



## HIBAH FOTO PRODUK AND BEVERAGE IKABOGA INDONESIA

Irfan Dwi Rahadianto, S.Ds., M.Ds.<sup>1</sup>, Mario, S.Ds., M.Ds.<sup>2</sup>, Rully Sumarlin, S.IP., M.Ds.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Desain Komunikasi Visual, Fakultas Kreatif Industri, Universitas Telkom

<sup>2</sup> Desain Komunikasi Visual, Fakultas Kreatif Industri, Universitas Telkom

<sup>3</sup> Desain Komunikasi Visual, Fakultas Kreatif Industri, Universitas Telkom

\* ninanningrum@telkomuniversity.ac.id, dwirahadianto@telkomuniversity.ac.id, apsaripamela@telkomuniversity.ac.id

### INFO ARTIKEL

Diterima 4 Juli 2023

Direvisi 5 September 2023

Disetujui 13 Oktober 2024

Tersedia Online 6 November

2024

### ABSTRAK

Internet telah berkembang menjadi media promosi yang memegang peranan penting saat ini. Ini karena informasi produk dapat dibagikan ke semua tujuan tanpa batas. Informasi produk dapat dengan mudah dikenali dan diketahui oleh masyarakat umum. Foto Produk adalah salah satu pendukung alat promosi ini, yang digunakan untuk menunjukkan pemasaran produk yang sukses. Foto produk yang baik dan menarik dapat menambah nilai saat memperkenalkan produk dan jasa ke target pasar. Beberapa UMKM yang sudah aktif, seperti salah satu UMKM yang didukung oleh IKABOGA, belum melakukannya dengan baik. Permasalahan dalam kegiatan periklanan adalah kurangnya foto produk yang jelas, yang membuat konsumen tidak dapat mengakses detail. Desain iklan yang baik membantu usaha kecil untuk memasarkan produk mereka secara luas di internet. Hal ini dapat mendukung produksi materi promosi untuk usaha kecil dan menengah dengan membuat foto produk yang baik". Aplikasi ini membantu UMKM untuk memahami berbagai produk yang ditawarkan. Misalnya produk makanan dan minuman. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat ini disebut 'HIBAH Foto Produk Food & Beverage IKABOGA Indonesia.

**Keyword:** Fotografi Produk, Hibah, IKABOGA, Food and Beverage

Korespondensi:

Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buah Batu, Bandung, 40257

Indonesia

E-mail : dwirahadianto@telkomuniversity.ac.id

ORCID ID:

Penulis Pertama: Irfan Dwi Rahadianto, S.Ds., M.Ds.

<https://doi.org/xxx>

Page 1–10 © The Authors. Published by Directorate of Research and Community Service, Telkom University. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>) This is an open access article under the xxx license (<https://creativecommons.org/licenses/xxx>)

## 1. Pendahuluan

Perkembangan dunia periklanan tidak lepas dari perkembangan fotografi atau teknologi image processing. Fotografi tidak hanya mengubah tampilan iklan, tetapi juga gaya iklan. Melalui foto-foto yang disajikan biasanya masyarakat dapat langsung mengerti dan memahami pesan yang disampaikan. Ikatan Ahli Boga Indonesia (IKABOGA) Indonesia memiliki ratusan anggota dari berbagai jenis perusahaan yang mewakili sebagian besar wilayah Kabupaten Bandung.

Para penyelenggara IKABOGA Indonesia dapat mengembangkan potensi produk dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan misinya bersinergi dengan program pengembangan bisnis pemerintah. IKABOGA sangat potensial untuk bekerja sama dengan akademisi untuk memperluas pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman pelaku UMKM. Dukungan bagi pelaku UMKM berupa pelatihan dan pembinaan.

Pembukaan jaringan distribusi bagi pelaku UMKM. IKABOGA Indonesia menyampaikan bahwa masih terdapat beberapa kekurangan dalam foto produknya seperti belum kurang tepatnya teknik foto produk yang digunakan. Sehingga konsumen tidak mengetahui produk atau jasa yang ditawarkan oleh UMKM. Maka dibutuhkan Workshop Foto Produk dengan solusi yang akan dibuat dengan merancang dan mengaplikasikan foto produk yang sesuai.

