



Pelatihan Dasar Fotografi untuk Mendukung Digitalisasi Produk Kopi Bubuk di UMKM Linusco Kabupaten Pasuruan

Basic Photography Training to Support the Digitalization of Coffee Powder Products at Linusco MSMEs in Pasuruan Regency

Ernawati¹, Roisatul Ainiyah^{1*}, Hapsari Titi Palupi², Muhammad Syarwani³,
Mochamad Hasyim⁴, Miftahul Huda⁵, Faishal Ananta Ridha³,
Fizriyatul As'idah², Zainul Ahwan⁶, Lukman Hakim³,
Muhammad Sulhan⁵, Muh Aniar Hari Swasono²

¹Program Studi Teknologi Hasil Perikanan, Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

²Program Studi Ilmu & Teknologi Pangan, Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

³Program Studi Teknik Informatika, Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

⁴Program Studi Pendidikan Bahasa Arab, Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

⁵Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

⁶Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

ABSTRAK

Platform digital menjadi salah satu media utama dalam memperluas jangkauan pemasaran produk, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kualitas foto produk memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan daya tarik visual dan memperluas jangkauan pemasaran produk. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas UMKM Linusco dalam memanfaatkan fotografi produk sebagai strategi pemasaran digital. Metode pelaksanaan meliputi tiga tahapan utama: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap perencanaan mencakup identifikasi kebutuhan, penyusunan materi, dan penyediaan alat pendukung, sedangkan tahap pelaksanaan difokuskan kegiatan pelatihan. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep fotografi produk, kemampuan pengambilan foto, dan penguasaan aplikasi pengeditan, sebagaimana ditunjukkan melalui evaluasi hasil praktik peserta. Peserta berhasil menghasilkan foto produk yang lebih menarik dan profesional, siap digunakan untuk promosi digital. Pendekatan kegiatan pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta.

Keywords: Fotografi, Digitalisasi, UMKM, Kopi

ABSTRACT

Digital platforms are one of the main media in expanding the reach of product marketing, especially for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). The quality of product photos plays a very important role in increasing visual appeal and expanding the reach of product marketing. The purpose of this activity is to increase the capacity of Linusco MSMEs in utilizing product photography as a digital marketing strategy. The implementation method includes three main stages: planning, implementation, and evaluation. The planning stage includes identifying needs, preparing materials, and providing supporting tools, while the implementation stage focuses on training activities. The results of the training showed a significant increase in understanding the concept of product photography, photo-taking skills, and mastery of editing applications, as shown through the evaluation of the results of the participants' practices. Participants succeeded in producing more attractive and professional product photos, ready to be used for digital promotions. The training activity approach was able to improve the knowledge and skills of participants.

Keywords: Photography, Digitalization, MSMEs, Coffee

Correspondence

Roisatul Ainiyah
Universitas Yudharta Pasuruan,
Jl. Yudharta No.7, Sengonagun, Purwosari, Pasuruan,
Jawa Timur 67162, Indonesia
Email: roisatul.ainiyah@yudharta.ac.id

Article History

Submitted: 03-09-2024

Revised: 22-10-2024

Accepted: 07-12-2024

How to cite:

Ernawati, Ainiyah, R., Palupi, H.T., Syarwani, M., Hasyim, M., Huda, M., Ridha, F.A., As'idah, F., Ahwan, Z., Hakim, L., Sulhan, M., & Swasono, M.H.A. (2024). Pelatihan Dasar Fotografi untuk Mendukung Digitalisasi Produk Kopi Bubuk di UMKM Linusco Kabupaten Pasuruan. DEDIKASI SAINTEK Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(3), 313-322. <https://doi.org/10.58545/djpm.v3i3.439>

 [10.58545/djpm.v3i3.439](https://doi.org/10.58545/djpm.v3i3.439)

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.

