COMMUNITY
Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 4 No. 3 November 2024, Hal. 58-68

Pendampingan Fotografi Produk untuk Pengrajin Mebel di Kabupaten Jepara

Agus Priyadi*[1], Santi Widiastuti[2], Gunawan Wibisono[3], Feri Lupiana[4], Herty Ramayanti Sinaga[5]

[1,2]Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Vokasi, Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

[3,4]Program Studi Akuntansi, Fakultas Vokasi, Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

[5]Program Studi Bisnis, Fakultas Vokasi, Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

*e-mail: aguspriyadi@stekom.ac.id[1]

*Corresponding Author

Abstrak

Industri mebel dan kerajinan kayu merupakan penggerak ekonomi Kabupaten Jepara yang memerlukan komunikasi visual produk secara akurat dalam katalog dan pemasaran digital. Artikel ini membahas pendampingan fotografi produk bagi pengrajin mebel dengan fokus konteks sentra industri Desa Senenan, Kecamatan Tahunan, Kabupaten Jepara, pada tahun 2024. Pendampingan disusun melalui identifikasi kebutuhan promosi, pengenalan prinsip fotografi, demonstrasi pencahayaan, praktik pengambilan gambar multi-sudut menggunakan telepon pintar, penyuntingan dasar, dan penataan berkas katalog. Analisis produk menggunakan enam indikator, yaitu ketajaman, pencahayaan, akurasi warna, detail material, komposisi, dan konsistensi katalog. Statistik BPS mencatat nilai ekspor furnitur kayu Jepara tahun 2023 sebesar US$287,64 juta; penyelenggaraan Jepara International Furniture Buyer Weeks pada 2–4 Maret 2024 di Senenan juga menunjukkan urgensi materi visual bagi komunikasi dengan calon pembeli. Pembahasan menghasilkan pemetaan kebutuhan visual, standar paket foto multi-sudut, instrumen penilaian mutu, serta mekanisme pengelolaan katalog yang dapat diterapkan secara berkelanjutan. Hasil kajian menegaskan bahwa kualitas foto harus dinilai dari kejelasan informasi produk dan kesesuaian kebutuhan pemasaran, sedangkan dampak langsung terhadap penjualan memerlukan data transaksi tersendiri.

Kata kunci: fotografi produk; mebel Jepara; komunikasi visual; katalog digital; pendampingan UMKM

Abstract

Furniture and woodcraft are significant components of Jepara Regency's economy and require accurate visual product communication in digital catalogs. This article discusses product-photography mentoring for furniture artisans, contextualized within the furniture cluster of Senenan Village, Tahunan District, Jepara, in 2024. The mentoring framework comprises promotional-needs identification, photography fundamentals, lighting demonstrations, multi-angle smartphone photography, basic image adjustment, and catalog file management. Product images are assessed through six dimensions: sharpness, lighting, color fidelity, material details, composition, and catalog consistency. Official statistics report US$287.64 million in wooden-furniture exports in 2023; the Jepara International Furniture Buyer Weeks held in Senenan on 2–4 March 2024 further illustrates the relevance of product imagery for buyer communication. The discussion provides a visual-needs matrix, a multi-angle photography standard, a quality-assessment instrument, and a repeatable catalog workflow. Image quality should be evaluated by its informational accuracy and marketing relevance, while any direct effect on sales requires separate transaction-level evidence.

Keywords: *furniture artisans; product photography; digital catalog; visual communication; Jepara*

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Jepara memiliki sejarah panjang sebagai pusat industri mebel dan seni ukir kayu. Produk yang dihasilkan mencakup kursi, meja, lemari, tempat tidur, ornamen ukiran, dan furnitur berbasis pesanan. Keunggulan pengerjaan tidak selalu dapat dikomunikasikan kepada calon pelanggan apabila gambar produk tidak mampu menunjukkan proporsi, tekstur, finishing, dan detail konstruksi. Tantangan tersebut semakin relevan ketika pembeli membandingkan produk melalui katalog daring sebelum berkomunikasi dengan pengrajin atau melakukan kunjungan ke ruang pamer.

Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara mencatat nilai ekspor furnitur dari kayu tahun 2023 sebesar US$287.635.895,09, atau sekitar US$287,64 juta [1]. Data ini menggambarkan signifikansi komoditas secara kabupaten, bukan pendapatan peserta program. Pada 2–4 Maret 2024, Jepara International Furniture Buyer Weeks (JIFBW) diselenggarakan dengan salah satu pusat aktivitas pameran di Gedung Kalingga Keling Jati, Desa Senenan, Kecamatan Tahunan. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah melaporkan kunjungan penjabat bupati ke stan pameran di Senenan pada 4 Maret 2024 [2]. Keberadaan kegiatan promosi tersebut mempertegas pentingnya dokumentasi produk yang mudah dibagikan kepada calon pembeli.

Desa Senenan digunakan sebagai konteks wilayah kajian karena memiliki keterkaitan publik yang jelas dengan ekosistem pameran mebel Jepara. Kebutuhan pengrajin akan materi visual tidak hanya berkaitan dengan fotografi artistik, melainkan juga akurasi informasi: calon pembeli perlu mengetahui dimensi, sudut pandang produk, pola serat, warna finishing, dan kualitas sambungan. Untuk mebel berukuran besar, kemampuan memvisualisasikan objek dengan perangkat sederhana merupakan keterampilan yang dapat membantu pembaruan katalog secara mandiri.

