

## **Strategi Promosi Studio Foto Ady\_Photography Dalam Menarik Minat Konsumen**

**Apriliyadi Anugeraha Prabowo, Wahyu Widiastuti, Yuliati**

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Bengkulu

[yadi.prabowo@gmail.com](mailto:yadi.prabowo@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi promosi studio foto Ady Photography dalam menarik minat konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan Teori Bauran Promosi (*Promotion Mix*), yaitu Periklanan (*Advertising*), dan Promosi penjualan (*Sales Promotion*). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan data, penarikan kesimpulan serta menguji keabsahan data penelitian maka peneliti menggunakan Teknik triangulasi. Informan penelitian ditentukan dengan Teknik teknik *Purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Bauran Promosi (*Promotion Mix*) yang telah di terapkan oleh studio foto Ady *Photography* bahwa berhasil dalam menarik minat konsumen pada jasa yang ditawarkan. Hal ini ditunjukkan oleh tanggapan para informan tentang strategi promosi yang dilakukan oleh studio foto Ady *Photography*

Kata Kunci : Fotografi, Pemasaran, Instagram

## **Ady\_Photography Photo Studio Promotion Strategy in Attracting Consumers**

### **ABSTRACT**

The purpose of this study was to find out how the promotion strategy of Ady Photography's photo studio in attracting consumers' interest. This type of research is qualitative research. This study uses the Promotion Mix Theory, namely Advertising (*Advertising*), and Sales Promotion (*Sales Promotion*). In this study, researchers used data collection techniques by means of observation, in-depth interviews and documentation. Data analysis techniques, namely data reduction, data presentation, data withdrawal, drawing conclusions and testing the validity of research data, the researchers used triangulation techniques. Research informants were determined by purposive sampling technique. The results of this study indicate that the Promotion Mix strategy that has been applied by the photo studio Ady Photography is successful in attracting consumer interest in the services offered. This is shown by the responses of the informants about the promotional strategy carried out by the photo studio Ady Photography

**Keywords:** Photography, Marketing, Instagram

## PENDAHULUAN

Fotografi merupakan aktivitass mengambil gambar melalui kamera untuk menghasilkan sebuah karya seni yang bisa dinikmati baik diri sendiri maupun orang lain, maka dari itu fotografi memiliki teknik yang bisa menghasilkan berbagai karya yang membuat orang tertarik untuk melihatnya, diantaranya, fotografi *humanis*, fotografi *landscape*, fotografi *portrait*, fotografi jalanan, dll.

Karya foto merupakan rekaman visual atas benda, hal, kejadian atau peristiwa melalui teknik fotografi. Karya foto selain memberikan informasi yang cermat otentik, juga memiliki nilai dokumenter yang tinggi. Pengguna fotografi dapat cepat dan mudah mengekspresikan gagasan karena sifat mekanis dari fotografi yang tidak terlalu menuntut pengoperasian yang tinggi serta hampir semua objek disekitar kita dapat dijadikan subjek dalam karya fotografi secara cepat dan personal.

Sugiarto (2005:59) selera dan jiwa seni merupakan aspek keberhasilan yang selayaknya dimiliki pemotret, dengan mempunyai selera seni dalam mengatur pencahayaan serta komposisi baik dapat memacu aspek keindahan. Karena itu dibutuhkan fotografer profesional yang dapat dipercaya oleh konsumen dalam mengabadikan setiap momen. Setiap hasil

yang didapat akan membuat para konsumen senang atas hasil kerja fotografer.

Seni Fotografi di Bengkulu ini telah berkembang dan banyak peminatnya, tidak hanya dari segi kuantitas jumlah anggotanya, kualitas dari karya-karya dari setiap anggota juga meningkat. Sehingga banyak fotografer profesional yang seringkali membuat grup/tim fotografer dengan beberapa rekannya untuk mempermudah dalam pekerjaannya, untuk fotografer semi-professional itu sering menjadikan fotografer *freelance*, seperti, Histography, Tjokro.sukmono, Rans\_photo, dan masih banyak lagi fotografer di Bengkulu yang berkembang.

Sebagai contoh perkembangan dalam dunia fotografi di Bengkulu dimana banyak dibuka studio foto, diantaranya studio Twentyseven\_Production, Akari\_Production, dan masih banyak lainnya. Dalam penelitian ini peneliti mengamati studio foto Ady\_Photography. Studio foto Ady Photography berdiri pada tahun 2018. Dengan keunggulan studio foto Ady\_Photography dapat menampung kurang lebih 36 orang. Ini merupakan foto grup yang dapat menampung banyak orang di dalam studio akan tetapi tidak mengurangi kualitas foto yang dihasilkan. Studio Ady\_Photography memiliki

bermacam-macam pilihan *background* atau latar belakang foto yaitu hitam polos, hiasan jendela putih, putih polos, dinding *wallpaper* dan abu-abu polos. Keunggulan lainnya yaitu mengena lokasi studio yang berdekatan dengan Universitas Bengkulu dimana lokasi ini dapat lebih mudah dijangkau oleh konsumen terutama dikalangan mahasiswa Universitas Bengkulu.

