

Pelatihan Food Photography Berbasis Smartphone untuk Meningkatkan Kualitas Visual Konten Pemasaran Produk UMKM Ngrayudan Kabupaten Ngawi

Cicik Retno Wati¹, Titin Andiyani Atmojo², Elis Rahmawati Mar'atus Sholihah³

^{1,2,3} Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Indonesia

Received : 7 Juli 2026, Revised : 15 Juli 2026, Published : 21 Juli 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Elis Rahmawati Mar'atus Sholihah

E-mail: elis_rahmawatims@polije.ac.id

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra Paguyuban UMKM Desa Seloondo dalam menerapkan teknik dasar food photography menggunakan smartphone, sehingga mitra mampu menghasilkan konten visual produk kuliner yang lebih menarik dan estetik untuk mendukung optimalisasi pemasaran digital serta peningkatan daya saing usaha mereka. Pendekatan yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu pendekatan partisipatif dan kontekstual yang dilaksanakan di Desa Ngrayudan, Kecamatan Jogorogo, Kabupaten Ngawi yang melibatkan 20 orang. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi dua tahapan utama. Tahap pertama adalah sosialisasi dan pemberian materi mengenai prinsip-prinsip dasar food photography, meliputi pemanfaatan pencahayaan alami (natural light), komposisi, styling, sudut pengambilan gambar (angle), serta pemanfaatan properti fotografi dari benda-benda di sekitar. Tahap kedua adalah pendampingan praktik langsung, di mana peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan teknik fotografi menggunakan perangkat smartphone masing-masing dengan pendampingan dari tim pengabdian terkait penataan properti, pemilihan sudut pengambilan gambar (angle), dan pengaturan pencahayaan. Hasil kegiatan pengabdian Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam mengoptimalkan potensi pemasaran digital melalui peningkatan keterampilan food photography yang akan berdampak nyata pada penjualan produk mereka.

Kata kunci - food photography, smartphone, kualitas visual, konten pemasaran, produk UMKM

Abstract

The objective of this community service program was to improve the knowledge and abilities of the Seloondo Village MSME Association in terms of applying basic food photography using smartphones. As a result of the program, participants are expected to create more appealing visuals of their culinary products and thus increase the effectiveness of digital marketing. In the program, we used participatory and contextual approaches and implemented the program in Ngrayudan Village, Jogorogo District, Ngawi Regency with 20 participants. There were two steps in implementing the program. First, the process of socialization was held followed by providing training about the basic concepts of food photography such as natural light, composition, food styling, shooting angle, and photography prop creation using materials that are easily found in the surroundings. Second, mentoring on food photography was carried out using the participants' own smartphones. The mentoring emphasized the process of arranging product, styling prop, choosing angle, and light. It was shown that the community service program improved the ability of participants in optimizing their digital marketing efforts through food photography.

Keywords - food photography, smartphone, visual quality, marketing content, MSME products

How To Cite : Wati, C. R., Atmojo, T. A., & Sholihah, E. R. M. (2026). Pelatihan Food Photography Berbasis Smartphone untuk Meningkatkan Kualitas Visual Konten Pemasaran Produk UMKM Ngrayudan Kabupaten Ngawi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 4(5), 2547 - 2553. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v4i5.4785>
Copyright ©2026 Cicik Retno Wati, Titin Andiyani Atmojo, Elis Rahmawati Mar'atus Sholihah

PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner mengalami peningkatan yang pesat seiring dengan berkembangnya ekonomi digital di Indonesia. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp kini menjadi instrumen strategis bagi UMKM kuliner dalam membangun identitas merek, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat hubungan dengan konsumen (Rachman Hakim et al., 2025). Salah satu faktor penentu keberhasilan pemasaran digital adalah kualitas konten visual yang ditampilkan, mengingat konsumen saat ini sangat mengandalkan tampilan foto produk sebagai sumber informasi dan inspirasi sebelum melakukan pembelian (Milenia Ariyati et al., 2024).

Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM kuliner di wilayah pedesaan masih menghadapi keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menghasilkan foto produk yang menarik secara estetika. Kondisi ini juga dialami oleh mitra Paguyuban UMKM Desa Seloondo, Kecamatan Jogorogo, Kabupaten Ngawi, yang selama ini hanya mengemas produk kulinernya secara sederhana tanpa memperhatikan aspek pencahayaan, komposisi, maupun sudut pengambilan gambar. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan (Fuadillah et al., 2021) bahwa sebagian besar pelaku UMKM kuliner mengemas produknya secara sederhana dan kurang optimal dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, sehingga konten pemasaran yang dihasilkan kurang mampu menarik minat beli konsumen (Kurniawan et al., 2024).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan topik serupa telah dilaksanakan di beberapa daerah dan terbukti mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM kuliner. (Wahyu Winarni & Gunarti Widya Wardani, 2025) melaksanakan pelatihan *food photography* bagi UMKM Mandiri Pancoran Mas Depok yang berhasil meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menghasilkan foto produk yang layak digunakan untuk promosi digital. Sejalan dengan itu, (Kussanti et al., 2022) menunjukkan bahwa pelatihan teknik fotografi makanan berbasis *smartphone* efektif meningkatkan branding dan mempercepat proses promosi bagi pelaku usaha kuliner skala rumahan, sementara (Fitriyah et al., 2024) melaporkan bahwa pendampingan foto produk yang disertai pemasaran daring mampu mendorong perluasan pasar UMKM di tingkat desa. Hasil-hasil pengabdian tersebut menegaskan bahwa kombinasi antara pemberian materi dan praktik langsung merupakan pendekatan yang relevan untuk diterapkan pada mitra dengan kondisi serupa. Uraian kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra Paguyuban UMKM Desa Seloondo dalam menerapkan teknik dasar *food photography* menggunakan *smartphone*, sehingga mitra mampu menghasilkan konten visual produk kuliner yang lebih menarik dan estetik untuk mendukung optimalisasi pemasaran digital serta peningkatan daya saing usaha mereka.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dan kontekstual yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan. Kegiatan dilaksanakan di Desa Ngrayudan, Kecamatan Jogorogo, Kabupaten Ngawi pada bulan Juni 2026, dengan sasaran 20 orang peserta yang merupakan anggota Paguyuban UMKM Desa Ngrayudan di bidang usaha kuliner. Sebelum pelaksanaan, tim pengabdian melakukan observasi awal untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menghasilkan visual produk yang menarik secara estetika. Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi dua tahapan utama. Tahap pertama adalah sosialisasi dan pemberian materi mengenai prinsip-prinsip dasar *food photography*, meliputi pemanfaatan pencahayaan alami (*natural light*), komposisi, *styling*,

sudut pengambilan gambar (*angle*), serta pemanfaatan properti fotografi dari benda-benda di sekitar. Pendekatan ini merujuk pada prinsip teknik fotografi makanan yang dikemukakan oleh (Muliawan et al., 2021), yang menekankan bahwa penguasaan elemen pencahayaan dan komposisi menjadi kunci utama dalam menghasilkan foto produk kuliner yang menarik.

Tahap kedua adalah pendampingan praktik langsung, di mana peserta diberi kesempatan untuk mempraktikkan teknik fotografi menggunakan perangkat *smartphone* masing-masing dengan pendampingan dari tim pengabdian terkait penataan properti, pemilihan sudut pengambilan gambar (*angle*), dan pengaturan pencahayaan. Pemilihan *smartphone* sebagai media praktik didasarkan pada pertimbangan bahwa perangkat tersebut mudah diakses dan digunakan oleh pelaku UMKM tanpa memerlukan biaya tambahan untuk peralatan fotografi profesional (Susanti et al., 2024). Kombinasi antara pemberian materi dan praktik langsung ini merujuk pada pendekatan yang digunakan oleh (Kusnadi et al., 2022) dan (Fuadillah et al., 2021), yang menyatakan bahwa keberhasilan program pengabdian masyarakat lebih optimal apabila materi teoretis diikuti dengan praktik langsung karena mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta secara nyata.

