

## Penguatan Kompetensi Fotografi Produk Berbasis Digital Imaging Sebagai Strategi Peningkatan Branding Di SMK Pelita Pesawaran

<sup>1</sup> Ambar Aditya Putra\*, <sup>2</sup> Dika Tondo Widakdo, <sup>3</sup> Rika Febri Sasmita  
<sup>1-3</sup> Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No. 93 Bandar Lampung, Indonesia

Korespondensi : [ambaradityaputra@darmajaya.ac.id](mailto:ambaradityaputra@darmajaya.ac.id)\*

Received: 16 May 2026; Accepted: 29 May 2026

### ABSTRAK

*Perkembangan media digital mendorong kebutuhan kemampuan visual branding yang semakin penting, khususnya dalam bidang fotografi produk. Namun, keterampilan fotografi produk berbasis digital imaging pada siswa sekolah menengah kejuruan masih memerlukan penguatan agar mampu menghasilkan konten visual yang kompetitif dan sesuai kebutuhan industri kreatif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi siswa dalam teknik fotografi produk dan pengolahan digital imaging sebagai strategi penguatan branding produk. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan pembuatan karya fotografi produk. Kegiatan dilaksanakan pada siswa SMK Pelita Pesawaran yang diikuti oleh 30 peserta dan dilaksanakan selama dua hari pada bulan Mei 2026. Materi pelatihan meliputi teknik pencahayaan, komposisi foto, penggunaan kamera smartphone, editing digital imaging, serta penerapan visual branding pada media digital. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi praktik, penilaian hasil karya, serta perbandingan kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Indikator peningkatan kompetensi ditunjukkan melalui kemampuan peserta dalam mengatur pencahayaan, menyusun komposisi produk, melakukan editing digital imaging, serta menghasilkan konten visual branding yang lebih kreatif dan komunikatif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menghasilkan foto produk yang lebih menarik, komunikatif, dan memiliki nilai branding. Selain itu, peserta mampu mengimplementasikan teknik digital imaging dalam pembuatan konten promosi produk secara mandiri. Luaran konkret kegiatan berupa portofolio karya fotografi produk siswa, konten promosi digital, serta meningkatnya kemampuan peserta dalam memanfaatkan media visual sebagai sarana branding produk. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan kesiapan siswa menghadapi kebutuhan industri kreatif berbasis digital.*

**Kata kunci:** Fotografi Produk, Digital Imaging, Branding, SMK, Pengabdian Masyarakat

## A. PENDAHULUAN

SMK Pelita Pesawaran merupakan institusi pendidikan menengah kejuruan yang memiliki peran strategis dalam menyiapkan sumber daya manusia yang kompeten, baik untuk memasuki dunia kerja maupun mengembangkan kewirausahaan mandiri. Sebagai lembaga pendidikan vokasi, sekolah ini berorientasi pada penguatan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan industri dan perkembangan ekonomi lokal. Secara kontekstual, Kabupaten Pesawaran memiliki potensi ekonomi berbasis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang cukup signifikan, terutama pada sektor kuliner, kerajinan (kriya), serta produk kreatif berbasis lokal. Kondisi ini membuka peluang besar bagi siswa untuk terlibat secara aktif dalam aktivitas produktif yang bernilai ekonomi (Rambe, 2024).

Meskipun demikian, hasil identifikasi awal melalui observasi lapangan dan komunikasi dengan pihak sekolah menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki dengan kapasitas teknis siswa, khususnya dalam pemanfaatan media visual sebagai sarana promosi produk. Penggunaan fotografi produk dan digital imaging belum dimaksimalkan sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk (Putra, 2024). Sebagian besar siswa masih menghadapi keterbatasan dalam aspek teknis, seperti penguasaan pencahayaan, komposisi visual, serta proses pengolahan citra digital yang sesuai dengan standar industri kreatif (Setiadi et al., 2019). Di samping itu, pemahaman konseptual mengenai pentingnya branding visual dalam membangun identitas produk juga masih relatif rendah.

Jika ditinjau dari rantai nilai produksi, siswa sebenarnya telah mampu menghasilkan berbagai produk yang potensial, baik yang berasal dari kegiatan pembelajaran praktik maupun inisiatif kewirausahaan. Namun, pada tahapan hilir, yaitu distribusi dan pemasaran, produk tersebut belum didukung oleh representasi visual yang profesional dan komunikatif. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar produk dipasarkan melalui media sosial secara sederhana tanpa didukung oleh konten visual yang terkonsep dan terkurasi dengan baik (Putra et al., 2024). Hal ini mengakibatkan produk kurang memiliki diferensiasi visual serta belum mampu bersaing secara optimal di pasar digital yang kompetitif.

