

PERBANDINGAN KARYA FOTO MENGGUNAKAN KAMERA SMARTPHONE DAN PROFESIONAL PADA INSTAGRAM QUEENERA DESSERT

Fadli Suandi¹, Jestika Elisabeth Simatupang²

^{1,2}Program Studi Teknik Multimedia dan Jaringan, Politeknik Negeri Batam, Batam

Jl. Ahmad Yani, Batam Center, Batam, Kepulauan Riau, 29461, Indonesia

¹fadli.suandi@polibatam.ac.id, ²jestikaeliss@gmail.com

Abstrak

Queenera Dessert merupakan salah satu home industry (usaha rumahan) di kota Batam yang memproduksi aneka dessert (makanan penutup). Selama ini foto Instagram produk makanan Queenera Dessert dipotret menggunakan kamera profesional, oleh karena itu penulis ingin melakukan perbandingan hasil foto produk menggunakan kamera smartphone. Metode pada penelitian ini mencakup 3 tahapan, yaitu: 1) Metode penciptaan sebagai landasan proses pengambilan gambar. 2) Teknik pengumpulan dataset statistik untuk mengetahui hasil insight pengguna Instagram terhadap foto produk makanan yang dipotret menggunakan kamera smartphone dan kamera profesional. 3) Metode statistik deskriptif agar didapatkan perbandingan ketertarikan pengguna Instagram terhadap hasil foto produk makanan menggunakan kamera smartphone dan kamera profesional. Secara keseluruhan insight dari penelitian ini adalah: (1) Rata-rata reach dari foto menggunakan kamera smartphone memperoleh hasil sebesar 490,6 mengungguli hasil foto menggunakan kamera profesional yang memperoleh rata-rata reach sebesar 457,8; (2) Rata-rata impression dari foto menggunakan kamera smartphone sebesar 603,2 mengungguli hasil foto menggunakan kamera profesional yang memperoleh rata-rata impression sebesar 559,2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kamera smartphone mampu menghasilkan foto produk kuliner yang menarik dan dapat dimanfaatkan sebagai alternatif untuk memotret produk makanan sehingga dapat membantu pelaku usaha home industry (usaha rumahan) di bidang kuliner dalam mengenalkan produk usahanya di media sosial.

Kata kunci—Home Industry, Dessert, Instagram, Smartphone, Kamera Profesional

1. PENDAHULUAN

Pengangguran merupakan salah satu dampak besar yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 yang sedang terjadi saat ini di Indonesia. Berdasarkan pertemuan pada acara Peluncuran Hasil Analisis Dampak Covid-19 yang dilakukan pada bulan November 2020, Menaker mengatakan bahwa tingkat pengangguran yang disebabkan oleh Covid-19 mencapai 7,07 persen di Indonesia. Hal tersebut membuat masyarakat mencari cara agar tetap mendapatkan pemasukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan keluarga. Salah satu upaya yang banyak dilakukan oleh masyarakat untuk tetap mendapatkan pemasukan selama pandemi Covid-19 adalah dengan membuka usaha *home industry* (usaha rumahan) di bidang kuliner. Bisnis kuliner menjadi pilihan yang tepat di saat kondisi pandemi saat ini karena semua orang membutuhkan makanan dan mereka yang memiliki *skill* memasak berusaha menyajikan berbagai jenis makanan yang unik. Berdasarkan hasil data diperoleh sebanyak 300 persen usaha kuliner rumahan mengalami kenaikan selama pandemi [1].

Peraturan pemerintah yang menyarankan masyarakat untuk melakukan kegiatan dari rumah membuat waktu masyarakat dalam menggunakan media sosial semakin banyak. Hal ini

membuat pelaku usaha *home industry* (usaha rumahan) semakin banyak menggunakan media sosial dalam menjalankan bisnisnya. Kini media sosial menjadi salah satu media penting yang digunakan para pelaku usaha untuk memberitahu dan menjual produk usahanya kepada calon pembeli. Salah satu media sosial yang sangat berpengaruh dalam menjalankan bisnis adalah media sosial Instagram. Media sosial Instagram membuat para pelaku usaha *home industry* (usaha rumahan) di bidang kuliner lebih mudah dalam memberitahu dan menjual produk makanan mereka. Melalui media sosial Instagram pelaku usaha *home industry* (usaha rumahan) di bidang kuliner dapat mengunggah foto produk makanan mereka serta memberi penjelasan mengenai produk dan harga pada *caption* [2].

