

Pemanfaatan *Digital Marketing* dengan Foto Produk dan Desain Sosial Media

Fenilinas Adi Artanto^{1*}, Mochamad Nasir²

^{1,2}Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Muhamamdiyah Pekajangan Pekalongan, Kabupaten Pekalongan, Indonesia

Email: ^{1*}fenilinasadi@gmail.com, ²m.nasir77@gmail.com

Abstract

Efforts have been made to improve the quality of education at Vocational High Schools (SMK) with the teaching factory program (TEFA), which is a production or service-based learning method in accordance with current industry standards. One of the needs of Vocational Schools in an effort to support TEFA activities is digital marketing training using digital marketing methods in accordance with the marketing vocations found in Vocational Schools. This activity is designed to train PGRI Batang Vocational School students in product photography techniques and social media design using Canva. Activities are carried out in three stages, namely preparation, training and evaluation. The training includes an introduction to digital marketing concepts, basic photography techniques (lighting, composition, and exposure triangle), as well as social media content design using product photos. As a result, the participants were able to create product photos and design interesting social media content. One of the outcomes of this activity is the Instagram account @unique_clothes since3202 which has been used to market TEFA products. The evaluation stage shows that this activity can provide digital marketing capabilities that can only be done with a simple tool in the form of a smartphone, so that it can support TEFA activities.

Keywords: Digital Marketing, Product Photos, Social Media Design.

Abstrak

Peningkatan kualitas pendidikan pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) telah diupayakan dengan program *teaching factory* (TEFA) yang merupakan metode pembelajaran berbasis produksi atau jasa sesuai dengan standar industri saat ini. Salah satu kebutuhan dari SMK dalam upaya mendukung kegiatan TEFA adalah pelatihan pemasaran digital dengan metode digital marketing sesuai dengan kejuruan pemasaran yang terdapat pada SMK. Kegiatan ini dirancang untuk melatih siswa SMK PGRI Batang dalam teknik Foto Produk dan desain sosial media dengan menggunakan canva. Kegiatan dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu persiapan, pelatihan dan evaluasi. Pelatihan mencangkup pengenalan konsep digital marketing, teknik dasar fotografi (pencahayaan, komposisi, dan segitiga eksposur), serta desain konten sosial media menggunakan hasil dari foto produk. Hasilnya para peserta mampu membuat foto produk dan mendesain konten sosial media sosial yang menarik. Salah satu luaran dari kegiatan ini adalah akun instagram @unique_clothes.since3202 yang telah digunakan dalam memasarkan produk hasil TEFA. Pada tahapan evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan ini dapat memberikan kemampuan digital marketing yang hanya dilakukan dengan alat sederhana berupa smartphone, sehingga dapat mendukung kegiatan TEFA.

Kata Kunci: Desain Sosial Media, Digital Marketing, Foto Produk.

A. PENDAHULUAN

Saat ini Indonesia untuk pendidikan sekolah menengah terbagi menjadi dua kriteria yaitu Sekolah Menengah Atas (SMA) dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Kedua sekolah ini memiliki tujuan pendidikan yang berbeda, di mana SMA memberikan pembelajaran umum dengan harapan siswa akan memiliki kemampuan akademis yang baik yang dapat diproyeksikan untuk melanjutkan ke perguruan tinggi. Sedangkan pada SMK lebih diutamakan kemampuan *softskill* dan *hardskill* yang diharapkan siswa dapat menjadi lulusan yang siap kerja (Suranto et al., 2021).

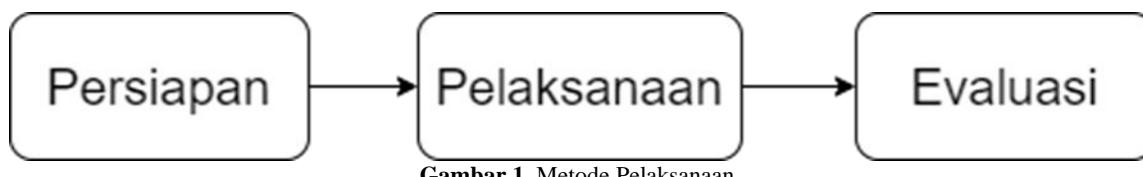
Dalam peningkatan mutu SMK saat ini pembelajaran telah berbasis produksi/jasa yang mengacu pada standar dan prosedur yang berlaku di industri dan pelaksanaannya sesuai dengan kondisi di industri yang