Foto produk pada perdagangan digital menjadi titik pertemuan antara komunikasi visual dan kualitas informasi. Gambar berfungsi sebagai representasi awal atribut yang sulit dinilai ketika barang tidak berada di hadapan calon pembeli. Penelitian mengenai kesan pertama pada foto produk daring [3] serta persepsi visual konsumen [4] menunjukkan bahwa cara penyajian gambar perlu diperhitungkan dalam pengalaman belanja. Namun, daya tarik visual tidak boleh mengorbankan kesetiaan warna dan bentuk produk yang sesungguhnya.

Dari sudut desain komunikasi visual, kualitas foto katalog memiliki sedikitnya tiga lapisan. Lapisan pertama adalah mutu teknis seperti fokus, pencahayaan, dan keseimbangan putih. Lapisan kedua ialah mutu representasional, yaitu kemampuan gambar menjelaskan bentuk, skala, dan detail produk secara jujur. Lapisan ketiga merupakan konsistensi sistem katalog: sudut pengambilan seragam, nama file rapi, rasio aspek sesuai platform, serta foto dapat ditemukan kembali ketika dibutuhkan. Ketiga lapisan saling berkaitan dan tidak dapat dinilai hanya melalui kesan bahwa foto terlihat menarik.

Pada furnitur dengan finishing mengilap atau warna kayu gelap, pencahayaan langsung yang keras dapat menghasilkan pantulan dan hilangnya detail. Sebaliknya, cahaya yang terlalu datar dapat mengaburkan relief ukiran. Latar yang terlalu ramai mengganggu pembacaan siluet, sedangkan pengambilan menggunakan sudut ekstrem dapat mendistorsi proporsi. Penelitian tentang latar visual dan perhatian konsumen mendukung perlunya memperhitungkan hubungan antara objek, lingkungan, dan komposisi [5]–[7].

Pengrajin skala mikro dan kecil tidak selalu memiliki studio, kamera profesional, atau tenaga khusus desain. Oleh sebab itu, pendekatan pendampingan yang mengutamakan telepon pintar, cahaya alami terkontrol, reflektor sederhana, tripod terjangkau, dan prosedur penyuntingan ringan berpotensi lebih mudah direplikasi. Teknologi yang dipilih sebaiknya tidak menciptakan ketergantungan pada perangkat berbiaya tinggi atau layanan yang sulit dipelihara.

Berbagai kegiatan pemberdayaan mebel di Jepara telah membahas pendekatan media promosi berbasis visualisasi tiga dimensi dan augmented reality [8]. Studi pengabdian di Desa Petekeyan, Kecamatan Tahunan, pada 30 Agustus 2024 juga memperlihatkan bahwa isu kapasitas

usaha mebel menjadi perhatian kegiatan akademik di wilayah ini [9]. Kegiatan tersebut merupakan pembanding literatur yang berbeda dari fokus fotografi produk pada artikel ini.

Permasalahan yang dijawab melalui pendampingan adalah bagaimana menyusun praktik fotografi produk yang dapat digunakan berulang oleh pengrajin, menghasilkan paket gambar informatif, serta mendukung penyajian katalog digital secara konsisten. Artikel ini bertujuan menjelaskan kebutuhan komunikasi visual mebel, tahapan pendampingan fotografi, standar foto katalog, rubrik evaluasi kualitas, dan strategi keberlanjutan pengelolaan arsip visual. Pembahasan dibatasi pada mutu representasi visual dan kesiapan katalog; perubahan penjualan tidak dinyatakan sebagai dampak langsung tanpa pengukuran tersendiri.

2. METODE

2.1 Lokasi, waktu konteks, dan pendekatan

Pembahasan program difokuskan pada ekosistem pengrajin mebel di Desa Senenan, Kecamatan Tahunan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Acuan kronologi lokal adalah aktivitas JIFBW pada 2–4 Maret 2024, dengan dokumentasi kunjungan stan pada 4 Maret 2024 [2]. Tanggal tersebut digunakan sebagai konteks promosi industri, bukan sebagai tanggal yang otomatis menunjukkan berlangsungnya sesi pendampingan fotografi. Pendekatan pendampingan memakai praktik berbasis produk dan refleksi portofolio, sehingga setiap langkah diarahkan pada kemampuan menghasilkan serta menilai foto katalog mebel.

Unit analisis teknik adalah satu produk mebel yang didokumentasikan melalui beberapa sudut. Satu set gambar dikembangkan sebagai kesatuan informasi: tampak utama, tampak samping atau depan, detail material dan sambungan, serta foto dalam konteks penggunaan bila memungkinkan. Pendekatan ini memudahkan evaluasi antara tujuan komunikasi dengan bukti visual yang disajikan. Penggunaan satu objek yang sama selama latihan juga membantu membandingkan keputusan pencahayaan dan komposisi tanpa tercampur perubahan karakter produk.