Namun, sebagian besar pemilik usaha *home industry* (usaha rumahan) di bidang kuliner belum mengerti teknik dasar dalam pengambilan foto produk makanan dari usaha mereka yang mengakibatkan sedikitnya followers, *like* dan pembeli karena foto makanan yang diunggah dalam media sosial tidak membuat orang yang melihat foto tersebut menjadi penasaran dan tergiur untuk mencoba produk makanan mereka. Para pelaku usaha menyatakan hal tersebut terjadi disebabkan karena mereka memotret foto produk makanan menggunakan kamera *smartphone* [3]. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhanasekara [4] yang menyatakan bahwa kamera profesional merupakan alat yang wajib dimiliki oleh seorang pemilik usaha di bidang kuliner. Kamera profesional yang dilengkapi alat-alat penunjang lainnya seperti *lighting*, *reflector* dan *soft box* dalam pengambilan *food photography* akan menghasilkan foto produk makanan yang sempurna [5].

Berdasarkan hasil pengamatan penulis saat ini banyak sekali foto-foto unggahan di media sosial yang dipotret menggunakan kamera *smartphone* [6]. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan *caption* pada *feed* Instagram yang menjelaskan bahwa pemilik akun melakukan pengambilan foto menggunakan kamera *smartphone*. Mereka juga menambahkan merek dan spesifikasi *smartphone* yang mereka gunakan dalam memotret produk tersebut pada *caption*. Berdasarkan pengamatan tersebut, penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui apakah penggunaan kamera *smartphone* mampu menghasilkan *food photography* yang menarik [7] [8].

Sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah akun Instagram usaha *home industry* (usaha rumahan) milik Queenera Dessert yang menampilkan konten *food photography* dalam *feed* Instagramnya. Penulis ingin memotret beberapa produk makanan Queenera Dessert menggunakan kamera *smartphone* untuk diunggah dalam media sosial Instagram Queenera Dessert dan mendapatkan perbandingan ketertarikan terhadap hasil foto produk makanan yang telah dipotret menggunakan kamera *smartphone* dan kamera profesional melalui *insight* Instagram Queenera Dessert. Penulis memilih menggunakan kamera *smartphone* karena penggunaannya yang sangat mudah digunakan oleh semua orang dan lebih terjangkau untuk digunakan oleh pelaku usaha *home industry* (usaha rumahan) [9]. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemilik usaha *home industry* (usaha rumahan) di bidang kuliner untuk mengenal teknik dasar *photography* dalam pengambilan foto produk makanan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Pengambilan Foto

Penelitian ini menggunakan metode penciptaan untuk membuat sesuatu yang baru sebagai bentuk realisasi dari pikiran yang bersifat kreatif yang terdiri dari 3 tahapan, yaitu: perumusan ide, pengumpulan data dan pengambilan foto.

2.1.1 Perumusan Ide

Perumusan ide dilakukan sebelum pengambilan foto produk makanan Queenera Dessert dilaksanakan. Perumusan ide dilakukan penulis untuk mencari ide mengenai pilihan produk makanan Queenera Dessert yang akan dipotret menggunakan kamera *smartphone*, lokasi pemotretan dan cara memotret produk makanan Queenera Dessert yang telah dipilih dengan tepat. Perumusan ide dilakukan agar ketika pengambilan foto produk makanan Queenera Dessert dilaksanakan penulis telah mengerti konsep yang akan digunakan sehingga proses pengambilan foto tidak akan memakan waktu yang lama. Hal ini dilakukan untuk menjaga agar objek makanan masih dalam keadaan yang *fresh* dan menarik saat dipotret.

2.1.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan penulis untuk mengumpulkan beberapa referensi dari media sosial [10], mengenai teknik pengambilan foto makanan yang cocok untuk digunakan saat mengambil foto produk makanan Queenera Dessert.

2.1.3 Pengambilan Foto

Pengambilan foto produk makanan Queenera Dessert dilakukan menggunakan kamera *smartphone* iPhone 7 yang memiliki kamera utama dengan resolusi sebesar 12 MP dan *aperture* f/1.8 yang dapat menghasilkan gambar dengan kualitas yang baik. Penulis memanfaatkan *ring light* sebagai *artificial light* untuk mendapatkan cahaya yang maksimal agar detail makanan dalam foto dapat terlihat jelas.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan penulis menggunakan metode *dataset* statistik untuk mengetahui potensi ketertarikan pengguna Instagram [11][12], terhadap foto makanan Queenera Dessert yang dipotret menggunakan kamera *smartphone* dan kamera profesional. *Dataset* tersebut penulis dapatkan melalui insight akun Instagram Queenera Dessert yang akan menampilkan jumlah *likes*, *comment*, *reach* dan *impression* pengguna Instagram yang melihat unggahan foto makanan Queenera Dessert.

