

## Peningkatan Kompetensi Dasar Fotografi Fesyen melalui Pelatihan bagi Komunitas Fotografi Duren Tiga, Jakarta Selatan

Pongky Adhi Purnama<sup>1</sup>, Daniel Marlasputra Simbolon<sup>2</sup>, Januar Ivan<sup>3</sup>, Silviana Amanda Aurelia Tahalea<sup>4</sup>, Muhammad Rizki<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Trisakti

Email: [pongky@trisakti.ac.id](mailto:pongky@trisakti.ac.id)<sup>1</sup>, [daniel.m@trisakti.ac.id](mailto:daniel.m@trisakti.ac.id)<sup>2</sup>, [ivanmulmed@trisakti.ac.id](mailto:ivanmulmed@trisakti.ac.id)<sup>3</sup>, [Silviana@trisakti.ac.id](mailto:Silviana@trisakti.ac.id)<sup>4</sup>, [092002100004@std.trisakti.ac.id](mailto:092002100004@std.trisakti.ac.id)<sup>5</sup>

### Abstract

*The Duren Tiga Photography Community in South Jakarta is a group of photography enthusiasts with significant potential for developing competencies in the creative industry, particularly in fashion photography, yet constrained by limitations in basic competencies regarding lighting techniques, composition and editing. This activity aims to enhance basic fashion photography competencies through systematic training. The methods employed include needs identification, theoretical and practical workshops, direct mentoring during model photoshoot sessions, and evaluation. The results demonstrate significant improvement in participants' abilities to manage studio lighting, apply compositional knowledge and enhance work quality using software. Furthermore, the final output became participants' portfolios as evidence of applied competencies. This service successfully generated sustainable impact through improved quality of participants' social media content.*

**Keywords:** *fashion photography, creative industry, photography community, commercial photography.*

### Abstrak

Komunitas Fotografi Duren Tiga, Jakarta Selatan merupakan kelompok penggiat fotografi yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan kompetensi di industry kreatif khususnya karya fotografi fesyen, namun terkendala oleh keterbatasan kompetensi dasar teknik pencahayaan, komposisi dan *editing*. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kompetensi dasar fotografi fesyen melalui pelatihan sistematis. Metode yang digunakan meliputi mengidentifikasi kebutuhan, workshop teori dan praktik, mentoring langsung pada sesi pemotretan model, serta evaluasi. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan peserta dalam mengelola pencahayaan studio, menerapkan pengetahuan komposisi, serta melakukan peningkatan kualitas karya dengan perangkat lunak. Selain itu, hasil akhir menjadi sebuah portofolio peserta sebagai bukti aplikasi kompetensi yang diperoleh. Pengabdian ini berhasil memberikan dampak berkelanjutan berupa peningkatan kualitas konten media sosial peserta.

**Kata Kunci:** fotografi fesyen, industri kreatif, komunitas fotografi, fotografi komersial.

---

Artikel diterima: 22 Desember 2025

direvisi: 4 April 2026

disetujui: 11 April 2026



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional.

## Pendahuluan

Fotografi fesyen merupakan cabang dari fotografi komersial yang bertujuan memvisualisasikan busana, gaya dan identitas merek melalui penataan visual yang estetis dan komunikatif. Fungsi utamanya adalah menyampaikan identitas merek serta daya tarik produk melalui citra visual yang menggugah emosi dan minat konsumen (Alvarez, 2021).

Fotografi fesyen di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan dalam dua dekade terakhir seiring dengan pertumbuhan industri mode nasional, digitalisasi media, dan meningkatnya budaya visual dalam masyarakat urban. Sebagai bentuk visualisasi estetika dalam dunia mode, fotografi fesyen di Indonesia tidak hanya menjadi media dokumentasi pakaian, tetapi juga berfungsi sebagai sarana ekspresi budaya, identitas dan strategi komunikasi merek (Antara News, 2024). Dalam konteks lokal, perkembangan ini ditandai dengan meningkatnya jumlah fotografer muda, rumah produksi kreatif, serta komunitas fotografi yang aktif memproduksi konten visual berorientasi fesyen, baik untuk keperluan editorial, kampanye komersial, maupun media sosial. Fotografi fesyen di Indonesia saat ini adalah menjadi bagian dari industri kreatif yang menuntut pelaku di dalamnya tidak hanya menguasai aspek teknis, tetapi juga pemahaman estetika, narasi visual serta strategi komunikasi gaya hidup (Khaled, 2023).