Copyright (c) 2024 Authors



1. PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, pemasaran produk tidak lagi terbatas pada cara-cara konvensional seperti promosi langsung atau

distribusi lokal. Saat ini, platform digital menjadi salah satu media utama dalam memperluas jangkauan pemasaran produk, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Dalam konteks ini, kualitas foto produk memiliki peran yang sangat penting. Foto produk adalah penggambaran visual barang untuk tujuan ditampilkan kepada konsumen dan juga dapat digunakan sebagai bahan promosi saat menawarkan barang melalui media sosial (Puspita & Octoviani, 2023). Foto produk yang menarik dan profesional dapat meningkatkan daya tarik visual, membangun kepercayaan konsumen, serta memberikan kesan positif terhadap produk yang ditawarkan. Foto produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Paujiah et al., 2022). Selaras dengan itu Sulistyio et al. (2022) menyatakan bahwa foto produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Untuk mendapatkan foto produk yang berkualitas kemampuan dasar fotografi produk yang baik menjadi kebutuhan mendasar bagi UMKM yang ingin bersaing di pasar digital.

Pelaku UMKM dapat mengambil foto produk berkualitas secara mandiri untuk mengurangi biaya promosi dan pemasaran. Hasil penelitian Panjaitan (2023) menyatakan bahwa biaya promosi mempengaruhi kinerja perusahaan pada UMKM di Kota Palembang. Teknik fotografi dasar yaitu foto produk dengan memanfaatkan smartphone dapat menjadi pilihan dalam efektifitas komunikasi visual dalam media promosi (Sari & Irena, 2021). Memotret produk kini tidak lagi memerlukan kamera khusus seperti DSLR yang memiliki harga tinggi, tetapi dapat menggunakan fitur

kamera pada smartphone yang sudah dimiliki banyak orang dapat dioptimalkan (Sidhartani et al., 2020). Dengan memanfaatkan ponsel android yang tersedia saat ini, pengambilan foto produk sudah dapat dilakukan dengan hasil yang memadai. Cipto, 2021 menyatakan bahwa didalam kamera yang terdapat pada setiap smartphone telah tersedia grid, fitur yang 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, serta beberapa fitur lain yang mempermudah proses fotografi produk.

Walaupun telah tersedia beberapa fitur, namun pengetahuan dan keterampilan dasar fotografi produk masih menjadi tantangan bagi banyak pelaku UMKM. Fotografi produk tidak hanya sekadar mengambil gambar, tetapi juga melibatkan pengaturan pencahayaan, sudut pandang, komposisi, dan pengolahan gambar agar produk dapat ditampilkan secara maksimal. Kurangnya pemahaman ini sering kali menghambat pelaku UMKM untuk memanfaatkan platform digital secara optimal dalam mempromosikan produk mereka.

Linusco merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang bergerak di bidang pengolahan kopi bubuk. Meskipun produk kopi bubuk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, hingga saat ini promosi dan pemasaran produk masih dilakukan secara

konvensional dan belum memanfaatkan potensi media digital. Natanael et al. (2024) menyatakan bahwa strategi pemasaran digital secara individu memiliki dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM). Ketiadaan strategi pemasaran online, termasuk penggunaan foto produk yang berkualitas, menjadi salah satu hambatan dalam meningkatkan daya saing UMKM Linusco di pasar yang lebih luas.

Oleh karena itu, UMKM Linusco perlu dibekali dengan pengetahuan dan kemampuan dasar fotografi produk sebagai langkah awal dalam mendukung promosi dan pemasaran secara online sebagai sarana digitalisasi produk. Dengan pelatihan dasar fotografi produk, diharapkan UMKM Linusco dapat memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas, sehingga dapat mendukung keberlanjutan dan perkembangan usaha.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di UMKM Linusco, Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Waktu pelaksanaan kegiatan yaitu pada bulan November 2024. Pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga tahap, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Berikut adalah tahapan pelaksanaan kegiatan secara rinci.

1) Perencanaan Kegiatan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan UMKM Linusco terkait pengetahuan dan keterampilan dalam fotografi produk. Perencanaan kegiatan dilakukan dengan cara koordinasi awal dengan pihak UMKM Linusco untuk mengidentifikasi permasalahan dan harapan dari pelatihan, penyusunan materi pelatihan yang mencakup dasar-dasar fotografi produk, seperti pencahayaan, sudut pengambilan gambar, komposisi, dan teknik pengeditan sederhana menggunakan aplikasi yang tersedia di ponsel android, dan penyediaan alat pendukung seperti contoh produk, peralatan fotografi sederhana (ponsel, tripod, dan alat bantu pencahayaan), serta bahan presentasi.

2) Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap ini dilakukan kegiatan pelatihan dasar fotografi produk. Kegiatan pelatihan dilakukan melalui presentasi materi oleh narasumber, diikuti kegiatan praktik langsung cara mengambil foto produk menggunakan ponsel android. Aktivitas praktik meliputi pengaturan pencahayaan, pemilihan sudut pandang untuk menonjolkan keunggulan produk, dan pengeditan foto sederhana menggunakan aplikasi yang mudah diakses.

Pelatihan dilakukan secara interaktif dengan bimbingan langsung dari narasumber dan tim pengabdian.

3) Evaluasi

Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan evaluasi hasil pelatihan untuk

memastikan keterampilan yang diajarkan dapat diterapkan dengan baik. Evaluasi yang dilakukan mencakup foto yang dihasilkan oleh peserta, diskusi dan pemberian umpan balik untuk meningkatkan kualitas hasil foto, identifikasi kendala yang dihadapi peserta selama praktik mandiri.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dasar fotografi produk untuk mendukung digitalisasi produk kopi bubuk pada UMKM Linusco telah memberikan hasil yang signifikan. Kegiatan dimulai dengan perencanaan yang matang, di mana tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan UMKM melalui koordinasi dengan pemilik Linusco. Proses ini berhasil mengidentifikasi permasalahan utama, yaitu keterbatasan pengetahuan dan keterampilan fotografi produk, serta harapan untuk meningkatkan daya tarik visual produk untuk promosi dan pemasaran secara *online*. Materi pelatihan yang disusun mencakup dasar-dasar fotografi seperti pengaturan pencahayaan, sudut pengambilan gambar, komposisi, dan pengeditan sederhana menggunakan aplikasi ponsel, dengan dukungan alat seperti tripod dan lampu portabel.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dihari oleh 3 orang peserta yang terdiri dari pemilik dan karyawan UMKM Linusco. Kegiatan pelatihan dimulai dengan pemaparan materi oleh narasumber yang disampaikan secara

interaktif (Gambar 1). Materi ini mencakup teknik dasar pencahayaan, sudut pandang terbaik untuk produk, dan pentingnya komposisi visual. Pemahaman foto produk sangat penting bagi pelaku UMKM. Septiana, F., & Kurniawan (2024) menyatakan bahwa foto produk berperan penting dalam membangun identitas merek yang kuat di media sosial melalui elemen visual konsisten seperti skema warna, latar belakang, dan gaya, yang menciptakan citra merek kohesif dan membedakan bisnis dari pesaing.

Sesi praktik langsung menjadi bagian penting dalam pelatihan ini, di mana peserta belajar mengatur pencahayaan, mengambil foto produk dari sudut yang menarik, dan menggunakan aplikasi seperti Canva untuk pengeditan sederhana. Canva dipilih sebagai aplikasi pembantu editing foto karena dianggap efektif digunakan oleh pelaku UMKM. Alamsyah (2024) menyatakan bahwa adopsi Canva dalam aktivitas bisnis UMKM, khususnya untuk pembuatan materi pemasaran dan branding, terbukti memberikan dampak positif yang signifikan terhadap berbagai aspek bisnis mereka di era digital. Sedangkan Rahmayanti (2021) menyatakan bahwa foto produk yang menarik menjadi salah satu strategi pemasaran yang jitu ditengah ketatnya persaingan pasar digital. Metode praktik langsung ini memungkinkan peserta memahami teknik yang diajarkan dan menerapkannya secara *real-time* dengan bimbingan narasumber dan tim.



