

Pelatihan Fotografi Produk untuk Penguatan Branding Digital Siswa SMA/SMK Pancoran

Ashr Lian Alviani^{1*}, Chairilisa Azzahra²

¹ Fakultas Humaniora dan Desain, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas LIA, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

² Fakultas Sains dan Bisnis, Program Studi Bisnis Digital, Universitas LIA, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

INFO ARTIKEL

Diserahkan 27/06/2026

Direvisi 04/07/2026

Diterima 15/07/2026

Diterbitkan 27/07/2026

Kata Kunci:

Fotografi Produk,
Branding,
Bisnis Online,
Kewirausahaan,
Siswa

ABSTRAK

Perkembangan bisnis digital menuntut generasi muda memiliki kompetensi dalam menghasilkan konten visual yang menarik sebagai bagian dari strategi branding digital. Namun, masih banyak siswa SMA dan SMK yang belum memahami teknik fotografi produk serta pemanfaatannya dalam mendukung pemasaran digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam menghasilkan foto produk berkualitas sebagai bekal membangun bisnis online. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan pembelajaran berbasis praktik yang meliputi penyampaian materi mengenai konsep dasar fotografi produk, teknik pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, serta praktik fotografi menggunakan peralatan sederhana. Kegiatan dilaksanakan secara luring di Laboratorium Universitas LIA dan dievaluasi melalui pre-test dan post-test terhadap 20 peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan kompetensi pada seluruh aspek yang diukur, yaitu pencahayaan dari 75% menjadi 82%, angle dari 67% menjadi 78%, komposisi dari 81% menjadi 94%, dan warna latar dari 83% menjadi 95%. Selain itu, peserta mampu menghasilkan foto produk dan konten promosi sederhana yang sesuai dengan prinsip komunikasi visual. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik efektif dalam meningkatkan literasi digital, keterampilan fotografi produk, dan kreativitas visual siswa sebagai bekal memasuki ekosistem bisnis digital serta mengembangkan usaha secara mandiri

Corresponding author email:
lianashr989@gmail.com



Copyright © Author (2026). Published by Alesha Media Digital. This is an open access article under the CC BY SA license. All writings published in this journal are personal views of the author and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola pemasaran dari konvensional menjadi berbasis konten visual. Hal ini telah mengubah cara pelaku usaha memasarkan produk melalui media sosial dan platform e-commerce. Dalam ekosistem bisnis online, foto produk tidak lagi berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi menjadi media komunikasi visual yang mampu membangun citra merek atau branding [1], meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memengaruhi keputusan pembelian. Oleh karena itu, kemampuan menghasilkan konten visual yang berkualitas menjadi kompetensi yang perlu dimiliki sejak jenjang pendidikan menengah sebagai bekal menghadapi dunia kerja maupun dunia usaha.

Di sisi lain, siswa SMA dan SMK sebagai generasi digital memiliki akses yang tinggi terhadap smartphone, namun demikian, pemanfaatan teknologi tersebut masih didominasi untuk aktivitas konsumtif dibandingkan sebagai sarana produktif dalam mendukung kewirausahaan digital. Penguasaan keterampilan fotografi produk

sejak dini dapat menjadi bekal untuk mengembangkan usaha berbasis digital, seperti penjualan melalui marketplace, media sosial, maupun bisnis berbasis konten [2]. Kondisi tersebut menegaskan urgensi pelatihan yang tidak hanya menitikberatkan pada keterampilan teknis fotografi, tetapi juga mengintegrasikan konsep branding digital sehingga peserta didik mampu menghasilkan konten promosi yang efektif.