Keberhasilan kegiatan dievaluasi secara deskriptif kualitatif melalui observasi terhadap partisipasi dan antusiasme peserta selama sesi praktik. Melalui perbandingan kualitas hasil foto produk sebelum dan sesudah pendampingan diberikan. Indikator keberhasilan kegiatan ditentukan oleh peningkatan kemampuan peserta dalam menghasilkan foto produk kuliner yang estetik dan secara visual menarik sehingga siap digunakan sebagai konten promosi di platform media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian Masyarakat dilaksanakan di desa Ngrayudan, Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi pada Juni 2026. Peserta yang terlibat adalah 20 orang yang merupakan anggota dari mitra yaitu Paguyuban UMKM Desa Ngrayudan Kecamatan Jogorogo Kabupaten Ngawi yang memiliki usaha di bidang kuliner. Pada observasi awal, ditemukan permasalahan yang dihadapi mitra yaitu keterbatasan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam menghasilkan visual produk UMKM yaitu produk kuliner yang menarik secara estetika. Dampaknya yaitu mitra kurang mampu menciptakan daya tarik konten pemasaran pada media sosial. Hal tersebut sejalan dengan temuan yang didapatkan (Fuadillah et al., 2021) bahwa sebagian besar pelaku UMKM mengemas produknya secara sederhana dan kurang optimal dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi.



Gambar 1.

Materi Sosialisasi *Food Photography*

Kegiatan pengabdian dilaksanakan dengan 2 tahapan utama yaitu tahap pertama sosialisasi dan pemberian materi. Topik yang disampaikan meliputi prinsip-prinsip dasar *food photography*, termasuk pencahayaan alami (*natural light*), komposisi, *styling*, dan sudut pengambilan gambar, serta pemanfaatan komponen-komponen disekitar sebagai *photography properties*. Sekilas materi yang disampaikan dan penyampaian materi tentang *food photography* disajikan pada Gambar 1 dan 2.



Gambar 2.

Sosialisasi dan Penyampaian Materi *Food Photography*.

Kemudian pada tahap kedua yaitu pendampingan praktik langsung, dimana peserta pengabdian Masyarakat diberi kesempatan untuk mempraktikkan Teknik fotografi menggunakan perangkat yang telah disiapkan oleh tim pengabdian Masyarakat. Proses pendampingan dilakukan dengan memberikan saran dan masukan terkait *properties*, *angle/sudut* pengambilan foto, dan pencahayaan yang membuat produk terlihat estetik menarik (**Gambar 3**). Melalui praktik langsung diharapkan peserta dapat mempelajari bagaimana mengatur kamera, pencahayaan, dan sudut pengambilan gambar yang sesuai sehingga peserta memiliki kepercayaan diri dalam mempromosikan produk mereka melalui foto yang telah dibuat. Selain itu, peserta dapat mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan untuk mengambil foto pada produk mereka yang lain. Tahapan kegiatan pengabdian mengacu pada (Kusnadi et al., 2022) dan (Fuadillah et al., 2021) bahwa keberhasilan program pengabdian masyarakat lebih optimal dengan kombinasi antara pemberian materi dan praktik langsung karena meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta.



Gambar 3.

Pendampingan dan pemberian contoh penataan produk.

Luaran yang dihasilkan pada kegiatan pengabdian Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam mengoptimalkan potensi pemasaran digital melalui peningkatan keterampilan *food photography* yang akan berdampak nyata pada penjualan produk mereka. Peserta Pengabdian Masyarakat menunjukkan antusiasme yang tinggi selama sesi praktik. Antusiasme yang ditunjukkan peserta terlihat pada hasil foto yang didapatkan. Hasil foto produk sebelum dan sesudah praktik *food photography* tersaji pada **Gambar 4** dan **Gambar 5**.



Gambar 4.
Hasil Foto Produk Sebelum Praktek Food Photography



Gambar 5.
Hasil Foto Produk Setelah Praktek Food Photography

Selain peningkatan keterampilan yang tervisualisasikan melalui perbandingan hasil foto produk, kegiatan ini juga menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta terkait prinsip-prinsip dasar *food photography*. Sebelum kegiatan berlangsung, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta belum memahami konsep pencahayaan alami (*natural light*), komposisi, *styling*, maupun sudut pengambilan gambar (*angle*), sehingga produk kuliner yang difoto cenderung

ditampilkan apa adanya tanpa memperhatikan aspek estetika. Kondisi ini terlihat dari sesi tanya jawab awal, di mana sebagian besar peserta belum dapat menjelaskan istilah-istilah dasar fotografi produk tersebut.