2.2 Identifikasi kebutuhan dan perancangan materi

Identifikasi kebutuhan berorientasi pada jenis produk, tujuan promosi, saluran distribusi foto, ketersediaan peralatan, karakter ruang kerja, dan kemampuan dasar pengambilan gambar. Kebutuhan visual berbeda antara kursi ukir, meja makan, lemari, dan furnitur dengan finishing berkilap. Kursi memerlukan penekanan bentuk kaki, sandaran, serta tekstur; lemari memerlukan tampak proporsi dan detail bagian dalam; sementara meja panjang memerlukan perhatian terhadap perspektif agar ukuran tidak tampak menyimpang.

Tabel 1. Matriks kebutuhan informasi visual pada katalog mebel

Aspek kebutuhan	Permasalahan fotografi	Respons teknis
Bentuk dan proporsi	Distorsi sudut dan objek tampak tidak seimbang	Tampak tiga-perempat dan tampak frontal yang konsisten
Detail material	Serat dan ukiran tidak terbaca	Foto detail dengan cahaya menyamping yang lembut
Warna finishing	Bias warna akibat lampu campuran	Pengaturan white balance dengan acuan visual
Skala produk	Ukuran sulit dipahami	Cantumkan dimensi produk pada deskripsi katalog
Konsistensi promosi	Rasio dan nama berkas berbeda	Template crop, penamaan, dan folder produk
Keaslian representasi	Penyuntingan berlebihan	Simpan berkas asli dan batasi koreksi pada pencahayaan

2.3 Tahapan pendampingan fotografi

Tahap kegiatan dikembangkan secara berurutan: analisis contoh foto, demonstrasi teknis, praktik pemotretan, penyuntingan dasar, telaah sejawat, dan pengemasan katalog. Demonstrasi

memprioritaskan keterampilan yang dapat langsung diulang di bengkel atau ruang pamer: membersihkan lensa, menstabilkan telepon pintar, mengatur sudut kamera, mengelola pencahayaan alami, memeriksa pantulan, dan meninjau hasil pada layar yang cukup besar. Sesi telaah dilaksanakan dengan membandingkan kebutuhan informasi pembeli terhadap informasi yang benar-benar tampak dalam gambar.

Tabel 2. Tahapan dan luaran kerja pendampingan fotografi produk

Tahap	Aktivitas utama	Luaran kerja
Asesmen visual	Inventarisasi produk, kanal katalog, perangkat dan foto contoh	Peta kebutuhan gambar
Demonstrasi	Cahaya, fokus, proporsi, sudut dan latar	Contoh pengaturan pemotretan
Praktik	Pemotretan empat jenis sudut pada satu objek	Set foto produk multi-sudut
Penyuntingan	Koreksi orientasi, crop, cahaya dan warna yang wajar	Berkas foto final serta arsip asli
Telaah kualitas	Pemeriksaan detail dan konsistensi dengan rubrik	Daftar revisi berbasis indikator
Katalogisasi	Penamaan, folder, rasio ekspor dan deskripsi produk	Paket katalog siap dikelola

2.4 Standar operasional pemotretan

Pemotretan dimulai dengan memilih tempat yang aman dan cukup luas agar produk dapat difoto tanpa mengganggu kegiatan produksi. Sumber cahaya dipilih dari jendela besar atau area teduh untuk mengurangi bayangan tajam. Reflektor putih dapat digunakan pada sisi gelap objek, sedangkan kain difusi membantu mengurangi pantulan keras. Sudut kamera tidak dibuat terlalu tinggi atau terlalu rendah kecuali kebutuhan informasinya jelas; garis vertikal pada furnitur dijaga relatif tegak untuk mencegah kesan bentuk yang keliru.

Setelah pengambilan gambar, foto diperiksa dari aspek fokus, komposisi, detail ukiran, dan konsistensi warna. Penyuntingan dilakukan secara non-destruktif dengan mempertahankan berkas asli. Perubahan yang boleh dilakukan meliputi pemangkasan tepi, koreksi orientasi, kecerahan, dan white balance secukupnya. Retakan, sambungan, motif, maupun karakter finishing tidak dihilangkan secara digital karena mengubah informasi produk. Data ukuran, bahan, dan harga ditempatkan sebagai keterangan tertulis yang dikonfirmasi pemilik produk.

2.5 Instrumen evaluasi dan analisis

Evaluasi menggunakan rubrik mutu foto enam dimensi dengan skala ordinal 1–4. Keenam dimensi ialah ketajaman, pencahayaan, akurasi warna, keterbacaan detail, komposisi, dan konsistensi katalog. Skor total teoritis berada pada rentang 6–24 untuk satu set foto yang dinilai. Skor 1 menunjukkan kriteria belum terpenuhi; skor 2 menunjukkan pemenuhan parsial; skor 3 menunjukkan kelayakan dasar untuk kebutuhan katalog; dan skor 4 menandakan konsistensi tinggi berdasarkan pemeriksaan kualitas. Nilai ini adalah struktur instrumen penilaian, bukan angka hasil pengukuran peserta.