sebenarnya yang dikenal dengan pembelajaran *Teaching Factory* (TEFA) (Kuat, 2018). Pelaksanaan *Teaching Factory* ini membutuhkan bantuan secara langsung dari industri sebagai pihak yang memberikan masukan dan juga dapat sebagai pemberi materi dalam pembelajaran *teaching factory*. Terkait hal tersebut diperlukan adanya *workshop* dalam pelaksanaan *teaching factory* yang efektif di SMK dalam upaya mendukung kegiatan *teaching factory* dan juga peningkatan mutu kualitas dari lulusan di SMK. Seperti saat ini yang sedang dilakukan oleh SMK PGRI Batang yang sedang dalam tahap pengembangan *teaching factory* untuk sekolahnya. Program TEFA pada SMK PGRI Batang saat ini adalah produksi Kaos Polos dan juga Sablon. Untuk dapat mendukung kegiatan TEFA tersebut dan juga kebutuhan akan industri yang maka SMK PGRI Batang membutuhkan kegiatan workshop digital marketing sebagai upaya pemasaran Produk TEFA dan juga peningkatan skill dari para siswa, terutama siswa pada jurusan pemasaran.

Digital marketing merupakan kegiatan promosi serta pemetaan pasar secara digital dengan memanfaatkan teknologi digital (Megananda et al., 2023). Digital marketing juga memberikan kemudahan bagi para pelaku industri untuk menyediakan dan memantau kebutuhan yang di inginkan oleh konsumen (Sasa et al., 2021). Dengan menggunakan digital marketing akan memberikan kemudahan bagi pelaku industri untuk dapat menyediakan dan memantau kebutuhan apa yang saat ini sedang di inginkan oleh konsumen (Sasa et al., 2021). Dengan memanfaatkan metode dari digital marketing diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang bagaimana upaya dalam meningkatkan penjualan dalam bisnis (Setiawan et al., 2021). Digital marketing juga dapat digunakan sebagai upaya dalam meningkatkan pertumbuhan pelanggan (Arifin et al., 2019). Disisi yang lain digital marketing akan memudahkan pelaku bisnis dalam memantau untuk menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen dan juga dapat dijadikan sebagai sarana informasi calon konsumen untuk mendapatkan informasi produk dengan mudah dan cepat (Ridwan et al., 2019). Sosial media marketing sudah menjadi salah satu tool bisnis andalan yang dapat memperdayakan sosial media dalam bisnis, siapa saja mampu menenjakannya dan juga cocok untuk segala macam bisnis (Rahadi & Zanial, 2017). Program pengabdian kepada masyarakat dengan tema foto produk dan desain sosial pada digital marketing ini merupakan sebuah program yang bekerja sama dengan industri digital marketing yang memberikan pelatihan peningkatan kompetensi yang ditujukan pada para siswa SMK.

B. PELAKSAAN DAN METODE

Kegiatan pelatihan mengenai digital yang berisi tentang pelatihan foto produk dan juga desain media di SMK PGRI Batang dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

1. Persiapan Kegiatan

Kegiatan persiapan yang dilakukan meliputi observasi, penyusunan kegiatan dan sosialisasi kegiatan. Pada tahap observasi dilakukan untuk mengetahui kebutuhan materi pada SMK PGRI Batang. Setelah itu penyusunan kegiatan meliputi penyusunan materi yang akan disampaikan dan juga kebutuhan peralatan dalam kegiatan. Dan yang terakhir adalah sosialisasi kegiatan e SMK PGRI Batang agar kebutuhan peralatan dan juga rencana pelatihan dapat berjalan.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan di SMK PGRI Batang. Kegiatan berupa pemberian materi tentang digital marketing, yang dilanjutkan dengan praktik foto produk. Dalam fotografi hal terpenting adalah memahami teknik dasar fotografi seperti segitiga exposure, lighting, dan komposisi (Syahputra et al., 2023). Sehingga pemberian materi kepada peserta tentang foto produk meliputi segitiga exposure, lighting dan komposisi. Segitiga exposure merupakan bagaimana menyatakan cerah atau terang tidaknya jumlah pencahayaan dari pengaturan *Aperture*, *Shutter Speed*, dan ISO (Pramudjono, 2015). Sedangkan komposisi fotografi, yang merupakan penataan elemen visual sehingga foto tidak hanya menarik tetapi dapat mengungkapkan maksud dari fotografer dengan jelas (Utomo et al., 2014). Dalam komposisi fotografi diberikan *rule of thirds* karena komposisi tersebut dapat menghasilkan foto yang berkualitas (Widiatmoko, 2021). Setelah peserta mendapatkan hasil objek gambar dari foto baru peserta mengikuti pelatihan praktik kembali untuk membuat desain sosial media dengan menggunakan canva. Dengan adanya desain konten pada sosial media akan