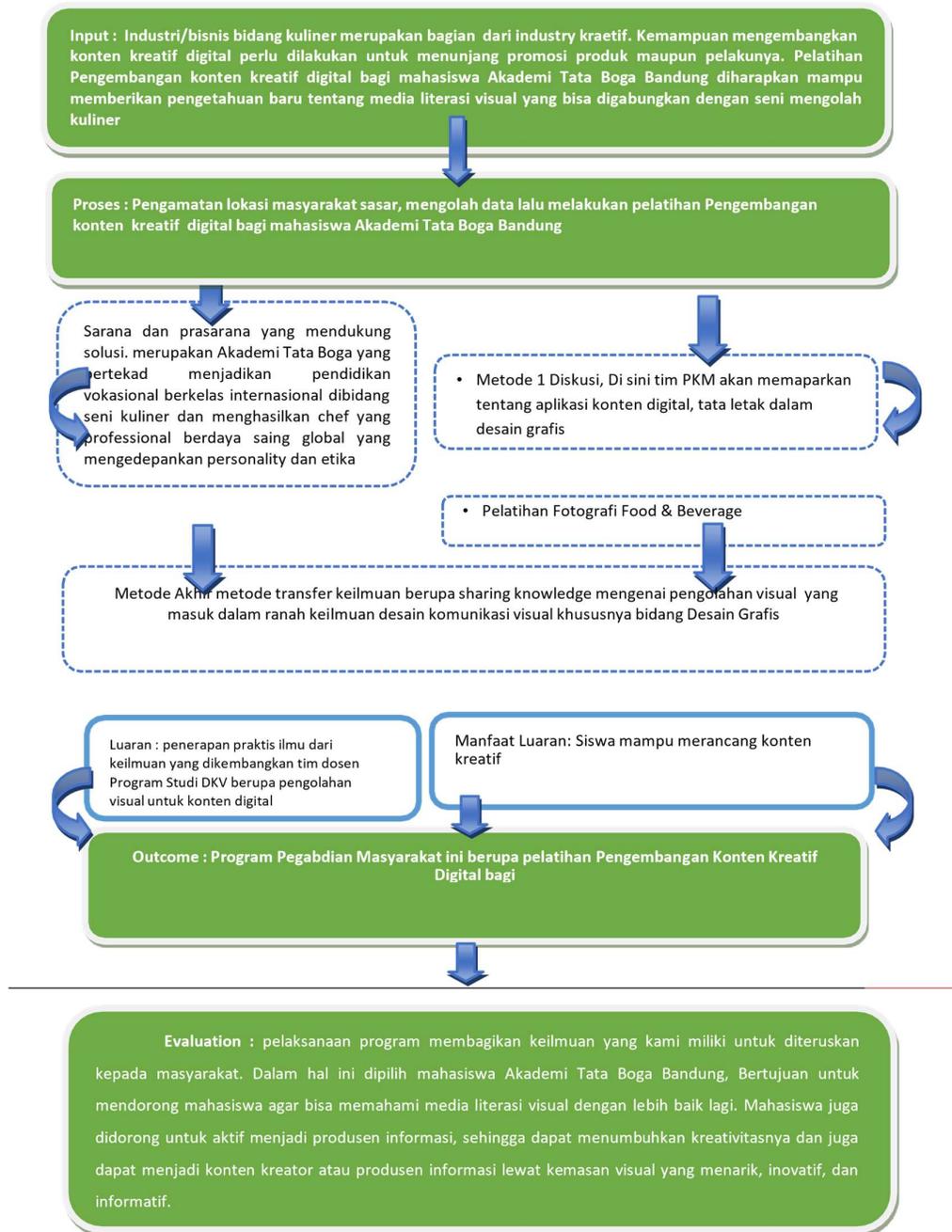
## 2. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Solusi yang ditawarkan pengabdian pada masyarakat ini yaitu Pengembangan Foto Produk dengan Menggunakan prinsip desain komunikasi visual khususnya fotografi pada IKABOGA Indonesia. Dengan adanya foto produk tersebut diharapkan dapat membantu IKABOGA Indonesia agar dapat dikenali dengan mudah oleh konsumen.

Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk workshop/ pelatihan fotografi bertujuan untuk meningkatkan hasil foto masing-masing produk agar visualisasinya lebih baik. Foto produk sendiri adalah suatu metode untuk mengambil gambar dengan teknik-teknik fotografi dari sebuah produk. Foto produk ini bertujuan menarik perhatian dan memberi kesan tertentu. Metode transfer keilmuan diterapkan pada pelaksanaan PKM kali ini berupa *sharing knowledge* mengenai Workshop Foto Produk.

Program Pengabdian Masyarakat ini berupa pengaplikasian ilmu dan transfer ilmu dari keilmuan yang dikembangkan tim dosen Program Studi DKV yang difasilitasi Bagian Program Pengabdian Masyarakat (PPM) Universitas Telkom. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk pelatihan menggunakan aplikasi konten kreatif digital, tata letak, fotografi untuk pengembangan konten kreatif digital yang terdiri dari ceramah dan diskusi mengenai berbagai pengetahuan dan permasalahan seputar pemanfaatan dan pengaplikasian konsep dalam pengembangan konten kreatif digital serta pengetahuan dasar fotografi & tata letak dalam desain grafis. Kami mengharapkan IKABOGA Indonesia untuk berpartisipasi dalam kegiatan ini dan besar harapan kami bisa berlanjut dengan topik lain yang sesuai dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual.