Tabel 3. Rubrik penilaian mutu foto produk mebel

Dimensi	Indikator observasi	Skor
Ketajaman	Bagian penting objek fokus dan detail tidak kabur	1–4
Pencahayaan	Permukaan, sorotan, dan bayangan tetap informatif	1–4
Akurasi warna	Warna material dan finishing mendekati kondisi asli	1–4
Keterbacaan detail	Ukiran, tekstur dan sambungan dapat diperiksa	1–4
Komposisi	Produk mudah dikenali tanpa distorsi mengganggu	1–4
Konsistensi katalog	Sudut, crop, dimensi file dan penamaan seragam	1–4

Penilaian sebaiknya dilakukan oleh pemeriksa yang memahami komunikasi visual produk dan perwakilan pemilik produk yang mengetahui bentuk aslinya. Apabila tersedia berkas sebelum dan sesudah praktik untuk objek yang sama, perubahan dapat diringkas secara deskriptif per indikator. Namun, kesimpulan tentang peningkatan kemampuan memerlukan hasil penilaian asli,

sedangkan dampak pemasaran membutuhkan data pengunjung, pertanyaan pelanggan, pesanan, atau transaksi yang dicatat secara terpisah.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kondisi industri mebel dan kebutuhan representasi visual

Statistik perdagangan Jepara menegaskan besarnya peran furnitur kayu: BPS mencatat nilai ekspor tahun 2023 sekitar US$287,64 juta [1]. Kegiatan JIFBW pada Maret 2024 di Desa Senenan menunjukkan adanya ruang pertemuan produsen dan pembeli yang didukung representasi produk secara fisik maupun digital [2]. Kedua informasi tersebut menjelaskan mengapa kualitas foto katalog relevan sebagai bagian komunikasi produk. Besaran ekspor tingkat kabupaten tidak dapat ditafsirkan sebagai performa ekonomi komunitas penerima pelatihan.

Dalam konteks pemasaran mebel, calon pembeli tidak cukup memperoleh satu foto yang hanya memperlihatkan sisi paling menarik. Informasi visual harus dapat menjawab pertanyaan tentang ukuran relatif, konstruksi, ukiran, pilihan finishing, dan keadaan permukaan. Analisis kebutuhan materi menunjukkan bahwa penguasaan teknik kamera perlu dihubungkan dengan keputusan komunikasi: foto mana yang dipakai untuk menarik perhatian dan foto mana yang berfungsi memperjelas spesifikasi sebelum transaksi.

Tabel 4. Data kontekstual industri mebel Jepara dan implikasi komunikasi visual

Sumber dan waktu	Informasi yang dipublikasikan	Implikasi untuk katalog
BPS Jepara, data 2023	Ekspor furnitur kayu US$287.635.895,09	Perlunya representasi produk yang akurat untuk pasar luas
JIFBW, 2–4 Maret 2024	Aktivitas pameran dengan pusat di Desa Senenan	Paket foto memudahkan komunikasi lanjutan setelah pameran
Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, 4 Maret 2024	Kunjungan ke stan furnitur di Senenan	Dokumentasi produk mendukung pengenalan desain dan detail
Publikasi pengabdian Petekeyan, 30 Agustus 2024	Kegiatan lain yang melibatkan sekitar 13 orang	Pembanding aktivitas pemberdayaan, bukan data peserta program ini

3.2 Standar paket foto untuk katalog digital

Paket foto katalog yang berkualitas perlu menyeimbangkan estetika dan ketepatan informasi. Foto tampak tiga-perempat membantu menjelaskan bentuk keseluruhan dan kedalaman objek. Foto frontal atau samping mengurangi ambiguitas proporsi. Foto detail menonjolkan tekstur kayu, motif ukiran, sambungan dan karakter finishing. Foto kontekstual membantu pembeli membayangkan penggunaan produk di ruang tertentu. Keempat fungsi tersebut saling melengkapi dan tidak dapat digantikan oleh satu foto utama.

Tabel 5. Fungsi informasi pada empat jenis foto katalog

Jenis foto	Tujuan komunikasi	Hal yang diperiksa
Tiga-perempat	Menampilkan bentuk keseluruhan dan kedalaman	Siluet, perspektif dan keseimbangan
Frontal/samping	Memperjelas proporsi dan konstruksi	Garis vertikal, ukuran relatif, elemen struktural
Detail	Menunjukkan pengerjaan dan material	Serat, ukiran, sambungan, finishing
Kontekstual	Memperlihatkan kemungkinan penggunaan	Skala, relasi dengan ruang, kejelasan objek

Standarisasi tidak berarti semua produk harus difoto dengan komposisi identik secara kaku. Jenis objek menentukan aspek penting yang perlu ditunjukkan, tetapi standar dasar—warna yang jujur, gambar tajam, latar terkendali, orientasi konsisten, dan file yang mudah ditemukan—perlu dipertahankan. Literatur mengenai pengaruh latar dan konfigurasi gambar produk menunjukkan bahwa pengaturan lingkungan visual dapat memengaruhi perhatian dan

penilaian konsumen [5]–[7]. Relevansinya untuk mebel terletak pada bagaimana latar mendukung pembacaan objek, bukan semata membangun suasana.

3.3 Praktik pencahayaan, komposisi, dan penyuntingan

Materi praktik difokuskan pada permasalahan yang umum muncul saat memotret benda berukuran besar. Pertama, jarak pengambilan harus cukup agar objek tidak terpotong atau tampak melebar akibat perspektif. Kedua, cahaya perlu diarahkan untuk memperlihatkan bentuk tiga dimensi dan relief ukiran. Ketiga, area belakang harus ditata untuk mengurangi gangguan visual, misalnya tumpukan bahan kerja dan peralatan bengkel yang tidak berkaitan dengan produk. Keempat, kualitas gambar perlu diperiksa pada tingkat perbesaran yang memungkinkan evaluasi detail.

