

Pemberdayaan UMKM Pondok Petir Melalui Kolaborasi Dengan Klinik Bisnis PONSERA

**Muhamad Adithya Arifin, Alfin Nurrohim, Hendri Haryono*, Aulia Putri Azzahra,
Raihan Syahputra, Riyan Suprianto, Mutia Syarifah Roihan, Melly Ika Rahmawati,
Salman Achmed Al Hadid, Roy Ahsan Anggono Putro, Zul Fiqhri**

Desain Komunikasi Visual ITB Ahmad Dahlan Jakarta

*Penulis korespondensi: hendri29oke@gmail.com

Dikirim : 19 September 2025

Direvisi : 11 November 2025

Diterima : 12 November 2025

Abstrak: Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) mahasiswa Desain Komunikasi Visual ITB Ahmad Dahlan Jakarta dilaksanakan di Pondok Petir, Bojongsari, Depok melalui kolaborasi dengan Klinik Bisnis PONSERA. Tujuan kegiatan ini adalah memberdayakan pelaku UMKM agar mampu meningkatkan daya saing dan memperluas pasar melalui pemanfaatan media digital. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses observasi, sosialisasi, praktik, serta penguatan kapasitas. Program pelatihan terdiri atas tiga bidang utama, yaitu fotografi, videografi, dan desain grafis. Pelatihan fotografi difokuskan pada teknik dasar pencahayaan, komposisi, serta praktik foto produk. Videografi diarahkan pada pembuatan konten promosi digital yang relevan dengan tren media sosial. Sementara itu, desain grafis dilaksanakan melalui pemanfaatan aplikasi Canva untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat materi promosi visual. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan peserta dalam memproduksi konten digital serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya strategi pemasaran berbasis teknologi. Selain itu, terbentuk forum diskusi online sebagai strategi keberlanjutan agar pelaku UMKM tetap memperoleh pendampingan setelah program berakhir. Kolaborasi ini membuktikan bahwa sinergi antara mahasiswa dan komunitas mampu menjadi solusi efektif dalam penguatan kapasitas UMKM di era digital.

Kata kunci: desain grafis, digital marketing, fotografi, pemberdayaan masyarakat, videografi

Abstract: The Community Service Program (KKN) of Visual Communication Design students at ITB Ahmad Dahlan Jakarta was implemented in Pondok Petir, Bojongsari, Depok, in collaboration with Klinik Bisnis PONSERA. This initiative aimed to empower local MSMEs by enhancing their competitiveness and market reach through digital media utilization. The applied method was Participatory Action Research (PAR), emphasizing community engagement in observation, socialization, practice, and capacity building. The training program covered three main areas: photography, videography, and graphic design. Photography workshops focused on basic lighting techniques, composition, and product photo practice. Videography training emphasized producing promotional digital content aligned with current social media trends. Meanwhile, graphic design sessions utilized Canva to improve participants' skills in creating visual promotional materials. The outcomes indicated significant improvements in participants' ability to produce digital content and raised awareness of the importance of technology-based marketing strategies. Additionally, an online discussion forum was established to ensure program sustainability and continuous support after the KKN concluded. This collaboration highlights that synergy between students and local communities can serve as an effective approach to strengthening MSME capacity in the digital era.

Keywords: community empowerment, digital marketing, graphic design, photography, videography

1. Pendahuluan

UMKM akronim dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Secara luas, UMKM mengacu pada usaha atau aktivitas produktif yang dijalankan oleh individu atau perorangan, kelompok kecil, rumah tangga maupun organisasi bisnis kecil. UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Hal ini karena UMKM tidak terpengaruh oleh tekanan eksternal, sehingga bisa tetap bertahan meskipun dalam masa krisis ekonomi. Para pelaku UMKM mampu bertahan hidup dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah serta meningkatkan penerimaan negara (Febriyanti & Farida, 2023).

UMKM Klinik Bisnis PONSERA Bojongsari merupakan sebuah komunitas yang ditujukan bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang berada di Kawasan Bojongsari, Depok. Anggota dari UMKM ini berasal dari beragam latar belakang pendidikan, yang mengindikasikan bahwa banyak di antara mereka tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai cara yang tepat untuk mencatat HPP. Produk-produk yang mereka jual sangat bervariasi, mulai dari pakaian, makanan, kerajinan tangan, hingga makanan olahan yang dibuat di rumah (Hermawan dkk., 2024).