Kondisi tersebut berimplikasi langsung pada rendahnya nilai komersial produk serta lemahnya pembentukan citra merek (branding) (Rachmawati, 2025). Padahal, dalam ekosistem pemasaran digital kontemporer, visual produk memiliki peran krusial sebagai medium komunikasi yang mampu memengaruhi persepsi, preferensi, dan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, diperlukan suatu bentuk intervensi yang sistematis dan berkelanjutan melalui program pelatihan dan pendampingan yang terstruktur guna

meningkatkan kompetensi siswa dalam bidang fotografi produk dan digital imaging (Susanti et al., 2023).

Sejalan dengan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dengan tujuan utama untuk memperkuat kompetensi siswa dalam menghasilkan visual produk yang berkualitas, estetis, dan bernilai komersial melalui penerapan teknik fotografi produk dan digital imaging. Secara operasional, kegiatan ini diarahkan pada peningkatan keterampilan teknis dalam pengambilan gambar, pengelolaan pencahayaan, penyusunan komposisi visual, serta penguasaan proses pascaproduksi menggunakan perangkat lunak pengolahan citra digital yang relevan dengan standar industri kreatif.

Selain aspek teknis, kegiatan ini juga menitikberatkan pada peningkatan literasi siswa terhadap strategi branding visual sebagai bagian integral dari proses pemasaran produk. Dengan demikian, siswa tidak hanya berperan sebagai produsen, tetapi juga sebagai komunikator visual yang mampu menyampaikan nilai dan identitas produk secara efektif kepada konsumen. Pelaksanaan kegiatan ini memiliki keterkaitan yang erat dengan kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), khususnya dalam mendukung implementasi pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan dosen dan mahasiswa secara kolaboratif. Dalam konteks Indikator Kinerja Utama (IKU), kegiatan ini berkontribusi terhadap peningkatan keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas di luar kampus (IKU 2) serta mendorong implementasi hasil kerja dosen yang berdampak langsung pada masyarakat (IKU 3).

Lebih lanjut, kegiatan ini sejalan dengan fokus pengabdian kepada masyarakat yang menekankan pada pemberdayaan berbasis ekonomi kreatif dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Dalam konteks perkembangan industri kreatif digital yang semakin pesat, penguasaan fotografi produk dan digital imaging tidak hanya dipandang sebagai keterampilan teknis semata, tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi visual yang esensial dalam membangun identitas dan positioning merek di pasar. Dari perspektif keberlanjutan, kegiatan ini berpotensi menghasilkan berbagai luaran yang aplikatif dan berdaya guna, antara lain berupa portofolio visual produk siswa sebagai media branding, modul pelatihan yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan oleh pihak sekolah, serta terbukanya peluang kerja sama antara perguruan tinggi dan institusi pendidikan vokasi dalam pengembangan kompetensi berbasis industri kreatif (Mumtazati et al., 2025).

Dengan pendekatan yang menekankan pada pelatihan praktis dan pendampingan intensif, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan kualitas dan daya saing sumber daya manusia, khususnya siswa SMK. Pada akhirnya, siswa

diharapkan tidak hanya siap menghadapi tuntutan dunia kerja, tetapi juga memiliki kapasitas untuk beradaptasi dan berinovasi dalam ekosistem kewirausahaan di era digital yang dinamis (Silalahi et al., 2023).

## B. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dan partisipatif dengan melibatkan secara aktif mitra sasaran yaitu SMK Pelita Pesawaran. Pendekatan yang digunakan menekankan pada kombinasi antara transfer pengetahuan, peningkatan keterampilan praktis, serta pendampingan berkelanjutan agar solusi yang ditawarkan dapat diimplementasikan secara efektif dan berkelanjutan. Secara umum, metode pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan utama yang meliputi sosialisasi program, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta strategi keberlanjutan program.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

### a) Sosialisasi

Kegiatan pengabdian diawali dengan tahap sosialisasi yang bertujuan memperkenalkan program kepada pihak sekolah, meliputi tujuan, manfaat, serta tahapan pelaksanaan kegiatan. Pada tahap ini dilakukan diskusi bersama antara tim pengabdian dan mitra untuk menyepakati kebutuhan, jadwal, serta mekanisme pelaksanaan program agar kegiatan berjalan efektif.