Pengaturan pencahayaan dengan biaya rendah tetap memerlukan disiplin teknis. Cahaya dari satu sisi dapat membentuk dimensi, sementara reflektor sederhana membantu menjaga detail bagian yang tertutup bayangan. Untuk permukaan berlapis finishing mengilap, perubahan posisi kamera beberapa derajat sering lebih efektif daripada menambah kecerahan secara digital. Praktik ini menunjukkan bahwa peningkatan mutu foto bukan hanya urusan perangkat lunak pengeditan, tetapi terutama hasil keputusan sebelum tombol kamera ditekan.

Penyuntingan dasar diarahkan untuk menjaga kejelasan informasi: crop memusatkan perhatian; koreksi orientasi memperbaiki garis; penyesuaian exposure membantu membaca material; white balance menjaga kesetiaan warna. Pengolahan berlebihan berisiko menimbulkan ketidaksesuaian antara foto dan produk. Oleh karena itu, prosedur yang diusulkan mempertahankan berkas asli dan memberi nama file akhir secara sistematis agar proses perbaikan dapat dilacak.

3.4 Penilaian kualitas dan interpretasi luaran

Evaluasi produk fotografi perlu membedakan aspek teknis dan manfaat komunikasi. Foto dengan ketajaman baik mungkin belum memenuhi kebutuhan katalog apabila hanya menampilkan satu sudut. Sebaliknya, paket multi-sudut yang informatif tetap perlu diperbaiki apabila warna tidak akurat. Rubrik enam dimensi pada Tabel 3 dipakai untuk mendukung pembahasan kualitas secara terstruktur dan menghindari penilaian yang semata bergantung pada selera visual pemeriksa.

Selain rubrik, pemeriksaan dilakukan terhadap kecukupan paket informasi. Set foto yang lengkap semestinya memuat gambar utama, penjelas proporsi, bukti detail pengerjaan, dan konteks pemakaian jika diperlukan. Keterangan katalog seperti bahan, ukuran dan variasi finishing melengkapi foto, tetapi bukan alasan untuk mengubah gambar menjadi tidak sesuai kondisi produk. Temuan literatur terkait kualitas informasi halaman produk turut menegaskan pentingnya isi yang jelas dan dapat dipercaya dalam pengalaman pembelian daring [10].

Tabel 6. Matriks evaluasi keluaran fotografi produk

Komponen	**Indikator evaluasi**	**Cara pemeriksaan**
Paket foto	Jenis sudut memadai untuk satu produk	Inventarisasi berkas
Kualitas visual	Enam dimensi mutu foto terpenuhi	Rubrik skala 1–4
Kejujuran gambar	Warna dan detail sesuai produk asli	Perbandingan dengan objek/berkas asli
Katalog digital	Nama, dimensi, format berkas konsisten	Audit folder dan tampilan katalog
Kemandirian produksi	Prosedur dapat diulang pada produk lain	Observasi praktik lanjutan
Dampak komersial	Pertanyaan pelanggan atau transaksi terpantau	Data pemasaran terpisah bila tersedia

Matriks ini memungkinkan pemisahan antara kualitas luaran visual dan dampak ekonomi. Keduanya terkait dalam proses pemasaran, tetapi tidak identik: satu set foto yang jelas dapat meningkatkan kelengkapan informasi produk tanpa otomatis menjamin kenaikan penjualan.

Persaingan harga, reputasi penjual, logistik, ketersediaan bahan dan permintaan pasar merupakan faktor lain yang memengaruhi transaksi.

3.5 Pembahasan pendekatan praktik dan pemberdayaan

Pendampingan berbasis produk memberi ruang bagi pengrajin untuk mengaitkan keterampilan baru dengan objek yang sehari-hari dikerjakan. Perbaikan dilakukan melalui observasi terhadap hasil gambar, bukan hanya melalui ceramah teknis. Karakter ini penting karena pengrajin memiliki pengetahuan material dan bentuk yang mungkin tidak dimiliki fasilitator fotografi. Kolaborasi membantu memastikan bahwa sudut pengambilan dan pencahayaan benar-benar memperlihatkan keunggulan maupun karakter asli produk.

Ulasan sejawat juga dapat menjadi mekanisme pembelajaran horizontal. Pengrajin dapat membandingkan cara penataan latar, penempatan cahaya, atau pemilihan gambar utama tanpa harus menggunakan peralatan identik. Dibandingkan pendekatan promosi tiga dimensi atau augmented reality yang telah dikaji dalam konteks Jepara [8], fotografi telepon pintar memiliki keunggulan pada kemudahan pembaruan katalog untuk stok dan desain yang sering berubah. Dua pendekatan tersebut tidak saling meniadakan, melainkan melayani kebutuhan komunikasi yang berbeda.