Dalam perspektif Desain Komunikasi Visual (DKV), fotografi produk merupakan media komunikasi visual yang berfungsi menyampaikan karakter produk sekaligus membangun identitas merek serta meningkatkan kepercayaan calon konsumen terhadap produk yang dipasarkan secara daring [3]. Komposisi, pencahayaan, warna, sudut pengambilan gambar, serta tata letak visual menjadi unsur penting yang memengaruhi daya tarik suatu produk. Melalui visual yang konsisten, sebuah merek akan lebih mudah dikenali dan memiliki citra yang kuat di benak konsumen [4]. Oleh karena itu, penguasaan teknik fotografi produk menjadi salah satu kompetensi yang relevan untuk mendukung kewirausahaan digital di kalangan generasi muda saat ini.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan foto seadanya, dengan pencahayaan kurang optimal, komposisi tidak terencana, serta tanpa konsep visual yang mencerminkan identitas merek. Kondisi ini berdampak langsung pada rendahnya daya saing produk di media sosial dan platform niaga daring [5]. Permasalahan tersebut diperkuat oleh hasil penelitian yang menyebutkan bahwa kualitas visual, baik dalam kemasan maupun konten digital menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di platform digital [6], [7], bahkan sebelum konsumen membaca deskripsi produk. Namun demikian, keterbatasan pengetahuan visual, minimnya akses terhadap pelatihan desain dan fotografi, serta anggapan bahwa produksi visual profesional membutuhkan biaya tinggi menjadi penghambat utama bagi para pelaku bisnis dalam meningkatkan kualitas branding mereka. Akibatnya, banyak produk lokal berkualitas kalah bersaing bukan karena mutu produk, melainkan karena lemahnya representasi visual.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang sebagai solusi edukatif dan aplikatif melalui Pelatihan Fotografi Produk Berbasis Sekolah, dengan melibatkan siswa SMA/SMK sebagai subjek pembelajar sekaligus agen kreatif. Pendekatan ini relevan karena memberikan pengalaman pembelajaran kontekstual bagi siswa siswi sesuai dengan kompetensi keahlian di bidang kreatif dan visual. Penelitian pengabdian sebelumnya membuktikan bahwa pelatihan fotografi produk berbasis praktik mampu meningkatkan kompetensi teknis dan daya saing generasi muda dalam bidang komunikasi visual [8], [9]. Namun, sebagian besar program pelatihan tersebut masih berfokus pada aspek teknis fotografi dan belum banyak yang mengintegrasikan keterampilan fotografi produk, strategi branding digital, serta pemanfaatan aplikasi desain seperti Canva dalam satu rangkaian pembelajaran yang komprehensif bagi siswa SMA/SMK. Padahal, integrasi ketiga aspek tersebut diperlukan agar peserta tidak hanya mampu menghasilkan foto produk yang menarik, tetapi juga mengolahnya menjadi materi promosi digital yang siap digunakan pada media sosial maupun marketplace. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini mengimplementasikan pelatihan fotografi produk berbasis smartphone yang dipadukan dengan konsep branding digital dan pemanfaatan Canva sebagai media perancangan konten promosi. Melalui pendekatan tersebut, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi visual, kreativitas, serta kesiapan berwirausaha siswa dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam menghasilkan foto produk yang menarik serta menyusun konten promosi digital sebagai bekal membangun bisnis online. Diharapkan kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis peserta, tetapi juga menumbuhkan kreativitas, jiwa kewirausahaan, dan kesiapan menghadapi peluang ekonomi digital. Pembekalan keterampilan fotografi produk sejak jenjang sekolah diharapkan dapat menjadi modal awal bagi siswa untuk membangun identitas merek, memasarkan produk melalui media sosial maupun marketplace, serta mengembangkan bisnis online secara mandiri. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan kompetensi siswa siswi SMA dan SMK dalam fotografi produk

berbasis smartphone sebagai strategi penguatan branding digital sekaligus menumbuhkan kesiapan berwirausaha di era ekonomi digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan metode pelatihan partisipatif (participatory training) yang mengombinasikan penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan diskusi. Metode ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual mengenai fotografi produk, tetapi juga mampu menerapkan teknik yang dipelajari dalam menghasilkan konten visual untuk mendukung branding digital dan bisnis online. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan fotografi produk yang terstruktur dan aplikatif, bertempat di Laboratorium Komputer Universitas LIA. Bentuk kegiatan difokuskan pada pelatihan dan praktik langsung, dengan tujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menghasilkan foto produk yang jelas, jernih, dan komunikatif sebagai bagian dari strategi branding di media digital.