membantu dalam penyampaian pesan dari brand ataupun informasi tentang produk atau jasa kepada para masyarakat (Hadinoto & Wahyudi, 2022). Diberikan materi tentang psikologi warna dan juga pemilihan font dan colour palette. Warna akan menciptakan kesan dan mood yang dapat memberikan dampak secara psikologis kepada orang yang melihatnya (Farida et al., 2020). Dengan menggunakan colour palette akan memudahkan dalam mengekstrak warna-warna dalam sebuah gambar berdasarkan profil dari warnanya (Junianto & Zuhdi, 2018). Selain itu font ataupun huruf juga menjadi point dalam penyampaian pesan melalui bentuk dan rupa huruf yang menyiratkan karakter dengan beragam emosi (Puspa Dewi, 2022).

3. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan di akhir kegiatan untuk dapat memastikan bahwa kegiatan pelatihan yang telah diberikan dapat diikuti dan juga diimplementasi oleh peserta dari SMK PGRI Batang. Metode evaluasi dilakukan dengan mengisi beberapa pertanyaan yang telah disediakan melalui kuisioner. Hasil kuisioner dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui bagaimana ketercapaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Berikut indikator yang digunakan dalam proses evaluasi:

Tabel 1. Indikator Evaluasi Program

No	Indikator Evaluasi
1.	Pemahaman dalam Digital Marketing
2.	Pemahaman dan kemampuan tentang proses dasar Fotografi
3.	Pemahaman dan kemampuan dalam desain sosial media

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari observasi yang telah dilakukan di SMK PGRI Batang menunjukkan bahwa dengan adanya program studi pemasaran disekolah membutuhkan adanya pendalaman materi tentang pemasaran terutama pemasaran digital atau digital marketing. Selain itu dengan adanya program TEFA di SMK PGRI Batang juga membutuhkan pendampingan dalam memasarkan produk dari hasil TEFA tersebut. Dari hasil wawancara dan diskusi yang dilakukan dengan kepala sekolah dari SMK PGRI Batang terlihat bahwa dibutuhkannya pelatihan dalam memberikan pengetahuan tentang digital marketing. Penyusuan media dan juga materi di sesuaikan dengan kebutuhan SMK PGRI Batang. Dengan kebutuhan utama adalah memasarkan produk dari TEFA sehingga dibuatlah kegiatan yang dapat membantu kebutuhan tersebut. Sehingga untuk membantu memasarkan TEFA ditunjuklah kegiatan foto produk dari produk hasil TEFA, yang nantinya hasil foto produk tersebut dapat digunakan sebagai bahan dalam sosial media marketing. Untuk dapat meningkatkan value dari foto produk tersebut diberikan juga kegiatan pelatihan dalam mendesain media sosial.

Terdapat tiga tahapan dalam kegiatan yang berupa sosialisasi, pelatihan dan evaluasi.

1. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi ini berupa pemaparan materi yang akan disampaikan kepada peserta pelatihan. Dalam hal ini materi berupa dasar digital marketing, foto produk dan desain sosial media disampaikan kepada guru-guru di program studi pemasaran SMK PGRI Batang.



Gambar 2. Sosialisasi Materi Kegiatan



Gambar 3. Guru Mengikuti Materi dari Kegiatan

Pada kegiatan sosialisasi guru juga mengikuti dan mempraktekan materi yang telah dibuat, dalam sosialisasi tersebut menjadi media diskusi tentang materi yang akan diberikan dalam kegiatan, selain itu juga mendiskusikan peralatan yang dibutuhkan dalam kegiatan, Setelah materi dan kebutuhan peralatan yang diajukan dan dipresentasikan ke guru dan sekolah dan disetujui maka nantinya dalam kegiatan pelatihan akan menggunakan materi dan juga peralatan tersebut.

2. Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilakukan dengan pemberian materi dengan 3 tema yang telah disepakati, yaitu dasar digital marketing, foto produk dan desain sosial media.

