atau panduan dan diselenggarakan pada akhir pekan. Hasil yang signifikan juga terlihat dari peningkatan rata-rata omzet sebesar 12% dari UMKM setelah satu bulan pelatihan, menegaskan dampak positif dari pelatihan yang diberikan oleh Tim PKM UIGM terhadap penjualan. Berdasarkan evaluasi, disarankan untuk melanjutkan dan menjadwalkan program-program serupa secara berkelanjutan, mengingat tantangan global yang dihadapi oleh UMKM di era ini..

## REKOMENDASI

Penulis berencana untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kembali di Kelurahan Sukajaya dengan topik yang berbeda. Tentunya berhubungan dengan bidang Desain Komunikasi Visual sesuai latar belakang penulis.

## ACKNOWLEDGMENT

Pertama penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kelimpahan berkat kesehatan jasmani dan rohani. Terimakasih kepada Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Indo Global Mandiri Bapak Yosef Yulius yang sudah mendukung kegiatan ini. Terimakasih kepada



Universitas Indo Global Mandiri yang sudah mendukung kegiatan PKM ini baik secara materiil maupun non-materiil. Juga terimakasih kepada Kelurahan Sukajaya Kota Palembang yang sudah menerima Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Indo Global Mandiri dalam berbagi ilmu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, W. S., Reny, A., Tandiono, D., & Calvin, C. (2023). Harga, Promosi, Ulasan dan Foto Produk terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 159–176. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5246>
- Chandra, F. H., & Nugroho, Y. W. (2017). Implementasi Flipped Classroom dengan Video Tutorial pada Pembelajaran Fotografi Komersial. *Demandia*, 02(01).
- Choirunisa, R., & Mulyanti, D. (2023). Literature Review: Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Di Era New Normal. *Jurnal EBI*, 5(1), 9–15. <https://doi.org/10.52061/ebi.v5i1.102>
- Lutfi, A. I., Syaifudin, & Apriyanto, M. F. (2020). *Profil BMX Street Cengkru Yogyakarta dalam Fotografi Komersial*. ISI Yogyakarta.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(3), 187–196.
- Mulyani, S. (2023). *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Teknik Fotografi Produk Menggunakan Ponsel Cerdas Bagi Siswa SMK di Kota Semarang Product Photography Techniques Using Smartphones For Vocational High School Students in Semarang City utama bagi lulusan* Se. 7(3), 272–284.
- Sudarma, I. K. (2014). *Fotografi*. Graha Ilmu.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Majid, M. S. (2016). Pembelajaran Fisika dengan Pendekatan Kontekstual Melalui Metode Eksperimen dan Demonstrasi Diskusi pada Materi Kinematika Gerak Lurus. *Jurnal Teknika STTKD*, 3(2), 92–106.
- Manggus, M. Y., Srimaya Inggo, M., Melania, M., Bhena, O., Weo, M. S., Yasinta Baka, M., Tai, Y., Lawe, Y. U., Studi, P., Guru, P., Dasar, S., & Citra Bakti, S. (2023). IMPELEMENTASIMETODE CERAMAH DALAMPENBELAJARAN BAHASA INDONESIA UNTUK MENINGKATKAN KEAKTIFAN BELAJAR SISWA KELAS 1 SEKOLAH DASAR. *STKIP Citra Bakti*, 2023, 2775–1589.
- Mubarat, H., Viatra, A. W., & Patriansah, M. (2022). *Pelatihan Kerajinan Bambu sebagai Upaya Peningkatan Keterampilan dan Ekonomi Keluarga Di Kecamatan Sungai Lilin Kabupaten Musi Banyu Asin Bamboo Craft Training as an Effort to Improve Family Skills and Economy in Sungai Lilin District*, Musi Banyu Asin Re. 7(2), 164–173.
- Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Lompomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299–306. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.177>