Sasaran kegiatan adalah sebanyak 20 siswa SMA dan SMK di Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan, yang memiliki ketertarikan pada bidang desain, media digital, dan kewirausahaan. Kegiatan dilaksanakan secara luring di Laboratorium Universitas LIA pada bulan Januari 2026 dan terdiri atas tiga sesi pelatihan, dengan durasi masing-masing 120 menit. Untuk mengukur efektivitas pelatihan, digunakan instrumen pre-test dan post-test yang disusun oleh tim pelaksana. Instrumen evaluasi berupa lembar penilaian praktik (performance assessment rubric) dan lembar observasi yang digunakan untuk menilai kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Penilaian dilakukan berdasarkan empat indikator utama, yaitu (1) pencahayaan (lighting), (2) sudut pengambilan gambar (angle), (3) komposisi foto, dan (4) pemilihan warna latar (background). Masing-masing indikator dinilai menggunakan skala persentase ketercapaian kompetensi, kemudian hasil pre-test dan post-test dibandingkan menggunakan analisis deskriptif persentase untuk mengetahui peningkatan kemampuan peserta setelah mengikuti pelatihan. Berikut adalah tahapan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan selama kegiatan PkM berlangsung:

2.1 Identifikasi kebutuhan peserta

Tahap awal dilakukan dengan menggali kebutuhan, latar belakang, dan tujuan peserta mengikuti pelatihan. Hal ini penting agar materi dan praktik yang diberikan sesuai dengan konteks serta tantangan nyata yang mereka hadapi saat ini.

2.2 Penyampaian materi fotografi produk

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pemaparan materi secara singkat oleh pemateri mengenai peran penting fotografi produk dalam membangun citra dan kepercayaan konsumen terhadap suatu brand. Pada sesi ini dijelaskan bahwa foto produk yang berkualitas tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang mampu memengaruhi persepsi, minat, dan keputusan beli konsumen. Materi disampaikan secara kontekstual dengan contoh-contoh visual yang relevan dengan kebutuhan digital marketing saat ini, sehingga peserta dapat memahami keterkaitan langsung antara kualitas foto produk dan keberhasilan branding.

2.3 Demonstrasi teknik fotografi menggunakan smartphone

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pengenalan prinsip dasar fotografi produk, meliputi pencahayaan sederhana, sudut pengambilan gambar, kebersihan visual objek, serta pemilihan latar yang mendukung karakter produk. Setelah memahami dasar fotografi, peserta diberikan materi mengenai penataan visual dan layout menggunakan aplikasi Canva, khususnya untuk kebutuhan konten promosi digital. Pada tahap ini, pemateri menjelaskan cara menyusun layout sederhana namun menarik untuk keperluan unggahan di media sosial,

seperti pemilihan ukuran kanvas, penempatan foto produk, tipografi, dan penggunaan warna agar tampilan visual lebih konsisten dan profesional.

2.4 Praktik fotografi produk dan pembuatan desain promosi menggunakan Canva

Tahap inti dari kegiatan PKM ini adalah praktik langsung, di mana peserta memotret produk dan mengolah hasil foto tersebut menggunakan smartphone dan mengolah hasil foto menggunakan Canva untuk selanjutnya dijadikan konten promosi yang siap unggah di media sosial peserta pelatihan. Praktik dilakukan secara terbimbing, sehingga peserta dapat langsung menerapkan materi yang telah disampaikan sekaligus mendapatkan umpan balik dari pematiri. Melalui praktik ini, peserta diharapkan mampu menghasilkan visual produk yang lebih menarik, informatif, dan siap dipublikasikan sebagai media promosi.

Adapun objek foto produk yang digunakan dalam kegiatan pelatihan ini merupakan barang dagangan milik para siswa yang menjadi peserta. Hal tersebut dilakukan agar proses pembelajaran lebih kontekstual dan relevan dengan aktivitas nyata mereka. Sebagian besar peserta telah memiliki usaha daring berskala kecil, sehingga penggunaan produk sendiri sebagai objek fotografi tidak hanya memberikan pengalaman praktik yang autentik, tetapi juga secara langsung berkontribusi pada peningkatan kualitas promosi bisnis yang sedang para siswa siswi jalankan.