Gambar 1. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dasar fotografi produk bagi UMKM Linusco

Pada tahap evaluasi, hasil foto yang dihasilkan peserta menunjukkan peningkatan kualitas yang signifikan dibandingkan sebelum pelatihan (Gambar 2). Peserta berhasil mengaplikasikan konsep pencahayaan yang lebih baik, komposisi yang lebih proporsional, dan sudut pengambilan gambar yang lebih menarik. Selain itu, penguasaan aplikasi

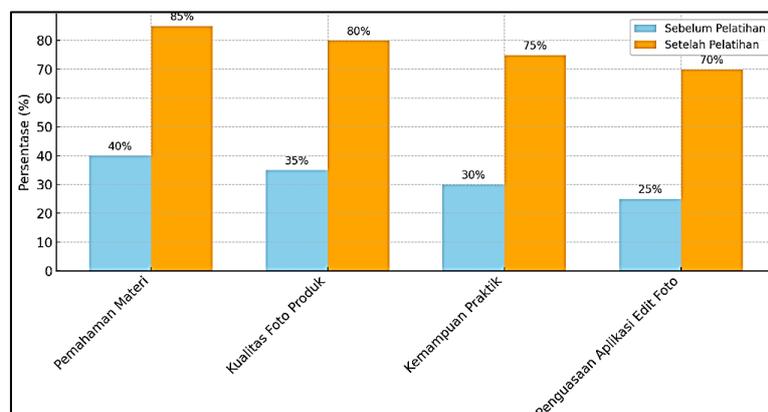
pengeditan sederhana juga meningkat, meskipun beberapa peserta mengungkapkan tantangan terkait penyesuaian dengan fitur aplikasi. Diskusi dan umpan balik dari narasumber membantu peserta memperbaiki hasil kerja mereka serta mengatasi kendala yang dihadapi selama praktik mandiri.



Gambar 2. Foto produk UMKM Linusco sebelum dan sesudah pelatihan

Pelatihan ini telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan fotografi produk UMKM Linusco (Gambar 3).

Peserta kini lebih percaya diri dalam menghasilkan foto produk berkualitas untuk mendukung pemasaran digital.



Gambar 3. Hasil evaluasi pelaksanaan pelatihan dasar fotografi produk

Gambar 3 menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada setiap aspek evaluasi setelah pelatihan. Terjadi peningkatan lebih dari dua kali lipat pada setiap aspek evaluasi, dengan peningkatan tertinggi pada pemahaman materi (dari 40% menjadi 85%). Kualitas foto produk dan kemampuan praktik meningkat signifikan, menunjukkan keberhasilan pendekatan berbasis praktik langsung. Penguasaan aplikasi edit foto meskipun meningkat, menunjukkan kebutuhan pelatihan lanjutan untuk penguatan keterampilan.

Kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan menghasilkan beberapa capaian penting meliputi peningkatan pengetahuan peserta mengenai konsep dasar fotografi produk dalam hal teknik pencahayaan untuk menonjolkan tekstur dan warna produk, pemilihan sudut pandang (*angle*) untuk menampilkan keunggulan produk, dan prinsip komposisi fotografi seperti *rule of thirds* dan *framing*. Septiana & Kurniawan (2024) menyatakan bahwa dalam fotografi, menguasai kemampuan mencari angle yang tepat, seperti sudut sejajar mata, *high angle*, dan *low angle*, serta memahami komposisi dasar melalui rumus per tiga (*rule of third*), sangat penting sebelum pemotret mengembangkan style sendiri dan melangkah ke tahap berikutnya.

Dalam pelatihan ini, praktik fotografi produk mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam menggunakan ponsel android

untuk menghasilkan foto produk berkualitas, mengatur pencahayaan menggunakan alat sederhana, serta mengedit foto menggunakan aplikasi Canva untuk meningkatkan estetika produk. Agustin et al (2022) mengemukakan bahwa pelatihan praktis yang memanfaatkan teknologi mudah diakses seperti penggunaan smartphone memberikan dampak positif yang besar terhadap pengembangan usaha kecil. Hasil praktik menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas foto produk, seperti fokus yang lebih baik, tampilan warna yang lebih menarik, dan komposisi yang lebih rapi. Peserta mampu menghasilkan beberapa foto produk kopi bubuk yang siap digunakan untuk promosi digital, baik di media sosial maupun platform e-commerce. Foto-foto ini menunjukkan daya tarik visual yang lebih baik dibandingkan foto sebelum pelatihan.

Kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan UMKM Linusco dalam meningkatkan daya saing melalui visualisasi produk yang menarik, terutama di era digital. Firdaus et al. (2022) menyatakan bahwa digital marketing memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta mengoptimalkan biaya pemasaran. Berdasarkan hasil pelatihan, pendekatan yang digunakan terbukti efektif karena melibatkan metode interaktif dan praktik langsung yang memungkinkan peserta belajar dengan lebih cepat dan aplikatif. Materi yang diajarkan telah disesuaikan dengan kebutuhan spesifik UMKM

Linusco, yaitu menghasilkan foto produk kopi bubuk yang dapat meningkatkan daya tarik di pasar digital. Penggunaan perangkat sederhana seperti ponsel android dan peralatan pendukung membuat pelatihan lebih inklusif dan mudah diterapkan. Metode pelatihan yang melibatkan presentasi dan praktik langsung memberikan pengalaman belajar yang komprehensif. Peserta dapat segera menerapkan teori yang diajarkan dan menerima umpan balik langsung untuk memperbaiki teknik mereka.

Hasil foto produk dari peserta menunjukkan kualitas yang memadai untuk digunakan dalam pemasaran digital, baik di media sosial maupun platform jual beli daring. Ini merupakan langkah awal yang penting dalam proses digitalisasi UMKM Linusco. Kendala teknis seperti pencahayaan yang tidak konsisten memerlukan panduan tambahan mengenai penggunaan alat bantu pencahayaan yang lebih efektif. Kesulitan dalam pengeditan foto dapat diatasi dengan menyelenggarakan sesi lanjutan yang berfokus pada aplikasi pengeditan yang lebih spesifik dan mudah digunakan. Untuk keberlanjutan program, disarankan UMKM Linusco membuat jadwal rutin untuk mempraktikkan fotografi produk dan mendokumentasikan hasilnya untuk evaluasi berkala.

4. KESIMPULAN

Pelatihan dasar fotografi produk untuk mendukung digitalisasi produk kopi bubuk pada UMKM Linusco telah berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta secara signifikan. Kegiatan ini memberikan pemahaman mendalam tentang teknik pencahayaan, sudut pengambilan gambar, dan prinsip komposisi seperti *rule of thirds*, serta penguasaan aplikasi pengeditan seperti Canva. Peserta mampu menghasilkan foto produk yang lebih menarik dan profesional, siap digunakan untuk promosi digital, baik di media sosial maupun platform *e-commerce*. Metode pelatihan yang menggabungkan pemaparan materi interaktif dan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas hasil foto peserta. Namun, untuk mengatasi kendala teknis seperti pencahayaan yang kurang konsisten dan kesulitan dalam pengeditan, sesi pelatihan lanjutan disarankan. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam proses digitalisasi UMKM Linusco, membantu meningkatkan daya saing produk di pasar digital.

Untuk keberlanjutan, disarankan agar UMKM Linusco secara rutin mempraktikkan keterampilan yang telah dipelajari dan mempertimbangkan pelatihan lanjutan untuk memperdalam penguasaan teknik fotografi, editing, dan pembuatan konten video produk. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik langsung dan bimbingan

intensif efektif dalam menjawab kebutuhan UMKM, khususnya dalam mendukung digitalisasi produk UMKM Linusco. Program serupa dapat diterapkan pada UMKM lainnya untuk mendukung transformasi digital mereka, dengan penyesuaian sesuai kebutuhan dan karakteristik produk masing-masing.