Setelah mengikuti sosialisasi dan pendampingan praktik, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik. Hal ini terlihat dari kemampuan peserta menjelaskan alasan pemilihan sudut pengambilan gambar, sumber pencahayaan, dan penataan properti secara mandiri saat sesi diskusi dan praktik berlangsung, serta keaktifan peserta mengajukan pertanyaan lanjutan terkait penerapan teknik pada produk lain. Peningkatan pengetahuan ini sejalan dengan peningkatan keterampilan yang ditunjukkan pada perbandingan hasil foto produk (**Gambar 4** dan **Gambar 5**), sehingga tujuan kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan sekaligus keterampilan mitra dapat tercapai. Perlu dicatat bahwa peningkatan pengetahuan pada kegiatan ini dievaluasi secara deskriptif kualitatif melalui observasi dan diskusi, tanpa menggunakan instrumen pengukuran (*pre-test* dan *post-test*) yang terstandar, sehingga hal ini menjadi salah satu keterbatasan dalam kegiatan pengabdian ini dan dapat menjadi perhatian pada kegiatan pengabdian selanjutnya.

Food photography merupakan salah satu komponen penting dalam pemasaran digital, khususnya pelaku UMKM di bidang kuliner. Saat ini merupakan era konsumen mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi dan inspirasi, sehingga visualisasi produk yang menarik secara estetika merupakan faktor penting yang akan memberikan pengaruh terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen. Keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini dipengaruhi oleh pemilihan metode partisipatif dan kontekstual dari peserta. Di era sekarang hampir semua orang memiliki ponsel pintar (*smartphone*) yang dapat digunakan sebagai sarana *food photography*. Sehingga pelatihan menjadi lebih aplikatif dan adaptif dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Selain perkembangan pada aspek keterampilan, kegiatan pengabdian ini juga menunjukkan adanya pergeseran pemahaman peserta yang teramati secara kualitatif selama proses pelatihan berlangsung. Pada tahap awal, sebagian besar peserta menunjukkan pemahaman yang masih terbatas mengenai teknik dasar *food photography*, seperti pengaturan pencahayaan, sudut pengambilan gambar (*angle*), dan penataan komposisi (*food styling*), terlihat dari minimnya pertanyaan yang diajukan serta hasil foto awal yang cenderung datar dan kurang menonjolkan daya tarik visual produk. Namun, seiring berjalannya sesi pelatihan dan pendampingan, peserta mulai menunjukkan antusiasme yang lebih tinggi, ditandai dengan munculnya diskusi mengenai pemilihan *background*, pemanfaatan pencahayaan alami, hingga cara menata produk kuliner agar terlihat lebih menggugah selera. Pada sesi praktik, peserta juga mampu menjelaskan kembali dengan bahasa mereka sendiri alasan di balik pemilihan sudut pengambilan gambar atau tata letak properti pendukung dalam foto, yang mengindikasikan adanya pemahaman konseptual mengenai prinsip *food photography*, bukan sekadar peniruan teknis semata. Perubahan pola interaksi dan kedalaman pemahaman tersebut menjadi indikator kualitatif bahwa kegiatan pengabdian tidak hanya berdampak pada keterampilan praktis dalam pengambilan foto produk, tetapi juga pada pemahaman peserta terkait prinsip-prinsip *food photography* sebagai bagian dari strategi pemasaran digital, meskipun hal ini belum diukur melalui instrumen kuantitatif seperti *pre-test* dan *post-test*. Kegiatan pengabdian ini dengan demikian akan memberikan kontribusi nyata dalam menjembatani kesenjangan kapasitas pelaku UMKM kuliner dalam hal *visual branding* produk, sekaligus mendukung ekosistem ekonomi kreatif yang lebih inklusif dan kompetitif di era digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan Food Photography berbasis *smartphone* berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra Paguyuban UMKM Desa Seloondo dalam menerapkan teknik dasar *food photography* menggunakan *smartphone*. Adanya pengabdian ini telah memberikan peningkatan kemampuan para pelaku UMKM dalam menghasilkan konten visual produk kuliner yang lebih menarik dan estetika untuk mendukung optimalisasi pemasaran digital serta