2.5 Diskusi dan evaluasi hasil praktik

Pada tahap akhir, peserta mempresentasikan hasil karya mereka, kemudian dilakukan diskusi bersama untuk memberikan masukan. Evaluasi mencakup aspek teknis fotografi, kreativitas desain, serta kesesuaian dengan strategi branding dari masing-masing produk. Pada tahap ini juga diadakan pelaksanaan evaluasi menyeluruh, dimana tim pelaksana mengadakan post-test setelah pelatihan berlangsung guna menilai sejauh mana terjadi peningkatan kompetensi, pemahaman konseptual, serta keterampilan teknis yang diperoleh siswa setelah kegiatan pelatihan.

Selain evaluasi kualitatif melalui diskusi, tim pelaksana juga melaksanakan post-test menggunakan instrumen yang sama dengan pre-test sehingga hasil kedua pengukuran dapat dibandingkan secara langsung. Analisis dilakukan dengan menghitung persentase capaian pada setiap indikator penilaian, kemudian membandingkan nilai sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengetahui peningkatan kompetensi peserta. Hasil analisis selanjutnya disajikan dalam bentuk grafik dan persentase sebagai dasar untuk mengevaluasi efektivitas pelaksanaan program PKM.

Secara keseluruhan, rangkaian kegiatan pelatihan ini dirancang untuk memberikan pengalaman belajar yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan nyata para siswa siswa SM/SMK. Dengan mengombinasikan penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung, kegiatan PkM ini diharapkan mampu meningkatkan literasi visual peserta serta mendukung para siswa dalam menghasilkan konten promosi yang lebih efektif guna menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar digital.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan melalui tahapan penyampaian materi, demonstrasi, praktik fotografi produk menggunakan smartphone, dan penyusunan konten promosi menggunakan aplikasi Canva. Rangkaian kegiatan tersebut dirancang menggunakan pendekatan experiential learning, yaitu peserta memperoleh pemahaman konseptual melalui penyampaian materi, kemudian menguji dan menerapkannya secara langsung melalui praktik. Pendekatan ini memungkinkan proses pembelajaran berlangsung lebih efektif karena peserta memperoleh pengalaman nyata dalam menghasilkan visual produk yang sesuai dengan prinsip komunikasi visual. Berikut kegiatan penyampaian materi yang dilakukan di Laboratorium Komputer Universitas LIA (Gambar 1):



Gambar 1. Sesi Penyampaian Materi Fotografi

Hasil observasi menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan pemahaman peserta terhadap prinsip-prinsip dasar fotografi produk. Peningkatan tersebut terlihat dari kemampuan peserta dalam menerapkan teknik pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar (*angle*), serta pemilihan latar belakang yang sesuai selama sesi praktik. Temuan ini mengindikasikan bahwa metode pembelajaran berbasis praktik memberikan kesempatan kepada peserta untuk menghubungkan konsep teoritis dengan implementasi secara langsung. Dokumentasi praktik fotografi produk menggunakan peralatan sederhana berupa smartphone, lampu belajar, dan karton putih sebagai latar belakang ditunjukkan pada Gambar 2:



Gambar 2. Sesi Praktik Foto Produk

Analisis terhadap hasil praktik memperlihatkan adanya peningkatan kualitas visual foto produk yang dihasilkan peserta. Perubahan tersebut tidak hanya terlihat dari aspek teknis, tetapi juga dari kemampuan peserta dalam menyusun elemen visual sehingga foto lebih komunikatif dan memiliki nilai estetika yang lebih baik. Dengan kata lain, pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan operasional penggunaan kamera smartphone, tetapi juga meningkatkan pemahaman peserta mengenai fungsi fotografi sebagai media komunikasi pemasaran. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Pradana et al. (2024) yang menyatakan bahwa pelatihan fotografi produk berbasis praktik dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan visual produk yang lebih berkualitas sebagai media promosi digital [10]. Selain itu, hasil penelitian Pamungkas et al. (2024) menjelaskan bahwa peningkatan kualitas fotografi produk berkontribusi terhadap penguatan branding digital karena visual yang baik mampu meningkatkan daya tarik produk di media sosial dan marketplace [3].