### b) Pelatihan

Tahap selanjutnya adalah pelatihan fotografi produk dan digital imaging yang dilakukan secara praktik langsung. Materi pelatihan mencakup dasar fotografi produk, teknik

# Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 7, No. 2, Juni 2026

pencahayaan dan komposisi visual, penggunaan peralatan fotografi sederhana, pengolahan gambar digital, serta konsep branding visual produk. Metode pelatihan dilakukan melalui ceramah interaktif, demonstrasi, diskusi, dan praktik pengambilan gambar produk.

## **c) Penerapan Teknologi**

Setelah pelatihan, dilakukan penerapan teknologi melalui praktik produksi visual produk menggunakan teknik fotografi dan digital imaging. Peserta belajar melakukan pengambilan gambar, pengaturan pencahayaan, pengolahan foto, hingga pembuatan konten visual untuk media sosial dan katalog digital guna mendukung pemasaran produk.

## **d) Pendampingan dan Evaluasi**

Tahap pendampingan dan evaluasi dilakukan untuk memastikan peserta mampu menerapkan keterampilan secara berkelanjutan. Tim pengabdian memberikan bimbingan teknis, masukan terhadap hasil visual, serta membantu proses pengolahan gambar dan penyusunan konten promosi. Evaluasi dilakukan terhadap proses kegiatan, hasil foto produk, dan dampak peningkatan keterampilan peserta.

## **e) Keberlanjutan Program**

Untuk menjaga keberlanjutan program, disusun beberapa strategi seperti penyediaan modul pelatihan, peningkatan kapasitas guru pendamping, pengembangan portofolio digital siswa, pemanfaatan sarana praktik fotografi di sekolah, serta penguatan kerja sama antara perguruan tinggi dan sekolah. Dengan demikian, program diharapkan mampu memberikan manfaat jangka panjang dalam meningkatkan keterampilan kreatif siswa dan mendukung pengembangan pendidikan vokasi di bidang industri kreatif.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di SMK Pelita Pesawaran menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta dalam bidang fotografi produk berbasis digital imaging sebagai strategi penguatan branding produk. Sebelum pelatihan dilaksanakan, sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan dalam memahami teknik dasar fotografi produk, terutama pada aspek pencahayaan, komposisi visual, pengaturan sudut pengambilan gambar, serta proses digital imaging. Peserta umumnya hanya menggunakan kamera smartphone untuk dokumentasi sederhana tanpa memperhatikan kualitas visual, identitas produk, maupun unsur estetika yang mendukung branding. Selain itu, kemampuan peserta dalam melakukan proses editing gambar masih terbatas pada penggunaan filter otomatis sehingga hasil visual produk belum memiliki karakter visual yang kuat dan kurang optimal digunakan sebagai media promosi digital.



Gambar 2. Pelatihan dan pendampingan

Setelah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, terjadi peningkatan kemampuan peserta dalam memahami proses fotografi produk secara menyeluruh, mulai dari pengambilan gambar hingga tahap digital imaging. Peserta mulai mampu mengatur pencahayaan menggunakan sumber cahaya alami maupun buatan, menentukan komposisi objek yang lebih proporsional, serta memilih sudut pengambilan gambar yang mampu memperkuat karakter produk. Perubahan keterampilan tersebut terlihat dari hasil karya peserta yang menunjukkan kualitas visual lebih baik dibandingkan sebelum pelatihan, baik dari aspek ketajaman gambar, harmonisasi warna, maupun penempatan elemen visual yang mendukung identitas produk.