Dalam pemberian materi dasar digital marketing diberikan pengertian dan pemahaman tentang digital marketing, selain itu di bahas tentang pentingnya branding dan salah satu metode branding seperti logo. Dari pembahasan tentang logo peserta diajak untuk membuat desain logo. Berikut ini adalah hasil dari desain logo yang berhasil dibuat:



Gambar 4. Hasil dari desain logo tefa

Setelah berhasil membuat logo dari materi brading dan digital marketing dilanjutkan dengan kegiatan foto produk, para peserta diajak praktik secara langsung untuk mengambil gambar dari produk tefa yang ada, bagaimana menggunakan peralatan yang seadanya dan juga menata dekoratif produk agar lebih menarik



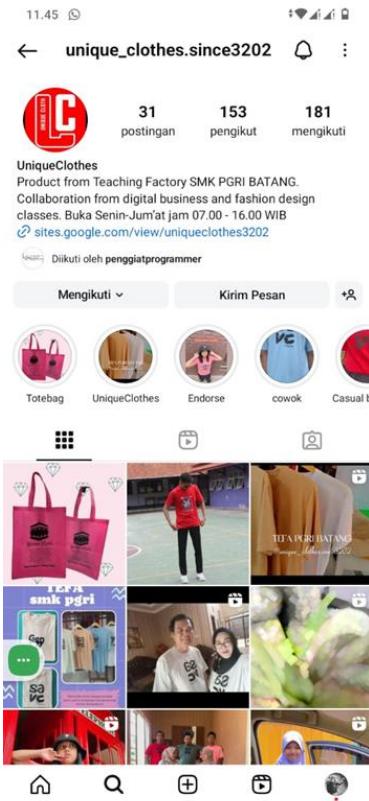
Gambar 5. Proses Pelatihan dan hasil Foto Produk

Setelah memiliki beberapa bahan foto produk yang dapat digunakan sebagai bahan dalam desain sosial media kegiatan dilanjutkan dengan desain sosial media, digunakan aplikasi canva karena canva dapat diakses secara online dan juga gratis, selain itu canva juga memiliki banyak template yang dapat digunakan dalam desain sosial media.



Gambar 6. Proses Pelatihan desain media sosial

Kegiatan yang dilakukan secara bertahap dari pengenalan digital marketing dan dilanjutkan melakukan foto produk dengan objek hasil dari produksi TEFA setelah itu hasil foto akan di edit untuk menjadi desain sosial media yang akan digunakan sebagai bahan dalam digital marketing. Hasil dari pelatihan tersebut adalah dengan berjalananya media sosial instagram tefa yang memiliki akun dengan nama @unique_clothes.since3203. akun tersebut digunakan untuk memasarkan hasil dari produk tefa.



Gambar 7. Hasil dari Kegiatan

Selain dalam bentuk pelatihan kegiatan ini telah berlanjut dan berjalan secara rutin yang dapat diikuti di media sosial tersebut. Dengan adanya media sosial tersebut diharapkan pemasaran produk dari tefal dapat menjadi lebih baik dan dikenal oleh masyarakat.

3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah kegiatan pelatihan selesai dilakukan. Hasil dari evaluasi dari kegiatan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kegiatan

No	Indikator Evaluasi	Capaian
1.	Pemahaman dalam Digital Marketing	80%
2.	Pemahaman dan kemampuan tentang proses dasar Fotografi	75%
3.	Pemahaman dan kemampuan dalam desain sosial media	75%

Dari kegiatan yang dilakukan terdapat beberapa peserta yang merasa bahwa proses dari pemasaran secara langsung tanpa menggunakan media digital dirasa lebih mudah. Tetapi terdapat juga yang menyukai proses dalam pembuatan media pemasaran yang akan digunakan secara digital. Mereka merasa bahwa pemasaran dengan menggunakan media digital dirasa lebih mudah karena dapat dilakukan dirumah saja dan membutuhkan modal yang sedikit. Dengan adanya Smartphone saat ini memudahkan dalam melakukan pemasaran secara digital, dengan smartphone dapat dimanfaatkan sebagai camera untuk mendapatkan photo produk, dan dengan smartphone juga akan memudahkan mengakses canva yang dapat digunakan untuk mengedit foto atau bahan yang sudah didapat untuk menjadi desain media sosial.

D. PENUTUP

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa kegiatan tersebut telah memberikan edukasi kepada peserta pelatihan di SMK PGRI Batang bahwa digital marketing itu mudah dan tidak membutuhkan modal yang banyak, hanya dengan bermodalkan smartphone maka seorang pelajarpun dapat menjadi sosial media marketing. Sebagian peserta telah terbiasa dengan penggunaan media sosial. Tetapi dengan adanya kegiatan ini menambahkan pengetahuan mereka tentang bagaimana

membuat desain yang baik dan mudah untuk konten sosial media. Saat ini yang perlu diperhatikan adalah konsistensi dari TEFA dalam membuat konten di sosial media mereka. Dengan konsistensi melakukan post konten akan membantu TEFA dalam memasarkan produk mereka. Selain itu dengan adanya bantuan dari siswa juga akan memberikan kemudahan dari TEFA dalam memasarkan produk mereka.