Saat ini, pelaku usaha kecil dan menengah perlu memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk mereka demi menarik perhatian konsumen terhadap tawaran yang mereka miliki. UMKM memiliki jaringan yang kuat dengan menggunakan media sosial untuk mengembangkan bisnis mereka. Dalam hal pendapatan, penciptaan pekerjaan, inovasi, dan daya saing, kemampuan dalam e-bisnis biasanya memberikan manfaat yang signifikan. Namun, masih terdapat banyak pelaku UMKM yang belum terhubung dengan teknologi informasi, terutama platform digital, dan belum mengerti akan pentingnya serta keuntungan dari pemanfaatan media digital (Amalia dkk., 2024). Di lain pihak, masalah terjadi saat adanya kesalahpahaman antara penjual dan pembeli ketika pembeli sudah membeli barang yang didapatkan secara *online*, namun barang yang diterima tidak sesuai dengan apa yang mereka lihat dari foto atau video produk tersebut (Dopades & Adi dalam Febriyanti & Farida, 2023).

Kelompok KKN (Kuliah Kerja Nyata) mahasiswa Desain Komunikasi Visual ITB Ahmad Dahlan Jakarta berinovasi untuk mengembangkan program *workshop* berupa fotografi, videografi, dan desain grafis untuk keperluan *digital marketing* atau *social media*, seperti Instagram ataupun TikTok sebagai platform yang bisa dikembangkan untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkan oleh peserta. Sementara, Klinik Bisnis PONSERA sebagai komunitas UMKM menjadikan wadah untuk mahasiswa menerapkan program KKN (Kuliah Kerja Nyata) ini terhadap pelaku UMKM di Pondok Petir, Bojongsari, Depok.

2. Metode

Pelaksanaan KKN internal ini menggabungkan sosialisasi, praktik langsung, dan penguatan nilai-nilai pemberdayaan masyarakat dengan mahasiswa berperan aktif dalam proses pembelajaran dan pemberdayaan tersebut bersama Klinik Bisnis PONSERA, yang dilaksanakan selama satu bulan (Juni – Juli 2025).

Program KKN ini menerapkan pendekatan metode yang disebut dengan “Penelitian Aksi Partisipatif” (PAR) merupakan metode penelitian yang sering digunakan di bidang pendidikan dan sosial, PAR telah menjadi terkenal sejak tahun 1940-an berkat kolaborasi yang dilakukan secara kolektif antara anggota dan masyarakat. Penelitian Aksi Partisipatif (PAR) mengeksplorasi keadaan masyarakat melalui pengetahuan lokal, bukan berdasarkan pada ilmu dari luar komunitas mereka (Siswadi & Syaifuddin, 2024).

Mitra utama program ini adalah masyarakat dan anggota Klinik Bisnis PONSERA, yang bertempat di RW 15 Pondok Petir, Kecamatan Bojongsari, Depok, yang menaungi UMKM Pondok Petir sejak tahun 2024 yang berjumlah 20 peserta.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini yaitu pemberdayaan dan pelatihan yang bertujuan untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh UMKM Pondok Petir. Mahasiswa DKV ITB Ahmad Dahlan Jakarta dan Klinik Bisnis PONSERA berkolaborasi untuk membuat beberapa program *workshop* yang terdiri dari fotografi, videografi dan desain grafis. Sebelum diberikan materi, tim pelaksana dan peserta melakukan foto bersama seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Foto bersama tim pelaksana kegiatan dengan peserta

A. *Workshop* Fotografi

Fotografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu "*Fos*" yang berarti cahaya dan "*Grafo*" yang berarti melukis atau menulis. Dalam kamus Bahasa Indonesia, arti fotografi adalah seni atau

proses membuat gambar dan cahaya pada film (Kusuma, 2022).