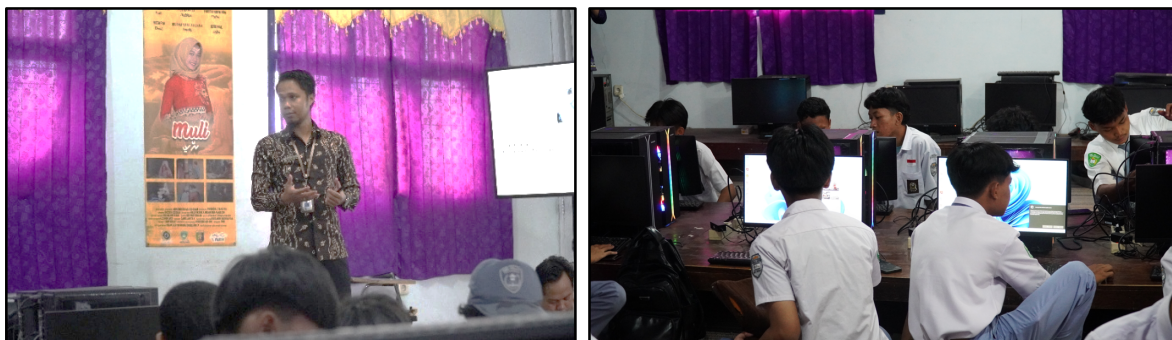
Gambar 3. Hasil Karya Peserta

# Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 7, No. 2, Juni 2026

Penguatan kompetensi digital imaging menjadi salah satu fokus utama dalam kegiatan ini karena proses tersebut memiliki peran penting dalam membangun visual branding produk. Pada tahap pelatihan, peserta diberikan pemahaman mengenai fungsi digital imaging sebagai teknik pengolahan visual untuk meningkatkan daya tarik produk melalui proses editing, manipulasi warna, penyesuaian pencahayaan, serta penguatan detail visual. Peserta juga diperkenalkan pada penggunaan perangkat lunak Adobe Photoshop sebagai media utama dalam proses editing dan pengolahan visual produk. Penggunaan Adobe Photoshop dipilih karena memiliki fitur pengolahan gambar yang lebih lengkap dan umum digunakan dalam industri kreatif maupun desain komunikasi visual.

Dalam proses praktik, peserta dilatih melakukan beberapa tahapan digital imaging menggunakan Adobe Photoshop, seperti color correction, brightness and contrast adjustment, cropping composition, background removal, retouching produk, sharpening image, serta penambahan elemen visual pendukung promosi. Peserta juga dikenalkan pada penggunaan layer, masking, dan pengaturan tone warna untuk menciptakan tampilan visual produk yang lebih profesional dan konsisten dengan konsep branding. Melalui tahapan tersebut, peserta mulai memahami bahwa kualitas visual produk tidak hanya ditentukan oleh teknik pengambilan gambar, tetapi juga oleh kemampuan mengolah visual secara digital agar lebih komunikatif, estetik, dan memiliki nilai komersial.



Gambar 4. Pelatihan Digital Imaging

Salah satu permasalahan yang berhasil diatasi melalui kegiatan ini adalah rendahnya kemampuan peserta dalam menghasilkan foto produk yang layak digunakan sebagai media branding digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar hasil foto memiliki pencahayaan yang tidak merata, warna produk kurang akurat, latar belakang yang mengganggu fokus objek, serta komposisi visual yang kurang menarik. Setelah mendapatkan pelatihan digital imaging menggunakan Adobe Photoshop, peserta mampu memperbaiki kualitas visual melalui proses editing yang lebih terstruktur sehingga produk terlihat lebih bersih, menarik, dan memiliki

# Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 7, No. 2, Juni 2026

identitas visual yang lebih kuat. Kondisi ini menunjukkan bahwa penguasaan teknik digital imaging mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten visual promosi yang sesuai dengan kebutuhan industri kreatif digital.

Produk luaran kegiatan berupa karya fotografi produk hasil praktik peserta yang telah melalui proses digital imaging menggunakan Adobe Photoshop. Hasil karya tersebut meliputi foto produk makanan, minuman, dan kerajinan sederhana dengan kualitas visual yang lebih profesional. Beberapa karya peserta menunjukkan peningkatan kreativitas dalam pengolahan visual, seperti penggunaan efek blur background, manipulasi pencahayaan, penyesuaian tone warna, penghilangan objek pengganggu, hingga penambahan elemen desain pendukung promosi media sosial. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mengimplementasikan keterampilan digital imaging secara mandiri.



Gambar 5. Hasil Pelatihan Digital Imaging

Respons peserta terhadap kegiatan pengabdian menunjukkan hasil yang positif. Peserta menyatakan bahwa pelatihan penggunaan Adobe Photoshop memberikan pengalaman baru dalam memahami proses pengolahan visual produk secara lebih mendalam dan profesional. Antusiasme peserta terlihat selama sesi praktik editing, terutama ketika membandingkan hasil foto sebelum dan sesudah proses digital imaging. Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga menumbuhkan kesadaran peserta mengenai pentingnya kualitas visual dalam membangun branding produk dan meningkatkan daya tarik promosi di media digital.

Indikator keberhasilan program dapat dilihat dari meningkatnya pemahaman peserta mengenai teknik fotografi produk dan digital imaging, meningkatnya kemampuan peserta dalam menggunakan Adobe Photoshop sebagai media editing visual, serta meningkatnya

# Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 7, No. 2, Juni 2026

kualitas visual hasil foto produk yang dihasilkan setelah pelatihan. Keberhasilan kegiatan juga ditunjukkan melalui kemampuan peserta dalam menghasilkan konten promosi visual secara mandiri yang lebih menarik, komunikatif, dan memiliki nilai branding yang lebih kuat dibandingkan sebelum pelatihan. Selain itu, kegiatan ini menghasilkan luaran berupa modul pembelajaran digital imaging yang dirancang sebagai bahan ajar praktik bagi siswa dan guru pendamping dalam mempelajari teknik fotografi produk dan pengolahan visual digital secara berkelanjutan. Modul tersebut diharapkan dapat menjadi media pendukung pembelajaran vokasi yang aplikatif serta membantu proses transfer pengetahuan dan keterampilan di lingkungan sekolah. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kompetensi siswa SMK Pelita Pesawaran agar lebih siap menghadapi kebutuhan industri kreatif berbasis digital.