peningkatan daya saing usahanya. Dengan penerapan pendekatan partisipatif dan kontekstual melalui sosialisasi, pemberian materi dan praktik langsung, peserta pengabdian mampu menerapkan prinsip-prinsip dasar *food photography*, meliputi pemanfaatan pencahayaan alami (*natural light*), komposisi, *styling*, sudut pengambilan gambar (*angle*), serta pemanfaatan properti fotografi dari benda-benda di sekitar menggunakan smartphone mereka. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Desa Ngrayudan untuk meningkatkan daya saing produk pada pasar digital, yang dapat meningkatkan omset penjualan.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya mengangkat tema pelatihan videografi produk, yaitu pembuatan konten video pendek (*reels*) menggunakan *smartphone*, sebagai kelanjutan dari keterampilan *food photography* yang telah dikuasai mitra. Tema ini dipandang relevan untuk memperkuat strategi pemasaran digital UMKM kuliner Desa Ngrayudan mengingat tren konten video pendek di media sosial semakin diminati konsumen sebagai media promosi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyati, I. M., Ismawati, A. F., Rizqillah, A. I., Wulandari, S. S., & Susanti, S. (2024). MSMEs Marketing Strategies Through The Use Of Social Media: A Systematic Literature Review. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 13(1), 65–84. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v13i1.1817>
- Fitriyah, F., Rochmah, N. N., Hakim, L., Kurniawati, E., Sintiya, T., Arifan, M. V., Azizah, P. N., Rosyidah, A. D., Avanti, L. S., Nada, E. Q., Ilham, M., Rosy, F., Masykur, A., Ni, W., Biarfiunsta, I., Ariyanto, R., & Hidayah, A. (2024). Pelatihan Foto Produk dan Pemasaran Online untuk Mengembangkan UMKM di Desa Semen. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 163–169.
- Fuadillah, S., Amalia, A.A., Nur, K.W. (2021). Pelatihan Food Photography Bagi Kelompok UKM Kuliner Kecamatan Rappocini kota Makassar. *Kacaneegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, ISSN: 2615-6717. DOI: <https://doi.org/10.28989/kacaneegara.v4i2.819>.
- Hakim, M., Abdillah, K., Sitinjak, G., & Prasetyoningtyas, A. (2025). Strategi Pemasaran Digital UMKM Kuliner di Era Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*, 5(5). <https://doi.org/10.59818/jpm.v5i5.2058>
- Kurniawan, E., Pratama, R. Y., Pujawahyuningsih, W., Ramadani, G., Anggoro, D., Septiana, F., Yoga Ks, D. D., Firmansyah, R. A., & Janati, I. Q. (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.
- Kusnadi, Rachmawati, I., Parman, S., Wijaya, A., Fahrudin, R., Asfi, M., Iriani, D., Solihah, Y.A., Pranata, S., (2022). Food photography training with natural light concept using smartphone at SMKN 2 Cirebon City. *Community Empowerment* Vol.7 No.6 (2022) pp.1110-1114 e-ISSN: 2621-4024. <https://doi.org/10.31603/ce.6534>.
- Kussanti, D. P., Fitriansyah, F., Harbet, P., & Atmaja, J. (2022). Pelatihan Teknik Food Fotografi dalam Meningkatkan Branding pada UMKM Prima Global Mart Bekasi. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(4), 30–41. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i4.665>
- Muliawan, K. D., & Pradnyanita, A. A. S. I. (2021). Analisa Teknik Fotografi Dalam Tren Food Photography. *Jurnal Nawala Visual*, 3(1), 40–46.
- Susanti, E., Firdalius, F., & Agung, M. (2024). Pelatihan Fotografi Produk Guna Meningkatkan Optimalisasi Digital Marketing Produk UMKM. *JABB*, 5(1), 411–415.
- Wulandari, W., Winarni, R. W., & Wardani, W. G. W. (2025). Pelatihan *food photography* untuk produk kuliner anggota UMKM Mandiri Pancoran Mas (MAPAN) Depok. *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services*, 5(1), 283–301. <https://doi.org/10.53363/bw.v5i1.324>