Saran

Setelah memiliki bahan berupa foto produk yang dapat digunakan sebagai konten pada media sosial maka diperlukan lagi pengenalan tentang sosial media marketing, agar nantinya hasil desain sosial media tersebut dapat tersampaikan dengan baik dengan metode SEO. Selain itu juga perlu adanya tambahan materi tentang copywriting, Dimana setelah konten untuk media sosial tersedia, sebelum konten tersebut di post diperlukan metode dalam Menyusun deskripsi produk dan juga pemilihan hastag, dengan metode copywriting akan memudahkan dalam memberikan efek viral pada konten tersebut, Dimana akan membantu dalam SEO agar dapat bersifat organik, selain itu diperlukan tambahan tentang ads, kapan, dan bagaimana metode yang tepat dalam memanfaatkan ads, agar nantinya tidak terjadi kerugian dalam beriklan dalam media sosial.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep Digital Marketing Berbasis Seo (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran. *EKOMBIS SAINS: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 4(2), 87–94. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v4i2.474>
- Farida, E., Kholidah, N. R. J., & Sarjono, S. (2020). Penerapan Pembelajaran PSikologi Warna Untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih Warna Pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 10(1), 40. <https://doi.org/10.24036/011085220>
- Hadinoto, D. R., & Wahyudi, A. T. (2022). Analisis Desain Konten Brand Media Sosial di Bebe Studio Berdasarkan Hierarki Kebutuhan Desain. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(0).
- Junianto, E., & Zuhdi, M. Z. (2018). Penerapan Metode Palette untuk Menentukan Warna Dominan dari Sebuah Gambar Berbasis Android. *Jurnal Informatika*, 5(1), 61–72. <https://doi.org/10.31311/ji.v5i1.2740>
- Kuat, T. (2018). Implementation of Edupreneurship Through the Teaching Factory in Vocational High School of Hotel Accommodation: Case Study At Smk N 6 Yogyakarta. *Journal of Vocational Education Studies*, 1(1), 7–12. <https://doi.org/10.12928/joves.v1i1.590>
- Megananda, R. C., Ifadah, M., Sunayya, N., & Harfina, A. (2023). Pengenalan dan Pelatihan Digital Marketing Pupuk Organik Cair pada Ibu PKK Dusun Semen. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 48–56. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v6i1.12919>
- Pramudjono, P. (2015). The Influences of Organizational Culture, Moral Hierarchy Level, and Motivation towards the Teacher's Commitment. *American Journal of Educational Research*, 3, 20–24. <https://doi.org/10.12691/education-3-1-5>
- Puspita Dewi, N. N. (2022). Perancangan Font dan Desain Preview Font Two Hand di Alit Desain Studio. *ISI Denpasar Institutional Repository*, 12. <http://repo.isi-dps.ac.id/id/eprint/4796>
- Rahadi, D. R., & Zanial. (2017). Social Media Marketing dalam Mewujudkan E-Marketing. *Journal Marketing*, 8(4), 71–72.
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 137–142. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Sasa, S., Sapto Adi, D., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358–371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>
- Setiawan, G., Novari, E., & Kusumadewi, R. (2021). Pengaruh Buzz Marketing dan Brand Ambassador Terhadap Purchase Decision Dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(2), 22–31.

- Suranto, Rohmah, W., Nuryana, I., ASmawan, M. C., Rodzalan, S. A., Fatmahwati, S., & Khasanah, L. (2021). Workshop Tata Kelola Teaching Factory (TEFA) Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan Pada SMK Jurusan Akuntansi. *J-Abdipamas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(2).
- Syahputra, A., Sani, A., Habib, H., Ibrahim, Q., Rudiansyah, M., Multimedia, P. S., Negeri, P., Kreatif, M., Kemasan, P. M., Promosi, M., & Eksposure, S. (2023). Analisis Pemotretan Foto Menggunakan Teknik Segitiga Exposure Pada Produk Makanan Kemasan. *Jurnal Bidang Penelitian Multimedia (JBPM)*, 1(2), 1–8.
- Utomo, T. P., Muttaqin, A., & Aswin, I. M. (2014). Penilaian Komposisi Rule of Thirds Pada Fotografi Menggunakan Bantuan Pengolahan Citra Digital. *Jurnal Mahasiswa Teknik Elektro Universitas Brawijaya*, 2–6.
- Widiatmoko, M. E. (2021). Komposisi Rule of Third Dan Point of Interest Pada Hasil Karya Foto Enara Fotografi. *JISyCS (Journal Of Information System And Computer Science)*, 1(2), 40–51. <http://www.jurnal.stmikmbcpalembang.ac.id/index.php/JISyCS/article/view/11>