Gambar 6. Modul Pelatihan

## D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan fotografi produk berbasis digital imaging berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menghasilkan visual produk yang lebih menarik, kreatif, dan profesional. Program ini memberikan manfaat dalam meningkatkan kemampuan fotografi produk, pengolahan gambar digital, serta pemanfaatan media promosi digital sebagai pendukung branding produk. Selain itu, penyusunan modul pembelajaran fotografi produk dan digital imaging menjadi kontribusi program yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan sebagai bahan ajar praktik di sekolah. Secara teoritik, kegiatan ini mendukung pengembangan pembelajaran berbasis praktik (*practice-based learning*) dalam bidang industri kreatif digital.

Untuk pengembangan kegiatan selanjutnya, disarankan agar program dilakukan secara berkelanjutan dengan penambahan materi terkait konten digital dan digital marketing, serta

peningkatan kerja sama antara perguruan tinggi, sekolah, dan industri kreatif guna mendukung penguatan kompetensi peserta sesuai perkembangan teknologi dan kebutuhan dunia kerja

## DAFTAR PUSTAKA

- Mumtazati, H., Astutik, S., Silitonga, A., Joko, & Basuki, I. (2025). *Peran Manajemen Strategis Dalam Meningkatkan Daya Saing Lulusan Pendidikan Kejuruan Di Pasar Kerja Global*. 6(2), 230–241. <https://ejournals.com/ojs/index.php/jken>
- Putra, A. A. (2024). Pelatihan Desain Grafis Majalah Katalog Fotografi Sebagai Media Promosi Pada Batik Gabovira. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 1043–1048.
- Putra, A. A., Sasmita, R. F., Widakdo, D. T., & Septiana, I. P. (2024). Perancangan Desain Digital Fotografi Produk Sebagai Media Promosi Pada UMKM Peyek Kriuk Mak Koles Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Ambar. *Gestalt*, 6(2), 21–33. <https://gestalt.upnjatim.ac.id/index.php/gestalt/article/view/136/6>
- Rachmawati, erny. (2025). Pelatihan Pembentukan Brand Image Bagi Perusahaan. *SOCIETY: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 513–520.
- Rambe, K. F. (2024). Pentingnya Pendidikan Ekonomi dalam Mempersiapkan Generasi Muda Menghadapi Tantangan Ekonomi Global. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 2(2), 21–29. <https://doi.org/10.70437/benefit.v2i2.395>
- Setiadi, A., Ahadi, A. H., Studi, P., Perangkat, R., Studi, P., Komputer, I., Studi, P., Informasi, T., & Hamzah, U. N. (2019). *Filter Gambar Berbasis Web Menggunakan Opencv Dan*. 30–34.
- Silalahi, D. K., Bandiyah Sri Aprillia, & Kharisma Bani Adam. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Secara Daring untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Siswa-Siswi MA Ishlahul Amanah. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 2(3 SE-Articles), 157–166. <https://doi.org/10.35912/jnm.v2i3.1998>
- Susanti, K. N., Asran, D. S., & Prakoso, P. I. (2023). Pelatihan fotografi digital imaging sebagai media alternatif profesi bagi Gerakan Kesejahteraan Untuk Tuna Rungu Indonesia (Gerkatin) Solo. *Prosiding Simposium Pengabdian Masyarakat Humaniora*, 136–146. <https://proceeding.infermia.com/index.php/spora/article/view/13>
- Usman, I. (2025). Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun



# Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat

Volume. 7, No. 2, Juni 2026

Identitas Merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, 1(1), 14–25.  
<https://doi.org/10.69623/j-dikumsi.v1i1.44>

Wirahadi, U., Pratama Lifianto, P., Ranti Rosalina, R., Martowinangun, K., Ayu Nuraeni, Y., Sudrajat, J., & Basith Sukarno, H. (2025). Pelatihan Sosial Media Marketing dan Desain Visual Produk Hidroponik untuk Meningkatkan Kewirausahaan Masyarakat bagi Buruan Sae Kelurahan Maleer. *Padma*, 5(2), 537–548.  
<https://doi.org/10.56689/padma.v5i2.2365>