Pelatihan fotografi fesyen tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap strategi pemasaran dan *branding* produk fesyen. Dalam era pemasaran digital, fotografi berfungsi sebagai media komunikasi visual utama yang membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai produk. Konten visual berkualitas tinggi terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap

ketertarikan konsumen serta keputusan pembelian pada *platform* digital (Aina, 2022).

Peningkatan penguasaan teknik *exposure*, komposisi dan pencahayaan memberikan dampak nyata terhadap kualitas visual. Foto dengan pencahayaan tepat, warna akurat dan detail tekstur kain yang jelas mampu meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa pelatihan fotografi mampu meningkatkan kreativitas serta kemampuan teknis peserta dalam menghasilkan visual yang lebih profesional (Farid, 2024).

Selain aspek teknis, peningkatan kemampuan artistik peserta dalam membangun *mood*, *tone* warna serta *styling* visual berperan penting dalam proses *branding*. *Branding* produk fesyen tidak hanya ditentukan oleh identitas verbal, tetapi juga oleh konsistensi tampilan visual yang mencerminkan karakter merek. Fotografi fesyen yang terkonsep mampu membangun citra merek melalui penggunaan warna, pencahayaan, dan gaya visual yang konsisten (Khaled et al., 2023). Dengan demikian, peningkatan kompetensi artistik peserta berkontribusi pada pembentukan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali.

Kompetensi konseptual yang berkembang melalui penyusunan *mood board* dan perencanaan pemotretan juga memiliki hubungan erat dengan strategi kampanye pemasaran. Peserta memahami bahwa setiap sesi pemotretan harus memiliki tujuan komunikasi yang jelas, seperti peluncuran koleksi baru atau promosi musiman. Pendidikan fotografi modern menekankan integrasi antara praktik kreatif dan kebutuhan industri, termasuk kemampuan merancang konsep visual yang sesuai dengan strategi komunikasi (Chen, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa fotografi merupakan bagian dari perencanaan

pemasaran terpadu, bukan sekadar dokumentasi produk.

Kemampuan *editing* dan *digital imaging* turut mendukung konsistensi visual dalam *branding*. Melalui proses *color grading* dan *retouching*, peserta pelatihan akan mampu menghasilkan tampilan visual yang seragam pada berbagai *platform* digital. Konsistensi visual ini penting dalam membangun *brand recognition* serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk (Nugroho, 2023). Foto yang konsisten pada katalog digital, media sosial dan *marketplace* membantu memperkuat identitas merek di masyarakat.

Peningkatan kompetensi fotografi fesyen melalui pelatihan terbukti memiliki keterkaitan erat dengan strategi pemasaran dan *branding* produk fesyen. Kemampuan teknis, artistik, konseptual dan digital yang diperoleh peserta akan menghasilkan konten visual berkualitas tinggi yang mampu meningkatkan persepsi nilai produk, membangun identitas merek yang konsisten serta mendukung efektivitas promosi di era pemasaran digital.

Mengenai tahapan kerja sebagai fotografer komersial di industri fesyen belum sepenuhnya dipahami oleh fotografer muda saat ini, rendahnya kesadaran fotografer terhadap sertifikasi profesi fotografer di Indonesia dengan ditemukannya bahwa para fotografer muda masih belum memahami esensi tahapan kerja profesional yang seharusnya diakui secara legal dan operasional, seperti proses pengarahan konsep, manajemen logistik, dan prosedur pascaproduksi. Ketidaktertarikan ini menjadi hambatan yang signifikan terhadap standar kompetensi yang diharapkan dalam fotografi komersial (Prakacita, 2022). Fotografi komersial dipahami sebagai praktik kreatif terapan yang menempatkan proses penciptaan karya fotografi dalam kerangka kebutuhan industri dan komunikasi visual.

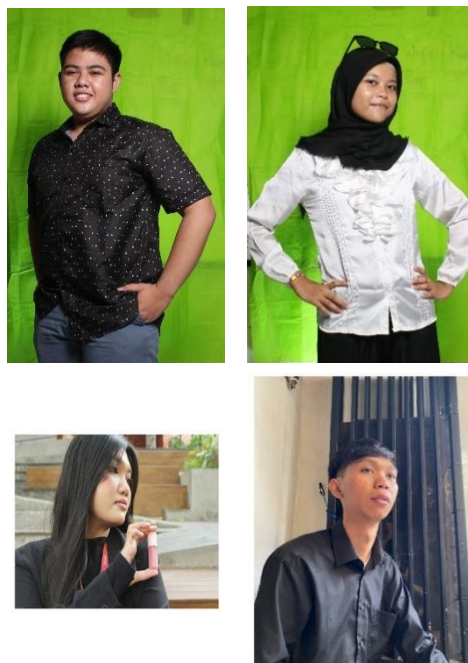
Proses kreatif fotografi komersial tidak hanya berorientasi pada estetika, tetapi juga pada efektivitas penyampaian pesan kepada target audiens serta tujuan pemasaran produk (Purnama et al., 2022).