**Gambaran IPTEK**



Bagan 3

Gambar 3.1. IPTEK yang ditransfer ke mitra.

### 3. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Fakultas Industri Kreatif, kelompok pengabdian ini akan berfokus pada produk food & baverage. Pada produk food & baverage terdapat beberapa jenis produk, produk-produk kelompok kami meliputi nasi kuning, tahu goreng, ikan goreng, kentang mustofa, ayam penyet, risoles dan ayam goreng geprek. Kegiatan diawali dengan berkumpulnya anggota-anggota saudagar someah pada gedung Fakultas Industri Kreatif.



Gambar IV.1 Anggota-anggota pengabdian masyarakat

Anggota saudagar someah dikumpulkan pada ruangan untuk nantinya didistribusikan kedalam kelompok- kelompok kecil sesuai dengan kelompok produk masing-masing. Setelah didistribusikan, akan dilakukan sesi fotografi produk. Ruangan kelas telah di kondisikan menggunakan studio mini untuk melakukan sesi fotografi produk.

Fotografi produk yang pertama adalah produk nasi kuning diproduksi oleh dapur Mbak Ros yang ditata dengan estetik agar dapat digunakan untuk preview produk pada marketplace yang akan dituju.



Gambar IV.2 Fotografi Produk Nasi kuning (Dapur Mbak Ros).

Fotografi produk yang kedua adalah produk ayam geprek diproduksi oleh pengusaha Jumeno Food yang ditata dengan estetik agar dapat digunakan untuk preview produk pada marketplace yang akan dituju.



Gambar IV.3 Latar fotografi produk Ayam geprek (Jumeno Food).

Fotografi produk yang ketiga adalah produk ikan pindang diproduksi oleh pengusaha dapur Mas Ceu Uyun's yang ditata dengan estetik agar dapat digunakan untuk preview produk pada marketplace yang akan dituju.



Gambar IV.4 Fotografi Produk Ikan pindang.

Fotografi produk yang keempat adalah produk ayam penyet diproduksi oleh pengusaha dapur AA 57 yang ditata dengan estetik agar dapat digunakan untuk preview produk pada marketplace yang akan dituju.



Gambar IV.5 Fotografi Produk Ayam Penyet (AA 57).

Fotografi produk yang kelima adalah produk tahu goreng diproduksi oleh pengusaha dapur Niar yang ditata dengan estetik agar dapat digunakan untuk preview produk pada marketplace yang akan dituju.



Gambar IV.6 Fotografi Bolen Pisang coklat (dapur Niar).

Fotografi produk yang keenam adalah produk risoles diproduksi oleh pengusaha dapur Niar yang ditata dengan estetik agar dapat digunakan untuk preview produk pada marketplace yang akan dituju.



Gambar IV.7 Fotografi Produk Risoles (dapur Niar).

Fotografi produk yang keenam adalah produk mustofa diproduksi oleh pengusaha dapur Kefoo yang ditata dengan estetik agar dapat digunakan untuk preview produk pada marketplace yang akan dituju.



Gambar IV.8 Fotografi Produk Mustofa (Dapur Kefoo).

Berikut adalah foto anggota-anggota dari hibah pengabdian masyarakat:



Gambar IV.9 Pengusaha-pengusaha Saudagar Someah. Anggota saudagar someah

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Evaluasi pelaksanaan program adalah membagikan keilmuan yang kami miliki untuk diteruskan kepada masyarakat. melalui hibah fotografi ini ini dapat membantu pertumbuhan ekonomi melalui platform jual beli online.

Keberlanjutan program setelah kegiatan dilaksanakan diharapkan mendambah wawasan, kualitas dan penjualan dari produk – produk UMKM IKABOGA.

### DAFTAR PUSTAKA

[1] Latuconsina, Hudaya, 2014. *Pendidikan Kreatif, Menuju Generasi Kreatif dan Kemajuan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta; Gramedia Pustaka Utama.

[2] Rustan, Surianto. 2014. Layout: Dasar & Penerapannya. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Tabrani, Primadi, 2012. *Bahasa Rupa*. Bandung: Kelir.

[3] <https://www.forbes.com/sites/ellevate/2018/08/06/the-skills-you-need-to-succeed-in-2020/#7542b277288a>