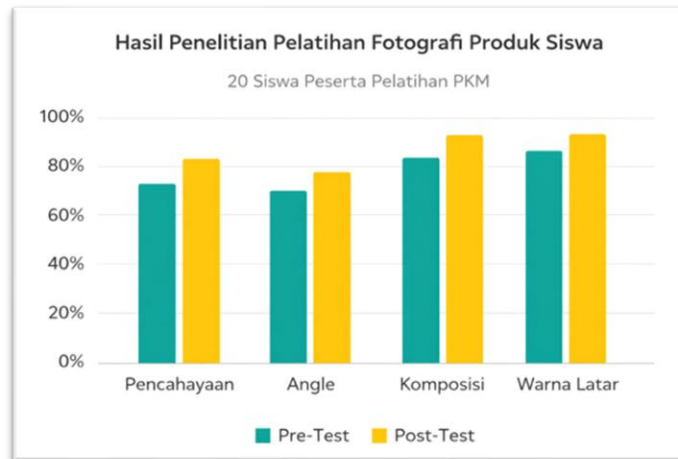


Gambar 3. Hasil Foto Produk Salah Satu Peserta Pelatihan

Selain peningkatan kemampuan fotografi, pelatihan juga menunjukkan perubahan pemahaman peserta terhadap konsep visual branding. Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta memandang foto produk hanya sebagai dokumentasi visual. Setelah memperoleh materi dan praktik menggunakan Canva, peserta mulai memahami bahwa visual promosi merupakan media komunikasi yang harus dirancang melalui perpaduan fotografi, tipografi, tata letak (*layout*), dan warna agar mampu membangun identitas produk secara lebih efektif. Perubahan cara pandang ini menunjukkan adanya peningkatan literasi visual peserta, yaitu kemampuan memahami sekaligus menghasilkan pesan visual yang komunikatif. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian Nur Aini et al. (2024) yang menyebutkan bahwa integrasi fotografi produk dan Canva mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam menyusun media promosi digital yang lebih profesional [4]. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Suryani et al. (2024) yang menyatakan bahwa pelatihan Canva efektif meningkatkan kreativitas digital siswa melalui pengembangan konten visual yang menarik dan mudah dipublikasikan pada berbagai platform digital [11].

Dari perspektif komunikasi visual, penggunaan Canva tidak hanya berfungsi sebagai perangkat lunak desain, tetapi juga menjadi media pembelajaran yang membantu peserta memahami prinsip hierarki visual, keseimbangan komposisi, dan konsistensi identitas visual. Dengan demikian, kompetensi yang diperoleh peserta tidak berhenti pada kemampuan menghasilkan foto produk, tetapi berkembang menjadi kemampuan menyusun materi promosi digital secara lebih strategis. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan *tools* sederhana seperti Canva dapat meningkatkan kreativitas, literasi digital, dan kemampuan komunikasi visual peserta pelatihan [12], [13].

Efektivitas pelatihan kemudian dianalisis lebih lanjut melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test. Pengukuran dilakukan terhadap empat indikator utama fotografi produk, yaitu pencahayaan, *angle*, komposisi, dan warna latar. Hasil pengukuran menunjukkan adanya peningkatan pada seluruh indikator, yang mengindikasikan bahwa pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi peserta. Hasil tersebut disajikan pada Gambar 4:



Gambar 4. Hasil Pre Test dan Post Test Peserta Pelatihan Fotografi

Berdasarkan analisis data, aspek pencahayaan meningkat dari sekitar 75% menjadi 82%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa peserta telah memahami pentingnya distribusi cahaya dalam menghasilkan foto produk yang memiliki kualitas visual lebih baik. Pada aspek *angle*, nilai meningkat dari 67% menjadi 78%, yang mengindikasikan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam memilih sudut pengambilan gambar yang mampu memperkuat karakter produk. Sementara itu, aspek komposisi mengalami peningkatan dari 81% menjadi 94%. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta semakin mampu mengatur posisi objek, ruang kosong (*negative space*), serta keseimbangan visual sehingga foto terlihat lebih proporsional. Aspek warna latar juga mengalami peningkatan dari 83% menjadi 95%, yang menunjukkan bahwa peserta telah memahami hubungan antara pemilihan latar belakang dengan daya tarik visual dan identitas produk.