2.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data statistik deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk melakukan analisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data berdasarkan hasil data yang telah terkumpul [13][14]. Statistik deskriptif menampilkan data menggunakan ukuran, jumlah atau frekuensi dalam mendeskripsikan datanya [15][16]. Metode analisis data statistik deskriptif digunakan penulis untuk melakukan analisis terhadap perbandingan hasil *dataset* yang telah penulis dapatkan [17][18]. Hasil perbandingan tersebut akan dideskripsikan untuk mendapatkan kesimpulan dari penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pra Produksi (Pre-Production)

Pada tahap pra produksi penulis melakukan penentuan tema, produk makanan, konsep dan *style* yang akan digunakan pada saat pengambilan foto produk makanan Queenera Dessert menggunakan *smartphone*.

- a. Tema yang digunakan penulis dalam pengambilan foto produk Queenera Dessert adalah makanan penutup dengan tampilan minimalis. Tema tersebut dipilih penulis untuk menggambarkan kesederhanaan dari produk makanan Queenera Dessert yang tertata rapi. Penggunaan *property* yang tidak banyak dalam tema minimalis akan membuat setiap bagian dari produk makanan Queenera Dessert dapat ditampilkan dengan jelas.
-

- b. Produk makanan Queenera Dessert yang akan dipotret oleh penulis menggunakan kamera *smartphone* adalah *brownies* dan *banoffee*. Produk makanan tersebut dipilih karena merupakan menu yang sedang tersedia dalam rumah produksi Queenera Dessert. Pihak Queenera Dessert juga ingin menjadikan hasil foto tersebut sebagai bahan promosi karena *brownies* dan *banoffee* merupakan menu baru dari Queenera Dessert.
- c. Produk makanan *luxurious brownies* dan *banoffee* penulis menggunakan konsep minimalis tanpa menambahkan banyak *property* dalam foto. Konsep minimalis dipilih untuk menghindari banyaknya pola dan dekorasi yang dapat membuat orang yang melihat foto tersebut tidak fokus pada objek utama dalam foto. Produk makanan *brownies* penulis menggunakan konsep *storytelling* dengan menambahkan beberapa potongan buah lemon sebagai *property* untuk menjelaskan bahwa *brownies* tersebut menggunakan lemon sebagai salah satu bahan yang digunakan dalam membuat *brownies* tersebut.
- d. Penulis menggunakan *style bright mood* pada seluruh objek foto dalam penelitian ini. Dalam menggunakan *style bright mood* penulis memerlukan sumber cahaya yang banyak agar mendapatkan hasil foto yang menarik. Penggunaan *style bright mood* akan membuat detail dari objek foto terlihat dengan jelas karena penggunaan cahaya yang terang.

3.2 Produksi (Production)

Pada tahap produksi penulis melakukan teknis pengambilan foto, yaitu pencahayaan dan *setting* pada kamera *smartphone*.

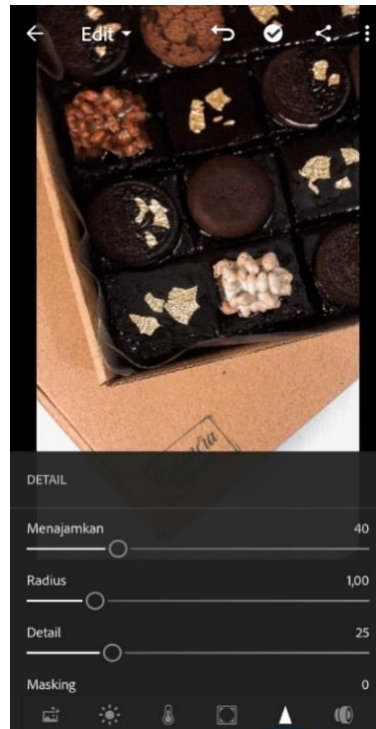
- a. Pada saat melakukan pengambilan foto produk makanan Queenera Dessert penulis tidak menggunakan *flash* kamera *smartphone* karena cenderung akan membuat hasil foto menjadi *flat* dan jika hasil foto terlalu terang maka akan sulit untuk melakukan pengeditan. Penulis menggunakan *ring light* sebagai *artificial light* untuk mendapatkan pencahayaan yang cukup pada saat melakukan pengambilan foto menggunakan *smartphone*. Penulis meletakkan pencahayaan dari sisi kanan atau kiri agar foto yang dihasilkan lebih memiliki tekstur.
- b. Penulis mengatur rasio kamera menjadi 1:1 agar sesuai dengan ukuran *feed* dalam media sosial Instagram sehingga seluruh komponen dalam foto yang di *upload* dalam media sosial Instagram terlihat dengan jelas dan mengaktifkan *gridlines* pada kamera untuk memudahkan penulis dalam mengatur komposisi objek foto.