Berbagai studi menunjukkan bahwa pelatihan berbasis komunitas mampu meningkatkan kompetensi teknis dan kreatif peserta. Sebagai contoh, pelatihan fotografi dasar yang diberikan kepada fotografer wisata di Pantai Pulang Sawal meningkatkan pengetahuan dan keterampilan fotografi secara signifikan melalui pendekatan teori dan praktik lapangan (Apriyanto, 2021).

Di lingkungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor fesyen, pelatihan pemotretan produk pada masa pandemi berhasil memberdayakan pelaku UMKM dalam menghasilkan konten visual untuk pemasaran daring. Lebih dari 96% peserta dinyatakan mampu menghasilkan foto produk yang efektif untuk promosi (Pribadi, 2022). Selain itu, pelatihan dalam penggunaan media sosial terbukti menjadi faktor utama dalam penerapan fotografi fesyen sebagai alat promosi dan *branding* dilakukan bagi pelaku kreatif (Yunianto, 2023). Fotografi juga terbukti memberikan dampak pada perkembangan kreativitas, kesejahteraan dan pertumbuhan personal peserta pelatihan (Agasty et al., 2025).

Banyak komunitas fotografi lokal yang belum mendapatkan pelatihan sistematis dalam bidang fotografi fesyen, padahal mereka berpotensi menjadi kontributor penting dalam industri kreatif lokal. Oleh karena itu, pelatihan dasar fotografi fesyen menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kapasitas sumber daya kreatif di tingkat komunitas. Seiring meningkatnya minat komunitas terhadap fotografi, sering kali ditemukan hambatan berupa keterbatasan akses terhadap pelatihan teknis yang terstruktur, standardisasi kompetensi dan

penguatan ekosistem profesional di bidang ini terutama dalam genre fotografi fesyen.



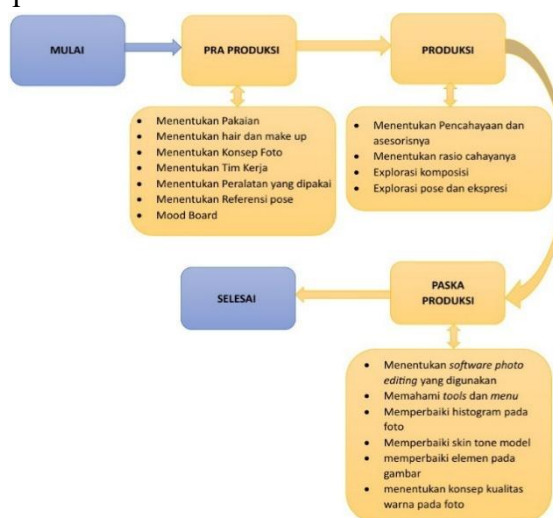
Gambar 1. Karya Foto Fesyen Beberapa Peserta Sebelum Pelatihan

Komunitas foto seperti Komunitas Fotografi Duren Tiga di Jakarta Selatan saat ini masih menghadapi tantangan dalam mengembangkan kemampuan teknis dan estetika visual anggotanya, walaupun memiliki antusiasme tinggi terhadap fotografi sebagai media ekspresi. Keterbatasan pengetahuan peralatan berstandar juga menjadi hambatan peserta untuk mengembangkan kompetensi di fotografi fesyen ini. Inisiatif pelatihan fotografi fesyen dasar diharapkan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis anggota tetapi juga memperkuat jejaring kreatif serta identitas visual komunitas. Kegiatan pelatihan ini relevan mengingat kebutuhan komunitas untuk menjawab tantangan visual dalam media sosial, kolaborasi kreatif dan potensi kontribusi terhadap ekosistem industri fotografi lokal.

### Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilakukan pada anggota komunitas fotografer Duren Tiga, Jakarta Selatan dengan jumlah 12 orang.