Jika dibandingkan antarindikator, peningkatan terbesar terjadi pada aspek *angle* dan komposisi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebelum pelatihan peserta telah memiliki kemampuan dasar dalam memotret menggunakan smartphone, namun belum memahami prinsip estetika fotografi produk. Setelah memperoleh pendampingan, peserta mampu mengintegrasikan aspek teknis dan estetis sehingga menghasilkan visual yang lebih efektif sebagai media promosi digital. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat kemampuan berpikir visual (*visual thinking*) peserta dalam mengomunikasikan nilai sebuah produk.

Hasil ini mendukung temuan Junaedi et al. (2025) yang menyatakan bahwa pelatihan desain visual berbasis proyek mampu meningkatkan kompetensi digital dan kreativitas siswa SMK [14]. Selain itu, dalam penelitian Khairunnas et al. (2025) menegaskan bahwa penguasaan keterampilan desain promosi digital menjadi salah satu faktor penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan serta mempersiapkan siswa menghadapi perkembangan ekonomi digital saat ini [15]. Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan fotografi produk berbasis praktik efektif dalam meningkatkan kompetensi teknis, literasi visual, dan kemampuan komunikasi visual peserta. Temuan ini memperlihatkan bahwa integrasi antara praktik fotografi dan pemanfaatan Canva mampu menghasilkan peningkatan yang terukur pada aspek teknis maupun estetis. Dengan demikian, pelatihan tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan keterampilan fotografi produk, tetapi juga membekali siswa dengan kompetensi visual yang relevan untuk mendukung aktivitas branding digital dan kewirausahaan pada era ekonomi kreatif.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berupa Pelatihan Fotografi Produk Berbasis Sekolah di Universitas LIA berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan pengetahuan dan

keterampilan peserta dalam fotografi produk serta penyusunan konten promosi digital menggunakan Canva. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam menerapkan aspek pencahayaan, komposisi, sudut pengambilan gambar, dan pemilihan latar belakang sehingga menghasilkan visual produk yang lebih baik untuk mendukung branding digital. Kegiatan ini juga berkontribusi dalam meningkatkan literasi visual dan kompetensi digital peserta sebagai bekal awal dalam pengembangan usaha maupun kewirausahaan berbasis media digital. Ke depannya, pelaksanaan kegiatan serupa dapat dikembangkan melalui pendampingan yang lebih berkelanjutan agar kompetensi yang diperoleh peserta semakin optimal dan memberikan dampak yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas LIA atas dukungan pendanaan dan fasilitasi pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kecamatan Pancoran atas dukungan dan koordinasi selama pelaksanaan program, serta kepada sekolah mitra, kepala sekolah, guru, dan seluruh siswa peserta yang telah berpartisipasi aktif sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. P. Sari, Z. Sholihah, and F. Masali, "DIGITAL BRANDING UMKM MELALUI KOMUNIKASI VISUAL," *J. ABDI Media Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 8, no. 2, pp. 129–134, Jan. 2023, doi: 10.26740/abdi.v8i2.15923.
- [2] S. P. Kusuma, "PERAN FOTOGRAFI PRODUK DALAM DUNIA DIGITAL MARKETING," *Sanggitarupa*, vol. 4, no. 1, pp. 13–18, Jun. 2024, doi: 10.33153/sanggitarupa.v4i1.5995.
- [3] Y. Pamungkas, F. Fanani, Y. Setiawan, and R. Hapsari, "Pendampingan Pembuatan Foto Produk sebagai Strategi Promosi untuk Meningkatkan Brand dari Produk UMKM di Kelurahan Sendangmulyo," *J. SOLMA*, vol. 13, pp. 2310–2319, Dec. 2024, doi: 10.22236/solma.v13i3.15907.
- [4] N. N. Aini, S. P. Safinska, and M. I. Mauliana, "Canva Rebranding and Product Photography Training for the Development of MSME Actors in Kenongo Village: Canva Rebranding and Product Photography Training for the Development of MSME Actors in Kenongo Village," *Indones. J. Cult. Community Dev.*, vol. 16, no. 1, 2025, doi: 10.21070/ijccd.v16i1.1152.
- [5] K. C. Media, "Ini Prospek Berbisnis Foto Produk untuk UMKM," *KOMPAS.com*. Accessed: Jun. 21, 2026. [Online]. Available: <https://umkm.kompas.com/read/2023/10/26/153417683/ini-prospek-berbisnis-foto-produk-untuk-umkm>
- [6] A. Kridaningsih, "Penentu Utama Keputusan Pembelian: Evaluasi Kualitas Produk dan Daya Tarik Visual Kemasan Minuman," *J. Trends Econ. Account. Res.*, vol. 4, no. 2, pp. 569–575, Dec. 2023, doi: 10.47065/jtear.v4i2.1006.
- [7] A. Rusdianto and A. Azhar, "EKSPLORASI PERAN KONTEN VISUAL DALAM ONLINE REVIEWS: STUDI KUALITATIF TENTANG PENGARUH FOTO DAN VIDEO TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN DAN NIAT PEMBELIAN," *J. Penelit. Ilm. Multidisiplin*, vol. 9, no. 1, 2025, Accessed: Jun. 21, 2026. [Online]. Available: <https://sejurnal.com/pub/index.php/jpim/article/view/4716>
- [8] R. A. Adara and M. Miftakhudin, "Fotografi sebagai Sarana Peningkatan Kemampuan Siswa Sekolah Menengah Akhir," *J. SOLMA*, vol. 14, no. 3, pp. 4832–4840, Dec. 2025, doi: 10.22236/solma.v14i3.20583.
- [9] A. A. P. Adit and Y. A. Pratama, "Pelatihan Fotografi Produk untuk Meningkatkan Kreativitas dan Daya Saing di Era Digital," *J. Nusantara. Mengabdikan*, vol. 4, no. 3, pp. 125–134, Jun. 2025, doi: 10.35912/jnm.v4i3.4752.