3.3 Pasca Produksi (Post Production)

Pada tahap *post production* penulis melakukan editing terhadap hasil foto yang dipotret menggunakan *smartphone*, editing terhadap hasil foto yang dipotret menggunakan kamera profesional, menampilkan hasil akhir dan *insights* dari foto yang dipotret menggunakan *smartphone*, menampilkan hasil akhir dan *insights* dari foto yang dipotret menggunakan kamera profesional, menampilkan hasil analisis tingkat ketertarikan pengguna Instagram terhadap hasil foto yang dipotret menggunakan *smartphone* dan menampilkan hasil analisis tingkat ketertarikan pengguna Instagram terhadap hasil foto yang dipotret menggunakan kamera profesional.

3.3.1 Editing Hasil Foto yang Dipotret Menggunakan Smartphone

Pada menu *luxurious brownie* penulis menggunakan *preset* warna kontras tinggi dengan *setting* detail penajaman sebesar 40, radius sebesar 1,00 dan detail sebesar 25. *Setting* tersebut membuat pencahayaan pada foto menjadi lebih cerah dan lebih menunjukkan detail dari *luxurious brownie*.

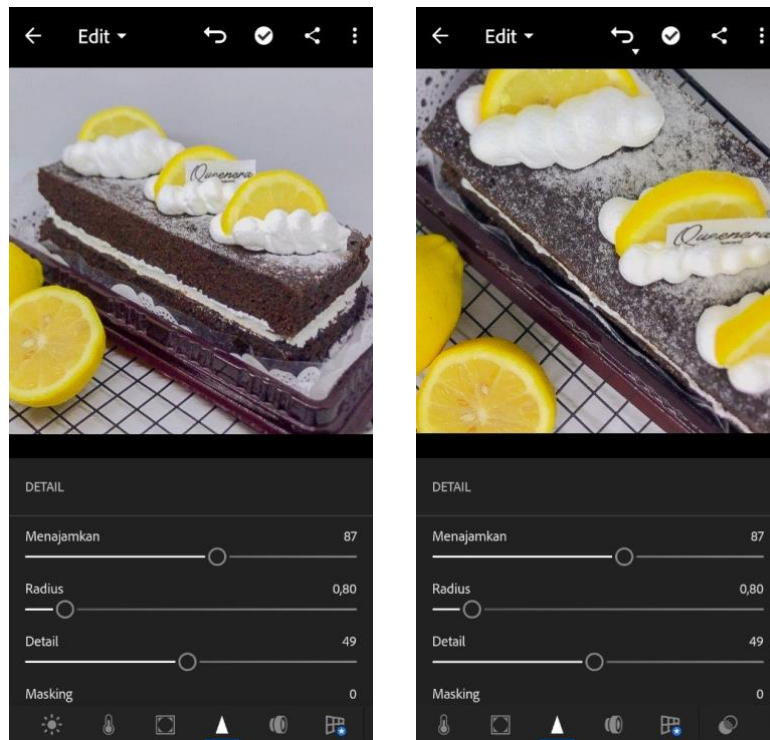


Gambar 1 *Setting* Lightroom Menu *Luxurious Brownie*



Gambar 2 Hasil *Before* dan *After* Menu *Luxurious Brownie*

Pada menu *browmon* penulis menggunakan *preset* warna kontras tinggi dengan *setting* detail penajaman sebesar 87, radius sebesar 0,80 dan detail sebesar 49. *Setting* tersebut membuat pencahayaan pada foto menjadi lebih cerah dan lebih menunjukkan detail dari *browmon*.



Gambar 3 Setting Lightroom Menu *Browmon*

Before



After



Gambar 4 Hasil *Before* dan *After* Menu *Browmon*

Pada menu *banoffee* penulis tidak melakukan editing karena pihak Queenera Dessert merasa pencahayaan dan detail dari hasil foto *banoffee* sudah baik.



Gambar 5 *Banoffee* Menggunakan *Angle Eye Level* dan *High Angle*

3.3.2 Editing Hasil Foto yang Dipotret Menggunakan Kamera Profesional

Seluruh proses pengambilan foto dan editing untuk hasil foto yang dipotret menggunakan kamera profesional dilakukan sepenuhnya oleh pihak Queenera Dessert yang sejak awal telah menggunakan kamera profesional dalam mengambil foto produk usahanya. Proses pengambilan foto dipotret menggunakan kamera Canon EOS 1300D dan proses editing dilakukan menggunakan aplikasi Lightroom.

a. *Highlights*, *shadows*, *whites* dan *blacks*

Pihak Queenera Dessert melakukan pengeditan dengan menaikkan *highlights* dan *whites* agar hasil foto menjadi lebih terang, menurunkan *shadows* dan *blacks* untuk menciptakan keseimbangan dalam foto tersebut.