Materi fotografi terdiri dari tiga sesi yaitu materi fotografi dasar, teknik pencahayaan pada produk alat-alat fotografi, dan praktik foto produk UMKM para peserta. Sesi pertama yaitu materi fotografi dasar dilaksanakan tanggal 8 juni 2025. Peserta diberi materi tentang segitiga *exposure*, komposisi, *angle* lalu melakukan praktik fotografi produk. *Exposure* menunjukkan seberapa terang atau gelap sebuah gambar. Jika cahaya yang masuk ke kamera terlalu sedikit, maka gambar akan terlihat gelap. Dalam fotografi, kondisi ini disebut *under exposed* (US). Sebaliknya, jika cahaya yang masuk terlalu banyak, gambar akan terlihat terang, dan kondisi ini disebut *over exposed* (OE) (Anggraini dkk., 2021). Segitiga *exposure* terdiri atas ISO, *aperture*, dan *shutter speed*. Jika salah satu elemen berubah, maka elemen lainnya juga akan berubah. Kombinasi dari ketiga elemen ini menentukan seberapa terang atau gelap sebuah foto (Nugrahajati dalam Anggraini dkk., 2021).

Sesi kedua dilaksanakan pada tanggal 13 Juni 2025. Mahasiswa DKV ITB Ahmad Dahlan Jakarta melakukan penyampaian materi tentang teknik pencahayaan pada produk alat-alat fotografi menggunakan *handphone* serta membuat *tips and trick* seputar studio produk. Sementara itu, sesi ketiga materi fotografi dilaksanakan pada tanggal 14 Juni 2025 yang berisi praktik foto produk UMKM para peserta. Sesi pemberian materi diberikan dalam Gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan Fotografi Studio Produk

B. *Workshop Videografi*

Videografi adalah cara menggunakan media untuk mencatat sebuah momen atau peristiwa yang kemudian disusun menjadi tampilan gambar dan suara yang bisa dinikmati di masa depan, baik sebagai kenangan maupun sebagai bahan untuk mempelajari apa yang sudah atau pernah

terjadi (Mahendra & Anam, 2020).

Materi videografi terdiri dari dua sesi meliputi videografi dasar dan videografi konten. Sesi pertama dilaksanakan pada tanggal 21 Juni 2025. Dalam pertemuan pertama ini, mahasiswa memberikan materi kepada peserta tentang dasar-dasar dari videografi seperti pengambilan komposisi arah pengambilan gambar dan sebagainya. Sesi kedua dilaksanakan pada tanggal 22 Juni 2025. Mahasiswa DKV melakukan penyampaian materi terkait praktik pengambilan video konten promosi digital berdasarkan referensi konten yang sedang tren di media sosial. Dokumentasi kegiatan *workshop* videografi diberikan dalam Gambar 3.

Konten video yang baik dan kuat adalah konten yang menjelaskan dan mengajak para pelanggan potensial untuk lebih mengenal atau berpikir secara berbeda tentang sebuah merek. Konten video yang lebih baik bisa mendorong pelanggan untuk membeli produk atau layanan, sehingga mereka akan tetap setia dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain (El Hasan dkk., 2024).



Gambar 3. Kegiatan *workshop* videografi

C. *Workshop* Desain Grafis

Workshop berikutnya berupa desain grafis menggunakan aplikasi Canva. Kegiatan ini dilakukan sebanyak dua sesi, yaitu dasar-dasar dari desain grafis dan praktik bersama peserta. Pada sesi pertama, mahasiswa memberikan materi tentang dasar-dasar dari desain grafis yang membahas prinsip desain, teori warna dan *layouting* atau komposisi yang bertujuan untuk media promosi dan media cetak. Sesi ini dilaksanakan pada tanggal 28 Juni 2025. Prinsip-prinsip desain adalah cara pengorganisasian unsur-unsur bentuk agar tampak padu dan harmonis. Penerapan prinsip-prinsip ini mempengaruhi konten ekspresif, atau pesan dari hasil karya (Permana & Erdansyah, 2022).