Berdasarkan hasil deskripsi yang terkait dengan analisis situasi dan masalah yang telah dibahas oleh mitra dalam menciptakan konsep, penerapan program layanan masyarakat akan diimplementasikan sesuai dengan kasus nyata pada saat klien atau agensi menawarkan produk fesyen yang akan difoto. Tim pelaksana dan mitra telah melakukan kesepakatan dalam membantu permasalahan fotografi yang terjadi di komunitas tersebut. Dengan melaksanakan semua tahapan yang diusulkan, bentuk pelatihan dan dukungan dalam fase praproduksi, produksi dan pascaproduksi untuk meningkatkan kemampuan metode kerja dalam fotografi komersial. Tahap pelatihan dalam Program Pengabdian Kepada Masyarakat akan dilakukan sesuai dengan tahap yang ditentukan untuk ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Alur Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat

Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research (PAR)*, yaitu pendekatan kolaboratif yang melibatkan peneliti dan partisipan sebagai mitra aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, pengamatan, dan refleksi kegiatan pelatihan. Pendekatan ini sangat sesuai digunakan dalam konteks komunitas karena berfokus pada pemberdayaan, transformasi kapasitas, dan perubahan langsung di lapangan. Pendekatan kegiatan yang menekankan

keterlibatan aktif partisipan sebagai mitra kolaboratif dalam seluruh tahapan kegiatan program pelatihan ini. Fotografi fesyen merupakan salah satu genre fotografi komersial yang memiliki tahapan dalam proses berkarya, yaitu; 1) Praproduksi: adalah merupakan langkah persiapan; 2) Produksi: yaitu tahap eksekusi foto sesuai dengan konsep dan *mood board*, dan; 3) Pascaproduksi: adalah langkah akhir yang dilakukan oleh fotografer profesional. Pada tahap praproduksi, peserta akan dibimbing cara membuat konsep fotografi fesyen sesuai dengan tahapan kerja fotografi komersial di industri. Tahap produksi merupakan tahap realisasi konsep yang sudah dirancang, dengan demikian peserta dibimbing dalam segi teknis pemotretan (kamera, lensa, eksposur dan lainnya) dan non teknis (pose, ekspresi, komunikasi dan lainnya). Tahap pascaproduksi merupakan tahap pengolahan foto, peserta dibimbing dalam pengolahan karya menggunakan *software digital imaging* yang berstandar industri.

### Hasil Dan Pembahasan

Setelah melakukan perencanaan kegiatan yang disepakati dengan mitra, maka keputusan diambil untuk melaksanakan kegiatan adalah pada hari Sabtu tanggal 9 Agustus 2025 di Studio Fotografi Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD) Universitas Trisakti dengan lokasi di Gedung P lantai 2, Jalan Kyai Tapa No. 2, Grogol, Jakarta Barat. Pelatihan ini dihadiri oleh 12 fotografer muda yang telah memiliki pengetahuan dasar fotografi. Ada beberapa langkah yang dilalui yaitu (1) Pembukaan; (2) Praproduksi; (3) Produksi; dan (4) Pascaproduksi.

Langkah pertama adalah pembukaan. Pada kegiatan pembukaan dilakukan oleh ketua tim PKM, ketua PKM memperkenalkan semua anggota tim dan menjelaskan langkah kegiatan, maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan pelatihan ini. Ketua tim juga memberi

motivasi kepada para peserta tentang pentingnya kemampuan fashion fotografi di Jakarta sebagai pusat fesyen industri Indonesia. Kemampuan ini sangat diperlukan bagi fotografer untuk meningkatkan ekonomi fotografer dibidang seni komersial.

Langkah kedua adalah pemaparan praproduksi. Tahap praproduksi menjadi fase penting dalam pelatihan karena menentukan arah visual yang selaras dengan selera pasar fesyen terkini. Metodologi penciptaan fotografi komersial menekankan pentingnya tahapan praproduksi sebagai proses konseptual yang melibatkan riset, perumusan ide, penyusunan konsep visual serta perencanaan teknis sebelum proses pemotretan dilakukan (Purnama et al., 2022). Tahapan ini menjadi kunci untuk memastikan bahwa hasil fotografi mampu memenuhi kebutuhan komunikasi visual dan tujuan promosi.



Gambar 3. Pembukaan Dan Pemaparan Materi Praproduksi

Pada tahap ini, peserta tidak hanya diajarkan merancang konsep pemotretan, tetapi juga dilatih membaca tren visual yang berkembang di media sosial, *e-commerce*, dan kampanye *brand* fesyen. Hal ini penting karena keberhasilan fotografi fesyen saat ini sangat ditentukan oleh kemampuan menyesuaikan gaya visual dengan preferensi *audiens* digital yang terus berubah.