Gambar 6 Setting *Highlights*, *Shadows*, *Whites* dan *Blacks*

b. *Clarity*, *vibrance* dan *saturation*

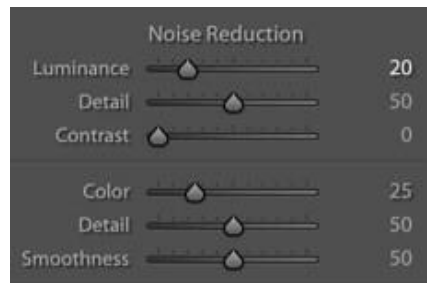
Pihak Queenera Dessert melakukan pengeditan pada bagian *clarity* agar kontras pada foto terlihat lebih jelas, *vibrance* dan *saturation* untuk menyeimbangkan kontras setiap elemen warna pada foto.



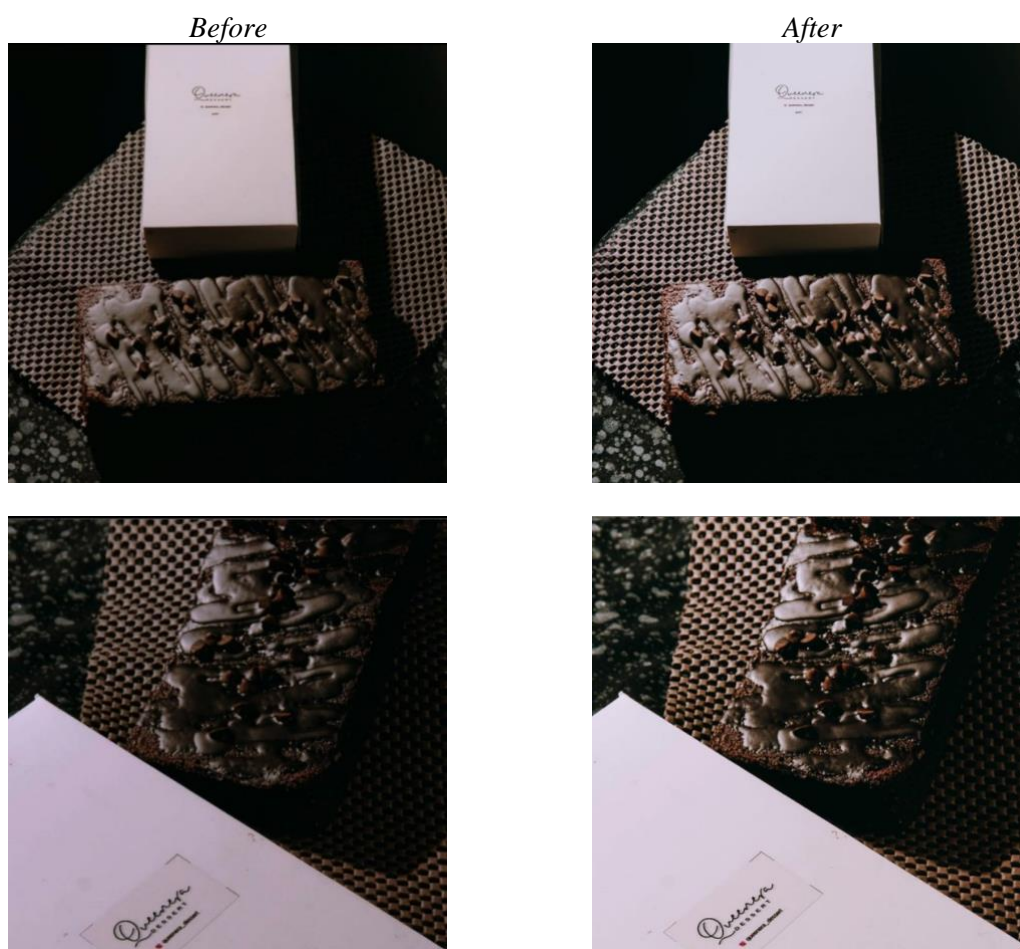
Gambar 7 Setting *Clarity*, *Vibrance* dan *Saturation*

c. *Noise*

Pihak Queenera Dessert melakukan pengeditan pada bagian *noise* untuk membuat tampilan foto lebih halus dan tetap terlihat nyata.