KONTRIBUSI PENULIS

Tim pengabdian dari Universitas Yudharta Pasuruan yang terlibat dalam kegiatan ini dengan peran masing-masing sebagai berikut: Ernawati sebagai ketua. Roisatul Ainiyah, Hapsari Titi Palupi, Muhammad Syarwani, Mochamad Hasyim, dan Miftahul Huda sebagai anggota Tim yang membantu perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan kegiatan. Faishal Ananta Ridha, Fizriyatul As'idah, Zainul Ahwan, Lukman Hakim, Muhammad Sulhan, dan Muh Aniar Hari Swasono membantu pelaksanaan kegiatan di lapangan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ucapan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, & Teknologi atas dukungan pendanaan sehingga kegiatan ini dapat terlaksana, kepada mitra UMKM Linusco atas kerja sama yang baik sehingga kegiatan dapat berjalan lancar, Tim pelaksana program IRT-UM, LPPM Universitas Yudharta Pasuruan, serta mahasiswa yang

telah membantu sehingga kegiatan pengabdian Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik sesuai harapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D., Rushadiyati, R., Asim, A., Ahmadun, A., & Nurminingsih, N. (2022). Pelatihan membuat foto produk dengan kamera smart-phone bagi usaha mikro kecil di kelurahan cilangkap, jakarta timur. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)*, 6(1), 39-44. <https://doi.org/10.52643/pamas.v6i1.1969>
- Alamsyah, A. I. S. (2024). Peran Aplikasi Canva Dalam Mendukung Umkm Bersaing Di Era Digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* (Vol. 8, Issue 2, p. 343). Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Jayakarta. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v8i2.1448>
- Cipto, A. W. (2021). Mengenal Fitur Pada Kamera Smartphone-Excellent Computer. <https://www.excellentcom.id/>.
- Firdaus, M. I., Azizah, P. N., & Sa'adah, R. (2022). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Di Era 4.0. *Jurnal Graha Pengabdian*, 4(2), 154. <http://dx.doi.org/10.17977/um078v4i22022.p154-162>.

- Natanael, L., Panjaitan, P. T., Shabira, S., Arum, S., Rahayu, I. K., & Anggraini, N. D. K. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Kopi Kenangan Jakarta Timur). *Prosiding Seminar Nasional Indonesia* (Vol. 2, No. 2, pp. 193-205).
<https://www.adisampublisher.org/index.php/nasional/article/view/749>
- Paujiah, S., Ahmad, A., & Mutiasari Nur Wulan, M. N. (2022). Pengaruh Foto Produk dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Aplikasi GoFood. *Reviu Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis (Rambis)*, 2(1), 79-87.
<http://repository.lppm.unila.ac.id/47611/>
- Puspita, A. S., & Octoviani, A. (2023). Pelatihan Foto Produk Menggunakan Smartphone Untuk Materi Promosi Pada UMKM. *Jurnal Golden Abdimas*, 1(1), 1-5.
<https://ejournal.stie-igi.ac.id/index.php/goldenabdimas/article/download/5/2>
- Rahmayanti, H. D., Halim, M., Ferdiansyah, F., Ardiani, S., & Akmalia, N. (2021). Pendampingan Foto Produk Umkm Komunitas Saung Taleus Di Kota Bogor Menggunakan Ponsel Cerdas. *Jurnal Pekamas*, 1(2), 79-83.
<https://doi.org/10.46961/pkm.v1i2.465>
- Sari, W. P., & Irena, L. (2020). Komunikasi Visual di Era Digital Melalui Pelatihan Fotografi. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(2).
<https://doi.org/10.24912/jbmi.v3i2.9422>
- Septiana, F., & Kurniawan, E. (2024). Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Sumber Gede. *SINAR SANG SURYA: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 69-82.
<http://dx.doi.org/10.24127/sss.v8i2.3315>
- Sidhartani, S., Pratama, D., Raden, A. Z. M., & Qeis, M. I. (2020). Pelatihan foto produk UMKM Wayang Golek sebagai upaya promosi pasca pandemi Covid-19. *Dharma Raflesia: Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan IPTEKS*, 18(2), 180-189.
<https://doi.org/10.33369/dr.v18i2.13522>
- Sulistyo, A., Suhartapa, S., & Annisa, R. N. (2022). Pengaruh Narasi Produk Dan Foto Produk Terhadap Presepsi Kualitas Dan Minat Beli Wisatawan Melalui Portal Digital Agoda. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(2), 18-38.
<https://doi.org/10.32477/jrm.v9i2.455>