Dari segi aksesibilitas, materi perlu mempertimbangkan variasi tingkat kemahiran digital. Panduan yang terlalu bergantung pada istilah teknis dapat menyulitkan penerapan mandiri. Karena itu, prosedur dapat diringkas menjadi urutan kerja yang mudah diingat: bersihkan objek, atur cahaya, pilih latar, tetapkan sudut, periksa detail, koreksi seperlunya, dan simpan berkas secara konsisten. Urutan ini membantu mengubah latihan sesaat menjadi praktik kerja yang dapat diulang.

3.6 Keberlanjutan katalog dan implikasi pemasaran

Keberlanjutan pendampingan bergantung pada kemampuan mengintegrasikan fotografi ke kegiatan usaha rutin. Pengrajin dapat menyediakan satu sudut pemotretan tetap yang memiliki latar sederhana, akses cahaya memadai, dan penanda posisi kamera. Cara ini mengurangi variasi kualitas ketika memotret produk berbeda pada hari yang berbeda. Folder katalog dapat dikelompokkan menurut jenis produk atau kode pesanan, dengan arsip berkas asli disimpan terpisah dari versi siap unggah.

Standar operasional yang sederhana juga mendukung pembagian pekerjaan. Pemilik usaha bertanggung jawab atas kebenaran spesifikasi produk, petugas pemotretan menjaga mutu visual, sedangkan pengelola pemasaran memilih berkas yang sesuai kanal publikasi. Evaluasi berkala dapat meninjau apakah foto produk baru masih memenuhi rubrik mutu serta apakah berkas mudah ditemukan kembali. Pengembangan lebih lanjut dapat memasukkan pengukuran respons pelanggan, tetapi evaluasi tersebut harus dirancang dengan mempertimbangkan perubahan harga, kanal, dan periode promosi.

Implikasi utama dari pembahasan ialah bahwa fotografi produk harus diperlakukan sebagai sistem penyampaian informasi yang dapat diaudit. Nilai pelatihan tidak terletak pada banyaknya efek visual, melainkan pada terbentuknya prosedur yang menjamin kejelasan, kesetiaan representasi, dan konsistensi. Dengan demikian, pendekatan ini relevan bagi ekosistem mebel Jepara yang secara rutin membutuhkan dokumentasi model, variasi finishing, dan hasil pengerjaan baru.

3.7 Pengelolaan data visual dan etika representasi produk

Tata kelola berkas merupakan bagian yang sering terlewat dalam pelatihan fotografi produk. Foto yang baik tidak selalu dapat digunakan kembali apabila nama berkas acak, tidak ada informasi varian, atau tidak diketahui versi mana yang sudah disetujui pemilik produk. Oleh karena itu, portofolio perlu dikembangkan sebagai struktur informasi yang menyimpan hubungan antara foto dan spesifikasi mebel. Setiap kelompok produk dapat menggunakan kode sederhana yang menggabungkan jenis objek, nomor model, dan sudut pengambilan, misalnya KRS-01-

UTAMA atau LM-02-DETAIL. Kode tersebut hanya contoh penamaan dan bukan data produk mitra tertentu.

Manajemen arsip dapat dibagi menjadi tiga tingkat. Tingkat pertama berupa file hasil kamera yang tidak diubah dan berfungsi sebagai pembanding warna serta kondisi material. Tingkat kedua adalah file kerja yang memungkinkan koreksi pencahayaan dan pemangkasan, sedangkan tingkat ketiga merupakan file ekspor untuk katalog atau marketplace. Pembagian ini membantu proses revisi dan meminimalkan risiko hilangnya informasi asli setelah penyuntingan. Ketika katalog diperbarui, perubahan model atau finishing dapat ditelusuri melalui arsip yang jelas.

Etika fotografi produk berkaitan langsung dengan kepercayaan pembeli. Gambar yang tampak lebih terang dan bersih tidak semestinya memperlihatkan warna kayu yang berbeda dari kondisi aslinya. Demikian pula, penghapusan digital terhadap sambungan, goresan, atau ketidakteraturan finishing dapat menghasilkan ekspektasi yang tidak realistis. Ketelitian diperlukan ketika pencahayaan menonjolkan ukiran, karena bayangan yang terlalu kontras juga bisa memberikan kesan relief yang berbeda. Pengendalian fotografi sebaiknya diarahkan pada pembacaan karakter material, bukan pengubahan sifat material.

Penggunaan foto untuk publikasi juga memerlukan kejelasan hak penggunaan. Produk yang difoto dapat merupakan milik pengrajin, konsumen, atau pihak lain yang menitipkan contoh desain. Apabila foto menampilkan orang, ruang pribadi, tanda merek, atau rincian pesanan khusus, penggunaan untuk katalog perlu mempertimbangkan izin dan kebutuhan penyamaran informasi tertentu. Panduan sederhana mengenai persetujuan dan kredit karya dapat dipadukan dalam prosedur katalog digital agar peningkatan kualitas komunikasi visual tidak menimbulkan masalah penggunaan aset.

Selain mutu visual, efisiensi alur kerja patut menjadi bagian refleksi pendampingan. Waktu yang dibutuhkan untuk memindahkan objek, menata latar, memilih sudut, mengambil gambar, dan menyimpan hasil dapat memengaruhi kemungkinan suatu prosedur dipertahankan secara mandiri. Jika langkah fotografi terlalu rumit, pengrajin akan kesulitan melakukan pembaruan untuk varian produk kecil. Karena itu, prosedur yang baik bukan sekadar menghasilkan satu foto berkualitas tinggi, melainkan mampu menghasilkan sekumpulan foto yang konsisten tanpa penggunaan sumber daya secara berlebihan.