Gambar 8 *Setting Noise*



Gambar 9 Hasil *Before dan After Foto Menggunakan Kamera Profesional*

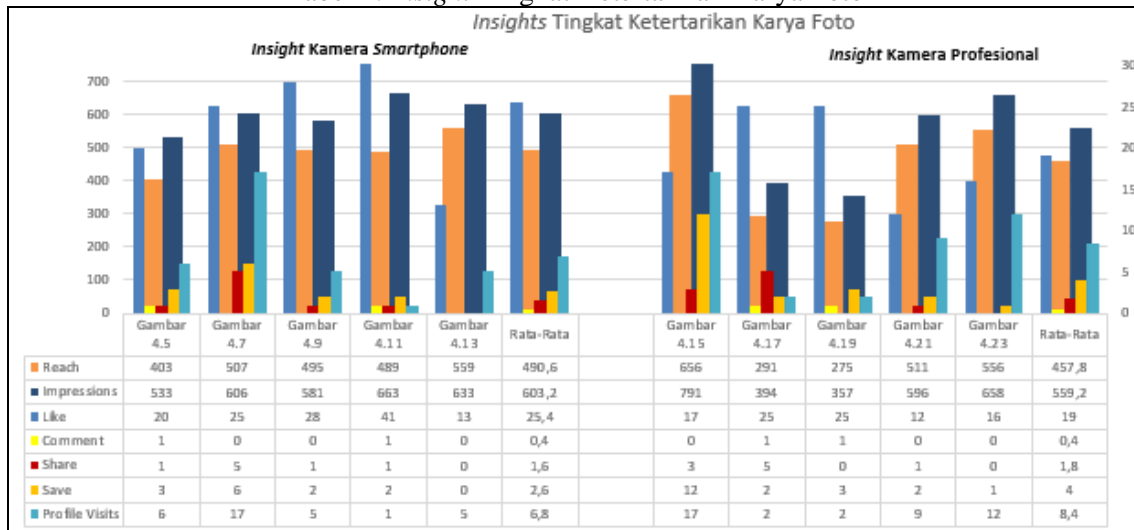
Untuk foto yang menggunakan model, pihak Queenera Dessert menggunakan *soft box* sebagai *artificial light* sehingga menghasilkan pencahayaan yang maksimal. Pihak Queenera Dessert hanya menambahkan efek *blur* pada foto agar orang yang melihat foto tersebut tetap fokus pada objek utama.



Gambar 10 Foto Menggunakan Model

3.3.3 Analisis Tingkat Ketertarikan Hasil Foto yang Dipotret Menggunakan Kamera Smartphone dan Kamera Profesional

Berikut penulis sajikan data *insights* karya foto menggunakan *smartphone* dan kamera profesional yang telah diunggah dalam media sosial Instagram dalam Tabel 1.

Tabel 1. *Insight* Tingkat Ketertarikan Karya Foto

Berdasarkan data dari Tabel 1. dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai rata-rata *like* yang diperoleh foto menggunakan kamera *smartphone* sebesar 25,4 sedangkan nilai rata-rata *like* yang diperoleh foto menggunakan kamera profesional hanya sebesar 19.
2. Foto menggunakan kamera *smartphone* dan foto menggunakan kamera profesional memperoleh nilai rata-rata *comment* yang sama sebesar 0,4.
3. Foto menggunakan kamera profesional memperoleh nilai rata-rata *share* sebesar 1,8 sedangkan nilai rata-rata *share* yang diperoleh foto menggunakan kamera *smartphone* hanya sebesar 1,6.
4. Foto menggunakan kamera profesional memperoleh nilai rata-rata *save* sebesar 4 sedangkan nilai rata-rata *save* yang diperoleh foto menggunakan *smartphone* hanya sebesar 2,6.
5. Foto menggunakan kamera profesional memperoleh nilai rata-rata *profile visits* sebesar 8,4 sedangkan nilai rata-rata *profile visits* yang diperoleh foto menggunakan kamera *smartphone* hanya sebesar 6,8.

6. Nilai rata-rata *reach* yang diperoleh foto menggunakan kamera *smartphone* sebesar 490,6 sedangkan nilai rata-rata *reach* yang diperoleh foto menggunakan kamera profesional hanya sebesar 457,8.
7. Nilai rata-rata *impressions* yang diperoleh foto menggunakan kamera *smartphone* sebesar 603,2 sedangkan nilai rata-rata *impressions* yang diperoleh foto menggunakan kamera profesional hanya sebesar 559,2.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan rata-rata *likes* hasil foto produk makanan Queenera Dessert yang dipotret menggunakan kamera *smartphone* mendapatkan jumlah yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan karena pihak Queenera Dessert memanfaatkan penggunaan *hashtag* pada *caption* saat mengunggah foto produk makanan yang dipotret menggunakan kamera *smartphone* dalam media sosial Instagram. Dibuktikan dengan jumlah *impressions* yang salah satu komponennya terdiri dari *hashtag* dan memperoleh jumlah yang tinggi. *Reach* menampilkan jumlah pengguna Instagram yang melihat foto produk makanan Queenera Dessert yang dipotret menggunakan kamera *smartphone* lebih tinggi, sehingga jumlah *likes* yang didapatkan oleh foto yang dipotret menggunakan kamera *smartphone* lebih banyak dibandingkan dengan *reach* dan jumlah *likes* pada hasil foto yang dipotret menggunakan kamera profesional.