Salah satu kompetensi utama yang diajarkan adalah analisis tren visual. Peserta dilatih mengamati gaya visual yang populer pada *platform* seperti Instagram, *marketplace*

dan katalog *brand* lokal. Tren pasar saat ini menunjukkan kecenderungan pada visual yang bersifat *clean, minimal, authentic* dan *relatable*. Oleh karena itu, peserta dilatih menyusun *mood board* yang menampilkan *tone* warna natural, komposisi sederhana serta penggunaan pencahayaan yang menonjolkan tekstur bahan dan kenyamanan busana. Kemampuan membaca tren ini membantu peserta menghasilkan konsep pemotretan yang relevan dengan kebutuhan pasar kontemporer.

Kompetensi berikutnya adalah perancangan *mood board* berbasis *target market*. Peserta diajarkan bahwa setiap produk fesyen memiliki segmen pasar berbeda, sehingga konsep visual harus disesuaikan dengan karakter konsumen yang dituju. Misalnya, produk fesyen remaja membutuhkan visual yang dinamis dan kasual, sedangkan fesyen formal cenderung memerlukan tampilan elegan dan minimalis. Melalui latihan ini, peserta memahami bahwa praproduksi bukan hanya proses kreatif, tetapi juga bagian dari strategi pemasaran yang mempertimbangkan perilaku dan preferensi konsumen. Dalam tahap ini, pelatihan menekankan pentingnya perencanaan styling dan warna yang mengikuti tren pasar. Peserta dilatih memadukan warna pakaian, properti, dan latar foto agar selaras dengan tren warna populer yang banyak digunakan *brand* fesyen saat ini. Kompetensi ini penting karena konsistensi warna dapat memperkuat identitas visual *brand* serta meningkatkan daya tarik produk pada tampilan katalog digital dan media sosial. Konsep pemotretan diarahkan untuk membangun narasi visual, misalnya tema *daily lifestyle, workwear, street style*, atau *formal fashion*. Pendekatan storytelling ini membantu menciptakan kedekatan emosional antara produk dan konsumen, sehingga meningkatkan efektivitas pemasaran.

Narasumber juga memberikan presentasi tentang alur kerja fotografer komersial dalam industri. Tahap praproduksi pada fotografi komersial lebih terstruktur dibanding fotografi pribadi atau fotografi seni, karena melibatkan kepentingan klien, *brand*, dan tujuan pemasaran. Alurnya dibagi menjadi tahap konseptual, teknis dan administratif. Dalam langkah kedua ini, peserta dibuatkan simulasi seperti yang terjadi di industri yang diawali pada saat klien memberi penawaran jasa foto untuk materi promosinya pada baju terbaru yang akan dijual. Pada saat penawaran ini, fotografer harus melakukan pertemuan dengan klien sebagai tahap konseptual untuk mengetahui demografi pembeli baju sehingga mendapat gambaran yang pasti pada pembeli baju tersebut yang menjadi sasaran.

Informasi demografi pembeli ini mencakup umur, jenis kelamin, pendapatan, tempat tinggal, jenis pekerjaan dan lainnya. Mengetahui demografi pembeli membantu klien dalam mengarahkan iklan, menciptakan karya foto yang tepat dan meningkatkan penjualan,

Pertemuan awal dengan klien ini juga akan mendapatkan gaya visual yang diinginkan sebagai tahap teknis oleh klien, seperti *tone* warna, pencahayaan dan komposisi. Pesan *brand* yang harus tersampaikan dan menentukan format hasil karya yang akan dihasilkan merupakan masukan hal penting sebagai fotografer komersial dari kebutuhan klien. Simulasi ini juga memaparkan tahap praproduksi berikutnya, yaitu riset dan pengembangan konsep. Peserta dapat menganalisis identitas merek dan tren pasar, membuat *mood board* sebagai acuan visual, menentukan cerita (*storytelling*) atau narasi visual dan menyusun daftar *shot list* yang harus diambil sesuai kebutuhan klien.

Menjadi seorang fotografer komersial pada praproduksi harus melakukan tahapan

yang bersifat administratif, yaitu membuat estimasi biaya meliputi honor fotografer dan tim kerja yang meliputi biaya model, *make up artist*, *hair stylist*, *wardrobe stylist* dan asisten fotografer. Tim kerja seorang fotografer komersial dapat meliputi Estimasi biaya ini juga memaparkan biaya peralatan, biaya pemakaian lokasi, izin, konsumsi dan transportasi sehingga klien mengetahui keseluruhan biaya dengan konsep yang disepakati.