3.8 Pengembangan indikator tindak lanjut dan potensi replikasi

Keberlanjutan dapat diamati dengan indikator yang berhubungan langsung dengan proses dokumentasi. Contohnya ialah kelengkapan sudut foto untuk setiap model, proporsi berkas yang memenuhi standar teknis, ketepatan penamaan file, dan ketersediaan foto detail untuk menjelaskan material. Indikator tersebut memungkinkan pemantauan yang lebih sesuai dengan tujuan pendampingan dibandingkan sekadar menghitung jumlah unggahan media sosial. Kuantitas unggahan yang tinggi tidak selalu mencerminkan mutu informasi apabila deskripsi dan representasi produk tidak konsisten.

Untuk memperluas penerapan, panduan fotografi dapat dikembangkan dalam bentuk lembar cek sebelum pemotretan dan daftar pemeriksaan sesudah penyuntingan. Pemeriksaan awal mencakup kebersihan produk, ruang bebas gangguan, kecukupan cahaya, stabilitas kamera, dan kesiapan catatan ukuran. Pemeriksaan akhir mencakup fokus, warna, kelengkapan sudut, informasi material, format file, serta pencatatan lokasi penyimpanan. Dua lembar cek tersebut berfungsi sebagai mekanisme pengendalian mutu yang tidak bergantung pada kehadiran fasilitator.

Penerapan pada produk lain memerlukan penyesuaian. Furnitur berlapis kaca atau logam menghadirkan pantulan berbeda dari mebel kayu matte. Produk anyaman dan rotan memiliki kebutuhan penjelasan tekstur yang berbeda dari ukiran dalam. Sementara produk dengan ukuran sangat besar mungkin memerlukan pengambilan di ruang yang lebih luas. Penyesuaian konteks dapat tetap mengikuti rubrik enam dimensi sepanjang indikator dikaitkan dengan tujuan

representasi setiap kelompok produk. Fleksibilitas ini memungkinkan prosedur dasar dipakai untuk berbagai kategori kerajinan Jepara.

Jika evaluasi pemasaran ingin dikembangkan, pengumpulan data harus dipisahkan dari evaluasi teknis. Jumlah pertanyaan pelanggan, rasio respons terhadap katalog, atau permintaan foto tambahan merupakan contoh indikator komunikasi; sedangkan transaksi, nilai pesanan, dan pembelian berulang merupakan indikator komersial. Analisis keduanya sebaiknya memperhatikan periode observasi, perubahan harga, jenis produk, dan promosi lain yang berjalan bersamaan. Pemisahan tersebut membantu mencegah kesimpulan berlebihan bahwa peningkatan kualitas foto dengan sendirinya menyebabkan kenaikan penjualan.

Dalam perspektif pengabdian masyarakat, kontribusi pendampingan fotografi produk paling bermakna ketika pengetahuan teknis dapat ditransfer menjadi kebiasaan kerja. Foto yang dapat digunakan kembali, katalog yang mudah diperbarui, dan prosedur pengambilan gambar yang dapat diajarkan kepada pekerja baru merupakan bentuk kapasitas organisasi mikro. Orientasi ini menghubungkan keterampilan visual dengan keberlanjutan operasi usaha tanpa mengabaikan keterbatasan peralatan, waktu produksi, dan variasi kemampuan pengguna.

3.9 Keterkaitan standar visual dengan identitas kerajinan Jepara

Identitas mebel Jepara tidak hanya terletak pada kategori furnitur, tetapi juga pada keragaman gaya ukir, pilihan kayu, keterampilan pengerjaan, dan variasi bentuk yang dipengaruhi kebutuhan pelanggan. Fotografi katalog perlu memberi ruang bagi ciri-ciri tersebut agar produk tidak kehilangan kekhasannya ketika ditempatkan di halaman penjualan digital yang seragam. Pemotretan dengan latar bersih tetap dapat menyajikan keunikan produk melalui pilihan sudut, foto detail motif, dan informasi material pendamping.

Bagi pembeli yang belum pernah melihat produk secara langsung, foto detail memiliki fungsi penting sebagai jembatan antara klaim kualitas dan bukti visual. Detail yang dipilih hendaknya bukan sekadar ornamen paling rumit, melainkan bagian yang menjelaskan ketelitian pengerjaan dan fungsi produk, seperti sambungan kaki meja, profil sandaran, pola ukiran, atau bentuk pegangan lemari. Dengan cara ini, foto mendukung proses evaluasi pembeli sekaligus menjadi arsip keterampilan pengrajin.

Konsistensi identitas visual juga penting ketika satu unit usaha memiliki banyak desain dan varian warna. Jika satu produk difoto dengan temperatur warna hangat dan produk lain dengan cahaya kebiruan, pembeli dapat mengalami kesulitan membandingkan finishing secara objektif. Penggunaan acuan cahaya yang serupa, tata letak berkas yang konsisten, dan deskripsi produk yang akurat membantu mengurangi kesalahpahaman. Dalam katalog daring, keseragaman sistem informasi menjadi bagian dari profesionalitas tampilan usaha.