Jumlah *profile visits*, *save* dan *share* pada hasil foto produk makanan Queenera Dessert yang dipotret menggunakan kamera profesional mendapatkan jumlah yang lebih tinggi dibandingkan dengan jumlah *profile visits*, *save* dan *share* pada hasil foto produk makanan Queenera Dessert yang dipotret menggunakan kamera *smartphone* karena pada saat mengunggah foto yang dipotret menggunakan kamera profesional Queenera Dessert sedang mengadakan promo terhadap produk makanan tersebut sehingga membuat pengguna Instagram yang melihat foto tersebut tertarik untuk mengunjungi *profile* akun Instagram Queenera Dessert, menyimpan dan membagikan foto produk makanan tersebut.

Pada foto menggunakan kamera profesional, Queenera Dessert menggunakan tema *dark* dalam pengambilan gambarnya. Tema tersebut membuat pengguna Instagram tertarik untuk melakukan *profile visits*, *save* dan *share* karena tema *dark* masih jarang ditemui pada foto produk makanan rumahan dan tema *dark* yang digunakan Queenera Dessert membuat tampilan produk *brownies* yang dipotret menggunakan kamera profesional menjadi lebih mewah.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kamera *smartphone* dapat digunakan sebagai alternatif untuk memotret produk makanan karena penggunaannya yang mudah dan harganya yang lebih terjangkau dibandingkan dengan kamera profesional sehingga dapat membantu pelaku usaha *home industry* (usaha rumahan) di bidang kuliner dalam mengenalkan produk usahanya.
2. Penggunaan kamera *smartphone* dan kamera profesional dalam pengambilan foto produk makanan memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing, sehingga dibutuhkan pengetahuan dasar mengenai teknik pengambilan foto untuk membuat hasil foto yang dipotret menggunakan kamera *smartphone* dan kamera profesional lebih menarik.
3. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pengambilan foto produk makanan yang dipotret menggunakan *smartphone*, seperti: teknik pengambilan, komposisi, pencahayaan, *property* pendukung dan *garnish* yang dapat membuat hasil foto produk makanan tersebut menarik.
4. Pengambilan foto produk makanan yang dipotret menggunakan *smartphone* membutuhkan aplikasi tambahan dalam melakukan pengeditan foto.

Hasil foto produk makanan yang diunggah dalam media sosial Instagram sebaiknya diberikan fitur *hashtag* agar hasil foto tersebut lebih mudah dicari oleh pengguna Instagram lainnya sehingga dapat membuat jumlah *likes* dari foto tersebut lebih banyak.

5. SARAN

Saran yang dapat diberikan penulis untuk penelitian dan pengembangan selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Peneliti atau pengembang selanjutnya dapat menggunakan jenis *smartphone* selain iPhone 7 dalam memotret produk makanan.
2. Peneliti atau pengembang selanjutnya dapat menggunakan tambahan *artificial light* pada saat proses pengambilan foto produk makanan agar pencahayaan pada foto lebih maksimal.
3. Peneliti dan pengembang selanjutnya dapat menggunakan aplikasi selain Lightroom dalam melakukan pengeditan foto.
4. Peneliti dan pengembang selanjutnya dapat melakukan perbandingan terhadap *insights* dari media sosial selain Instagram.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini khususnya kepada pihak Queenera Dessert yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengambil foto produk makanan dari produk usahanya untuk digunakan sebagai bahan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. N. H. Ardianti, P. A. M. Suwandewi, and D. A. R. Danini, "Bisnis kuliner online, solusi usaha di tengah pandemi covid-19," *Pros. Webinar Nas. Peran. Perempuan/Ibu dalam Pemberdayaan. Remaja di Masa Pandemi COVID-19, Univ. Mahasaraswati Denpasar*, pp. 122–130, 2020, [Online]. Available: <http://e-journal.unmas.ac.id/index.php/prosidingwebinarwanita/article/view/1250>.
 - [2] N. A. P. Buchari, C. P. Munaiseche, and S. Kumajas, "Implementasi Teknik Low Light Menggunakan Smartphone Berbasis IOS untuk Menghasilkan Best Practice Fotografi Indoor," *J. Pendidik. Teknol. Inf.*, vol. 02, no. 01, pp. 10–21, 2021.
 - [3] M. D. M. Alyatalathaf, "Smartphone Photography Sebagai Media Promosi Pariwisata di Kampung Paniis, Pandeglang, Banten," *ABDIMAS J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 25–29, 2021.
 - [4] C. S. Dhanasekara, J. A. Dawson, C. K. Martin, and N. V. Dhurandhar, "No association between consumption of eggs with energy or macronutrient intake: Objective evidence from the remote food photography method," *Diabetes Metab. Syndr. Clin. Res. Rev.*, vol. 15, no. 1, pp. 313–318, 2021, doi: 10.1016/j.dsx.2021.01.010.
 - [5] J. S. Saliama and T. Wibowo, "Studi Komparasi Teknik Antara DSLR dan Smartphone Photography," *Conf. Business, Soc. Sci. Innov. Technol.*, vol. 1, pp. 439–451, 2020.
 - [6] S. J. Raharja and S. U. Natari, "Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital," *Kumawula J. Pengabd. Kpd.*
-