Pada sesi kedua, mahasiswa membuat pertemuan untuk praktik bersama peserta yang bertujuan untuk memberikan pengalaman kepada peserta dan cara pengaplikasian setelah

materi dari dasar-dasar desain grafis. Mahasiswa memberikan pengarahannya mendalam kepada peserta yang belum paham dalam penggunaan aplikasi Canva. Penggunaan aplikasi Canva bisa membantu meningkatkan kreativitas dalam membuat desain poster, presentasi, dan berbagai konten visual lainnya (Alfiand kk., 2022). Kegiatan materi desain grafis diperlihatkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan pengarahannya desain grafis

Peserta sangat antusias dalam mengikuti setiap materi yang diberikan. Untuk memperkuat pemahaman terhadap materi yang diberikan, forum diskusi *online* dibuat sehingga peserta dan tim pelaksana dapat berdiskusi lebih lanjut mengenai poin-poin yang disampaikan dalam kegiatan *workshop*.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa *workshop* pemberian materi fotografi, videografi, dan desain grafis kepada para pelaku UMKM Pondok Petir berjalan dengan lancar. Hasil dari evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam partisipasi dari masyarakat khususnya para pelaku UMKM di Pondok Petir untuk mengikuti kegiatan *workshop*. Untuk memastikan program ini tetap berjalan, strategi keberlanjutan telah dirancang berupa forum diskusi digital melalui *group chat*, sehingga masyarakat dan pelaku UMKM masih bisa saling berdiskusi dengan tim pelaksana kegiatan perihal strategi penjualan produk melalui fotografi, videografi, dan desain grafis.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada masyarakat dan peserta UMKM Pondok Petir khususnya Klinik Bisnis PONSERA yang sudah bekerjasama selama proses

Kuliah Kerja Nyata. Terimakasih juga disampaikan kepada para civitas akademika ITB Ahmad Dahlan Jakarta yang bertugas, baik dalam bentuk akses ke sumber daya, maupun dukungan teknis dan moral.

Daftar Referensi

- Alfian, A.N., Putra, M.Y., Arifin, R.W., Barokah, A., Safei, A., & Julian, N. (2022). Pemanfaatan Media Pembelajaran Audio Visual Berbasis Aplikasi Canva. *Jurnal ABDIMAS (Pengabdian kepada Masyarakat) UBJ*, 5(1), 75–84.
- Amalia, R., Syaodah, S., Susilawati, & Suyatna, R.G. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Studi Kasus Batik Tedjo. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 295–301. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.568>.
- Anggraini, N., Azwardi, & Azro, I. (2021). Pembuatan Media Pembelajaran Segitiga Exposure Dalam Teknik Fotografi Dasar Berbasis Virtual Reality. *Jurnal Laporan Akhir Teknik Komputer*, 1(1), 28–42.
- El Hasan, S.S., Suratminingsih & Haryadi, R.N. (2024). Pelatihan Pembuatan Video Promosi Pada Komunitas Pedagang Daring Di Kelurahan Cipinang Besar Selatan, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 4(1), 15–20.
- Febriyanti, T. & Farida, S.N. (2023). Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Karangan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 20–27. <https://doi.org/10.55606/jpkm.v2i3.168>.
- Hermawan, R.A., Setiawan, A., Meylani, S., Tobing, R.L., Pratiwi, N.I., Sahroni, & Zulfitra. (2024). Strategi UMKM dalam Perencanaan & Pengendalian HPP di Klinik Bisnis Ponsera. *Karimah Tauhid*, 3(12), 13174–13185. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i12.16359>.
- Kusuma, S.S. (2022). Analisis Arah Cahaya Dalam Studio Fotografi. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 13(2), 144–152. <https://doi.org/10.52290/i.v13i2.78>.
- Mahendra, A.T. & Anam, C. (2020). Konsep Desain Tas Modular Fotografi Dan Videografi. *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri dan Arsitektur*, 7(2), 59–67. <https://doi.org/10.46964/jkdpia.v7i2.53>.
- Permana, A.O. & Erdansyah, F. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Desain, Tipografi, dan Warna pada Instagram Feed Senat Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tahun 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 102–110. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1136>.
- Siswadi & Syaifuddin, A. (2024). Penelitian Tindakan Partisipatif Metode PAR (Participatory Action Research) Tantangan Dan Peluang Dalam Pemberdayaan Komunitas. *Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 19(02), 111–125.