Langkah ketiga pada kegiatan ini adalah produksi. Tahap ini merupakan fase eksekusi, di mana semua rencana praproduksi diwujudkan menjadi hasil pemotretan sesuai kesepakatan bersama klien. Dalam simulasi pelatihan ini ditunjukkan persiapan sebelum pemotretan hingga proses pengambilan gambar. Pada tahap ini koordinasi dengan tim kerja dilakukan, seperti menjelaskan *rundown* atau *shot list*, menekankan detail teknis (kamera, pencahayaan, *angle*, *pose* dan properti yang digunakan), penyesuaian *make-up* maupun *wardrobe* dari *mood board* yang sudah diinformasikan sebelumnya dan memastikan semua anggota tim memahami peran masing-masing. Karya fotografi komersial juga harus mampu menciptakan nilai tambah bagi produk melalui penciptaan citra visual yang menarik, persuasif dan relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, keberhasilan fotografi komersial sangat ditentukan oleh kemampuan fotografer dalam menggabungkan aspek teknis, artistik dan strategi komunikasi pemasaran (Purnama et al., 2022).

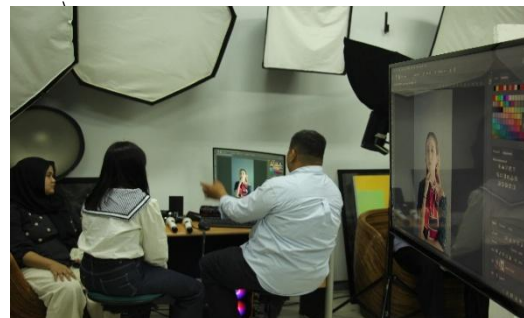
Pada tahap ini, peserta dilibatkan dalam sesi pemotretan dengan arahan dan bimbingan oleh anggota tim PKM. Pendampingan pemotretan ini bertujuan agar peserta mendapat pengetahuan teknis terhadap kamera dan pencahayaan *artificial* yang digunakan serta pengetahuan non teknis berupa cara berkomunikasi dengan model

agar mendapat karya fotografi fesyen yang maksimal.



Gambar 4. Tahap Produksi

Langkah keempat pada kegiatan ini merupakan langkah terakhir, yaitu pascaproduksi. Narasumber mempraktekan secara langsung pengolahan foto dengan komputer dari hasil foto yang dikerjakan pada kegiatan sebelumnya. Pada tahap ini dipraktikkan secara langsung cara pengaturan dasar menggunakan perangkat lunak yang dipakai oleh industri. Pengaturan ini meliputi: koreksi warna, penyesuaian *exposure*, kontras, *white balance*, *cropping* dan *framing* sesuai media tujuan. Pengolahan foto ini dilanjutkan dengan pengolahan yang dibutuhkan untuk fesyen fotografi, yaitu: menghaluskan kulit pada model, menghilangkan noda atau debu pada foto dan mengoreksi bentuk atau detail kecil agar lebih menarik.



Gambar 5. Tahap Pascaproduksi

Peserta dilakukan pendampingan dalam tahap ini sehingga dapat mengetahui cara penggunaan perangkat lunak ini agar dapat dipraktikkan saat terjun langsung didunia kerjanya.



Gambar 6. Karya Foto Fesyen Dari Beberapa Peserta Setelah Pelatihan

Pelatihan fotografi fesyen yang diberikan kepada Komunitas Fotografi Duren Tiga menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta secara signifikan yang mencakup aspek teknis, artistik, konseptual, komunikasi visual, hingga kompetensi profesional. Pada aspek teknis, peserta yang sebelumnya masih mengandalkan mode otomatis mulai mampu mengoperasikan kamera secara manual melalui pemahaman *exposure triangle* yang meliputi aperture, shutter speed dan ISO. Penguasaan ini berdampak pada kemampuan menghasilkan foto yang lebih tajam, memiliki pencahayaan yang tepat (terlihat pada Gambar 6). Selain itu, peserta juga mengalami peningkatan dalam teknik pencahayaan dengan menggunakan lampu kilat yang berstandar industri, penggunaan reflektor dan *diffuser*, serta pengenalan dasar pencahayaan studio. Kemampuan komposisi fotografi turut meningkat sehingga menghasilkan foto yang lebih seimbang dan terlihat profesional.