-
- Masy.*, vol. 4, no. 1, p. 108, 2021, doi: 10.24198/kumawula.v4i1.32361.
- [7] S. Nurhayati and A. Ardianingsih, “Analisis Digitalisasi Pemasaran Berbasis Sosial Media Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Pekalongan,” *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. Vol. 24, no. 2016, pp. 66–74, 2021.
- [8] Y. Fang, H. Zhu, Y. Zeng, K. Ma, and Z. Wang, “Perceptual quality assessment of smartphone photography,” *Proc. IEEE Comput. Soc. Conf. Comput. Vis. Pattern Recognit.*, pp. 3674–3683, 2020, doi: 10.1109/CVPR42600.2020.00373.
- [9] A. J. Diyatma, “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar,” *e-Proceeding Manag.*, vol. 4, no. 1, pp. 175–179, 2017.
- [10] A. Tejawati, M. B. Saputra, M. B. Firdaus, S. Fadli, F. Suandi, and M. K. Anam, “Media Promosi Penangkaran Rusa Sambar (Rusa Unicolor) Sebagai Ekowisata Di Penajam Paser Utara Berbasis Virtual Reality,” *J. Inform. dan Rekayasa Elektron.*, vol. 2, no. 2, p. 52, 2019, doi: 10.36595/jire.v2i2.118.
- [11] L. Oktaviani, “Penerapan Sistem Pembelajaran Dalam Jaringan Berbasis Web Pada Madrasah Aliyah Negeri 1 Pesawaran,” *J. WIDYA LAKSMI (Jurnal Pengabd. Kpd. Masyarakat)*, vol. 1, no. 2, pp. 68–75, 2021.
- [12] M. B. Firdaus, J. A. Widiand, and J. Y. Padant, “Augmented reality for interactive promotion media at Faculty of Computer Science and Information Technology Mulawarman University,” *J. Phys. Conf. Ser.*, vol. 1341, no. 4, 2019, doi: 10.1088/1742-6596/1341/4/042017.
- [13] N. Dengen, H. S. Pakpahan, G. F. Putra, M. B. Firdaus, R. Wardhana, and A. Tejawati, “An Augmented Reality Model Physical Transformation Learning,” *ICEEIE 2019 - Int. Conf. Electr. Electron. Inf. Eng. Emerg. Innov. Technol. Sustain. Futur.*, pp. 255–259, 2019, doi: 10.1109/ICEEIE47180.2019.8981444.
- [14] L. Oktaviani, S. Stywati, L. Lathifah, Y. T. Lestari, and Y. Khadaffi, “Pkm Peningkatan Pemahaman Guru Mengenai Penelitian Tindakan Kelas dan Kualitatif di MAN 1 Pesawaran,” *J. Widya Laksmi*, vol. 1, no. 2, pp. 98–103, 2021.
- [15] M. B. Firdaus, I. M. Patulak, A. Tejawati, A. Bryantama, G. M. Putra, and H. S. Pakpahan, “Agile-scrum Software Development Monitoring System,” *ICEEIE 2019 - Int. Conf. Electr. Electron. Inf. Eng. Emerg. Innov. Technol. Sustain. Futur.*, pp. 288–293, 2019, doi: 10.1109/ICEEIE47180.2019.8981471.
- [16] M. B. Firdaus, E. Budiman, M. F. Anshori, J. Teknologi, and U. Mulawarman, “Evaluasi Skema Panduan Game Berbasis Motion Graphic Animation Pada Esports Bergenre Multiplayer Online Battle Arena,” *JURTI Univ. Mulawarman*, vol. 4, no. 1, p. 36, 2020.
- [17] L. Lathifah, “Penerapan Enterprise Architecture pada Penerimaan Mahasiswa Baru menggunakan TOGAF di Universitas X Palembang,” *JATISI (Jurnal Tek. Inform. dan Sist. Informasi)*, vol. 7, no. 3, pp. 647–655, 2020, doi: 10.35957/jatisi.v7i3.565.
- [18] M. B. Firdaus, “Pengembangan Alat Ukur Keterbukaan Informasi Publik pada Situs Web Pemerintah Studi Kasus Kabupaten Kutai Kartanegara,” *J. Ilm. Ilmu Komput.*, vol. 3, no. 1, pp. 7–13, 2017.
-