- [10] Y. Pradana, R. D. Mangruwa, and A. K. Adim, “Workshop foto produk sebagai edukasi keterampilan promosi digital pada siswa SMK Negeri 7 kota Bandung,” *SELAPARANG J. Pengabdi. Masy. Berkemajuan*, vol. 8, no. 1, pp. 37–42, Mar. 2024, doi: 10.31764/jpmb.v8i1.21248.
- [11] S. Suryani et al., “Desain Portofolio dan Kontek Kreator Menggunakan Aplikasi Canva Bagi Siswa SMA Negeri 1 Gowa,” *J. SOLMA*, vol. 13, no. 2, pp. 639–650, Aug. 2024, doi: 10.22236/solma.v13i2.13250.
- [12] Y. Kurnia, R. E. Sihombing, W. Wiyono, and A. Pataropura, “Peningkatan Kreativitas Digital melalui Pelatihan Pembuatan Poster dengan Menggunakan Canva pada SMK Penerus Bangsa,” *J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 2, pp. 200–211, May 2025, doi: 10.32877/nr.v4i2.2234.
- [13] N. Sulistianingsih, H. Hasbullah, and G. H. Martono, “Pengabdian kepada Masyarakat untuk Peningkatan Kemampuan Komunikasi Visual melalui Pelatihan Canva,” *JPPM J. Pengabdi. Dan Pemberdaya. Masy.*, pp. 447–454, Dec. 2024, doi: 10.30595/jppm.v8i3.21795.
- [14] Junaedi, A. R. R. K. Maranto, A. Hermawan, and A. H. Wijaya, “Peningkatan Keterampilan Desain Grafis Siswa SMK melalui Pelatihan Berbasis Proyek Menggunakan Platform Canva: Pendekatan Pengabdian kepada Masyarakat,” *Abdi Dharma*, vol. 5, no. 1, pp. 129–138, Apr. 2025, doi: 10.31253/ad.v5i1.3641.
- [15] Khairunnas, H. Yasid, and H. Farmi, “PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DIGITAL BAGI SISWA SMK NEGERI 2 PEKANBARU MELALUI DESAIN PROMOSI PRODUK MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA,” *J. Din. Pengabdi. Masy. Setia Amanah*, vol. 1, no. 2, pp. 93–99, Nov. 2025, doi: 10.25299/jdpm.2025.vol1(2).25853.