Pada aspek artistik, pelatihan mendorong peserta untuk memahami estetika fotografi fesyen, terutama dalam membangun *mood visual*, harmoni warna, serta kesesuaian *styling* dan *pose* model. Peserta yang

sebelumnya cenderung canggung dalam mengarahkan model kini mampu memberikan arahan *pose* dan ekspresi secara lebih percaya diri, sehingga foto yang dihasilkan tampak lebih hidup dan komunikatif. Peningkatan ini juga didukung oleh kemampuan konseptual yang berkembang melalui proses penyusunan *mood board*, penentuan tema, serta perencanaan konsep pemotretan secara terstruktur sebelum pelaksanaan sesi foto. Dengan demikian, peserta tidak lagi melakukan pemotretan secara spontan tanpa perencanaan, melainkan mampu merancang proses kreatif yang sistematis.

Pelatihan turut meningkatkan kompetensi peserta dalam pengolahan citra digital melalui penggunaan perangkat lunak. Peserta mampu melakukan *color correction*, *retouching* dasar, *cropping* serta membangun *workflow editing* yang konsisten sehingga foto siap dipublikasikan secara profesional. Peningkatan kemampuan ini berkaitan erat dengan kompetensi komunikasi visual, khususnya dalam konteks media sosial.

Di sisi lain, pelatihan juga memberikan dampak positif terhadap pengembangan *soft skills* peserta. Kemampuan kerja tim meningkat melalui pembagian peran antara fotografer, model, stylist dan tim kreatif selama proses pemotretan. Peserta juga belajar mengelola waktu, menyusun alur kerja produksi serta meningkatkan kepercayaan diri dalam melakukan pemotretan. Pelatihan fotografi fesyen ini terbukti mampu meningkatkan kompetensi peserta secara komprehensif, tidak hanya pada aspek teknis, tetapi juga pada aspek kreatif, komunikasi visual dan profesionalisme kerja, sehingga berpotensi mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis fotografi di tingkat komunitas.

Sebagai penutup kegiatan ini, dilakukan sesi tanya jawab. Pertanyaan yang paling banyak mengenai teknis kamera dan



pengolahan foto. Fokus utama peserta adalah pemilihan lensa pada kamera dalam fotografi fesyen dan pengolahan karya foto pada perangkat lunak yang tidak berbayar. Pemateri atau tim PKM menjelaskan bahwa lensa yang direkomendasikan adalah lensa zoom dengan ukuran 50 mm keatas dan penjelasan keterbatasan penggunaan perangkat lunak yang tidak berbayar, selama peserta berusaha membuat karya fotografi fesyen yang menarik sesuai alur fotografi komersial dengan keterbatasan peralatan akan dapat menghasilkan karya yang maksimal sesuai kebutuhan klien.

## **Penutup**

### **Simpulan**

Setelah melalui proses pelatihan dan bimbingan dalam fotografi fesyen, para peserta sangat bersemangat untuk membuat karya fotografi fesyen yang komersial. Semua peserta mendapat manfaat dari pelatihan dan bimbingan yang diberikan oleh tim PKM. Dalam tahap evaluasi ini, terlihat adanya peningkatan kemampuan peserta dalam membuat fotografi fesyen yang komersial. Sebelumnya, pengetahuan fotografi yang bersifat komersial ini hanya 2 (dua) peserta telah memahami pekerjaan pemotretan fesyen komersial.

Setelah kegiatan pelatihan selesai, seluruh peserta sudah mampu memahami dan melaksanakan pekerjaan fotografi yang komersial, khususnya di fotografi fesyen. Kegiatan ini menghasilkan beberapa manfaat positif bagi peserta. Pertama, peserta mampu membuat persiapan yang matang dan konsep karya fotografi fesyen dalam tahap praproduksi, produksi dan pascaproduksi untuk klien ke depannya. Kedua, kegiatan belajar mengenai berbagai genre fotografi menjadi lebih menarik dan menantang.

Peserta mulai lebih serius dalam belajar fotografi komersial dari genre lain. Berdasarkan kedua hal tersebut, dapat

disimpulkan bahwa pelatihan dasar fotografi fesyen ini berdampak positif terhadap peserta dalam mengembangkan usahanya dibidang fotografi. Dengan adanya pelatihan dan bimbingan ini, peserta dapat menggunakannya pengetahuan yang didapat untuk kebutuhan pekerjaan yang bersifat komersial.