Pendekatan ini dapat disinergikan dengan dokumentasi proses produksi secara terbatas. Foto proses, apabila memperoleh izin yang sesuai, dapat menjelaskan tahap pemilihan bahan, pengukiran, perakitan, dan finishing. Namun, foto proses tidak menggantikan foto katalog hasil akhir: keduanya mempunyai fungsi komunikasi yang berbeda. Dokumentasi proses menjelaskan cara dan nilai pengerjaan, sedangkan foto katalog menjelaskan atribut barang yang akan diterima pembeli.

Dengan demikian, standardisasi fotografi tidak semestinya menghapus variasi estetika pengrajin. Panduan teknis berfungsi menjaga mutu minimum, sementara keputusan kreatif tetap mempertimbangkan jenis produk dan karakter identitas usaha. Keseimbangan ini memungkinkan fotografi produk dipahami sebagai kompetensi komunikasi visual yang memadukan ketelitian teknis, kejujuran representasi, dan kemampuan menonjolkan kekhasan mebel Jepara.

4. KESIMPULAN

Pendampingan fotografi produk bagi pengrajin mebel di Kabupaten Jepara relevan dengan kebutuhan komunikasi visual industri yang memiliki jangkauan pasar luas. Data ekspor furnitur kayu Jepara tahun 2023 sebesar sekitar US$287,64 juta dan aktivitas JIFBW di Desa Senenan pada 2–4 Maret 2024 menegaskan pentingnya kemampuan menyajikan informasi produk secara profesional. Pendekatan praktik berbasis produk mencakup identifikasi kebutuhan visual, pengelolaan cahaya dan komposisi, pemotretan multi-sudut, penyuntingan dasar yang menjaga keaslian, telaah kualitas, serta pengarsipan katalog. Kontribusi utama artikel ialah perumusan standar foto katalog dan instrumen evaluasi enam dimensi yang memadukan aspek teknis dengan ketepatan komunikasi. Keberlanjutan diarahkan pada penerapan prosedur sederhana yang dapat diulang oleh pengrajin. Penilaian perubahan kemampuan dan pengaruh terhadap penjualan merupakan pengukuran yang berbeda sehingga memerlukan data pelaksanaan dan pemasaran yang sesuai.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi kepada masyarakat pengrajin mebel Jepara atas kontribusinya dalam pengembangan ekosistem kerajinan dan promosi produk lokal.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara, "Ekspor menurut Jenis Komoditi di Kabupaten Jepara, 2023," 2024. https://jeparakab.bps.go.id/id/statistics-table/1/NzY5IzE%3D/ekspor-menurut-jenis-komoditi-di-kabupaten-jepara---2023.html

[2] Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, "Makin Diminati, Pengunjung Website JIFBW Capai 8.000-an," Maret 2024. https://jatengprov.go.id/beritadaerah/makin-diminati-pengunjung-website-jifbw-capai-8-000-an/

[3] "Creating the best first impression: Designing online product photos to increase sales," Decision Support Systems, 2020. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167923619302647

[4] S. Ryu dan S. Ryu, "Feeling excited and fluent: how consumers respond to the visual appeals of products in an online shopping environment," Behaviour & Information Technology, 2021. https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1942989

[5] "Scene Sells: Why Spatial Backgrounds Outperform Isolated Product Depictions Online," International Journal of Electronic Commerce, vol. 24, no. 4, 2020. https://doi.org/10.1080/10864415.2020.1806470

[6] "A contrast-composition-distraction framework to understand product photo background's impact on consumer interest in E-commerce," Decision Support Systems, 2023. https://doi.org/10.1016/j.dss.2023.114124

[7] "Effects of background complexity on consumer visual processing: An eye-tracking study," Journal of Business Research, 2020. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296319304357

[8] "Implementasi Visual 3D dan Augmented Reality Bagi Optimalisasi Media Promosi Mebel Kayu Jepara," Jurnal Karya Inovasi, 2022. https://journal2.um.ac.id/index.php/jki/article/view/29567/0

[9] "Kegiatan pendampingan usaha mebel di Desa Petekeyan, Kecamatan Tahunan, Kabupaten Jepara," Jurnal SOLMA, vol. 13, no. 3, pp. 1933–1941, 2024. https://journal.uhamka.ac.id/index.php/solma/article/download/16276/4788

[10] "Presenting products on websites – the importance of information quality criteria for online shoppers," International Journal of Retail & Distribution Management, vol. 51, no. 9–10, pp. 1213–1238, 2023. https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2023-0266

[11] "The effect of 360-degree rotatable product images on purchase intention," Journal of Retailing and Consumer Services, 2020. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102062

[12] "Enjoy to read and enjoy to shop: An investigation on the impact of product information presentation on purchase intention in digital content marketing," Journal of Retailing and Consumer Services, 2023. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969698923003454

[13] "The Influence of the Image and Photography of E-Commerce Products on the Purchase Decision of Online Consumers," Springer, 2023. https://doi.org/10.1007/978-3-031-25222-8_4

[14] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, "Desa Wisata Petekeyan, Tahunan, Jepara." https://jadesta.kemenpar.go.id/desa/petekeyan