Dapat disimpulkan bahwa aktivitas pelatihan dasar fotografi fesyen untuk komunitas fotografi Duren Tiga, Jakarta Selatan ini telah berhasil terlaksana. Hal ini dapat dilihat dalam pencapaian hasil foto yang dilakukan dapat memenuhi kualitas industri. Harapan dari tim PKM, peningkatan kompetensi fotografer komersial tidak hanya di bidang fesyen, tetapi juga pada genre lainnya seperti produk fotografi atau arsitektur dan interior fotografi.

### **Saran**

Keterbatasan waktu pelatihan menyebabkan materi belum dapat disampaikan secara mendalam, terutama pada aspek pascaproduksi dan alur kerja fotografi komersial. Oleh karena itu, disarankan agar kegiatan serupa dilaksanakan secara berkelanjutan dengan durasi yang lebih panjang dan materi bertahap sesuai tingkat kemampuan peserta.

Selain itu, diperlukan pelatihan lanjutan yang berfokus pada praktik proyek fotografi fesyen dan penguatan portofolio agar peserta memiliki kesiapan yang lebih baik untuk terjun ke ranah profesional. Keberlanjutan program dapat ditingkatkan melalui kerja sama dengan institusi pendidikan, pelaku industri dan komunitas kreatif lainnya.

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Trisakti yang telah mendanai program pengabdian kepada masyarakat ini.

### Daftar Pustaka

- Agastya, I. K. W., Yudistira, C. G. P., Kasiani, K., Sutiarmo, M. A., and Sharmin, F. (2025). Through creative lenses: Investigating the personal growth and well-being benefits of photography and videography. *Journal of Education, Social & Communication Studies*, 2(3), 200–215.
- Aina, S. Q. (2022). Fashion photography on Instagram: A study of visual attraction and messages delivered. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 11(2), 41–55.
- Álvarez, L. (2021). A Brief Conceptualization of Fashion Photography: Situating Ourselves in the Current Context. *International Journal of Arts Humanities and Social Sciences Studies*, 6(4), 369 – 387.
- Antara News. (2024, November 8). *Fotografi berdaya dalam balutan ekonomi kreatif*. <https://www.antaraneews.com/berita/4452649/fotografi-berdaya-dalam-balutan-ekonomi-kreatif>
- Apriyanto, F., dan Kusri, K. (2021). Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Dasar Fotografi bagi Fotografer Wisata KOMPAK di Pantai Pulang Sawal, Gunungkidul. *Jurnal Pengabdian Seni*, 2(2), 127-140.
- Chen, J. (2024). Research on innovative models of photography education in higher education under the context of integrated media. *International Journal of New Developments in Education*, 6(6). 174-180.
- Farid, A. S. (2024). Enhancing student creativity through smartphone photography workshops: A case study at STAIN Madina. *Mangabdi: Journal of Community Engagement in Religion, Social, and Humanities*, 1(2). 67-76.
- Khaled, Afendi MD Shas MD, Nadzri Mohd Sharif, and Cheng Jifei. (2023). Styling Concept In Fashion Photography Process. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 8 (SI16), 157-164.
- Manguni, A. R., Sari, D. P., dan Dewi, R. S. (2024). Peningkatan keterampilan fotografi dasar melalui pelatihan bagi siswa SMKS Kristen Anak Panah Nabire. *Jurnal Abdiraja*, 8(2), 45–58.
- Nugroho, J. P. D., and Jerusalem, M. A. (2023). Basics fashion photo editing module for fashion design students based on Indonesian national work competency standards. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 12(4). 679-689.
- Prakacita, Puty. (2022). Sertifikasi Keprofesian Fotografi Dalam Industri Kreatif : Sebuah Pengakuan Kompetensi Profesional Di Era Digital 4.0.” *S2 thesis*, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Pribadi, A. & Hamdani, H. (2022). Pelatihan Pemotretan Fashion Untuk Pemasaran Online Kalangan UMK Sebagai Upaya Bangkit Di Era Pandemi. *ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1). 19-28.
- Purnama, P. A., Juhanteng, M., Wahyuningrum, R. A. H., dan Novianti, E. (2022). Fotografi komersial sebagai praktik kreatif terapan: Kajian metodologi penciptaan. *Retina Jurnal Fotografi*, 6(1), 40–59.
- Yunianto, I., Wiwid Wahyudi dan Agus Priyadi. (2023). Inovasi Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Penerapan Fotografi Fashion. *JURSENDEM Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain Dan Media*, 2(2), 268–276.