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi promosi pada studio foto Ady\_Photography dalam menarik minat konsumen. Dalam menciptakan suatu strategi promosi di studio foto Ady Photography dapat menarik para calon konsumen dalam menawarkan jasa foto. Promosi bertujuan untuk mengenalkan produk atau penawaran jasa terutama di media social yaitu *Instagram*. Dengan berpedoman bahwa pengaruh dari promosi itu sangat penting, maka penulis ingin mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Ady Photography di Bengkulu.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang merupakan jenis penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif disini berguna untuk memaparkan bagaimana strategi promosi agar dapat menarik konsumen, prosedur penelitian ini

bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi promosi yang digunakan oleh studio foto Ady\_Photography. Pada penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari sumber yang diamati.

Penelitian kualitatif ini dipilih karena penelitian ini memerlukan wawancara mendalam agar dapat menghasilkan data yang akurat yaitu, tentang bagaimana studio foto Ady\_Photography dapat bersaing dengan studio foto lain. Selain itu penggunaan jenis penelitian ini dikarenakan peneliti dapat menggali informasi tentang studio foto Ady\_Photography dalam strategi promosi yang digunakan untuk menarik konsumen.

#### **PEMBAHASAN**

##### **Strategi Promosi Studio Ady**

##### **Photography dalam Menarik Minat Konsumen**

Komunikasi pemasaran terdiri ada dua elemen, yaitu komunikasi dan pemasaran. Secara umum komunikasi adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator atau pengirim pesan kepada komunikan atau penerima pesan melalui saluran tertentu untuk mempengaruhi sisi kognitif, dan psikomotor penerima pesan. Sedangkan pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan

oleh perusahaan atau jasa untuk mempromosikan suatu jasa atau produk yang mereka punya. Komunikasi pemasaran adalah strategi dimana jasa menyampaikan pesan informasi mengenai jasa mereka yang ditawarkan kepada konsumen melalui media tertentu.

Strategi pemasaran dalam komunikasi pemasaran sebagai rencana Ady sebagai jasa studio foto untuk mencapai tujuan. Strategi pemasaran berfokus pada tujuan berjangka panjang suatu jasa, setiap jasa memiliki strategi yang sesuai dengan apa yang dituju. Dengan mencapai tujuan tersebut Ady menggunakan strategi promosi dalam studio foto Ady. Strategi promosi yang diterapkan oleh Ady Photography, yakni konsep bauran promosi (*promotion mix*).

Penerapan pada konsep yang digunakan untuk melakukan pemasaran adalah teori bauran promosi (*promotion mix*), konsep pemasaran adalah kunci untuk mencapai tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien. Sedangkan 2 informan lainnya seperti Rita dan Anggie, mencari informasi dengan mudah melalui media sosial, karena tanpa perlu mencari berkeliling terlebih dahulu. Dengan media sosial *Instagram* dapat dengan cepat mencari sesuai yang

dibutuhkan. Hal ini membuktikan bahwa untuk mempertahankan eksistensi tidaklah mudah apa lagi dengan perkembangan media sosial yang begitu pesat saat ini dapat mempertahankan informasi dengan *up to date* agar dengan cepat menyampaikan informasi promosi kepada calon konsumen memenuhi keinginan konsumen.

### **Bauran Promosi (*Promotion Mix*) Pada Studio Foto Ady Photography**

Bauran promosi (*promotion mix*) adalah bagian dari variable *marketing mix* (bauran pemasaran), dimana didalam bauran promosi terdapat 5 strategi untuk memasarkan suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong, bauran promosi adalah perpaduan khusus antara iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat yang dipakai oleh perusahaan untuk mendapatkan tujuan iklan dan pemasarannya. Bauran promosi (*promotion mix*) terdiri dari periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan tatap muka, dan pemasaran langsung.

Bauran promosi memiliki 5 strategi untuk melakukan pemasaran. Pada studio foto Ady Photography menerapkan 2 strategi pemasaran dari teori bauran promosi (*promotion mix*) menurut Kotler dan Gary, yakni periklanan (*advertising*),

dan promosi penjualan (*sales promotion*). Menerapkan konsep bauran promosi oleh studio foto Ady Photography dapat menarik minat pada calon konsumen dengan luas dan tepat, penyebaran informasi yang dilakukan dimedia sosial dan juga memberikan penawaran-penawaran dapat agar dapat menarik pelanggan dengan mudah. Sesuai dengan hasil wawancara dengan pemilik studio foto Ady Photography, bahwa mereka menerapkan konsep tersebut pada awal-awal pembukaan studio foto, dengan memberikan penawaran-penawaran paket foto berupa potongan harga dan seperti promo yang diberikan.

Menurut Ady Photography konsumen memiliki adil yang sangat besar dalam penerapan strategi promosi, yang mencakup segala hal mulai dari periklanan ke promosi penjualan. Dalam 2 strategi bauran promosi yang diterapkan oleh Ady Photography meliputi periklanan (*Advertising*) dan promosi penjualan (*sales promotion*). Strategi priklanan adalah salah satu aktivitas marketing yang memiliki fungsi utama menyampaikan pesan atau melakukan komunikasi pemasaran dengan berbagai tujuan seperti menciptakan *brand image*, dengan itu dapat menaikkan citra studio pada konsumen. Sedangkan strategi promosi penjualan adalah kegiatan pemasaran yang

termasuk dalam promosi penjualan antara peragaan, sebagai kegiatan promosi penjualan yang lebih fleksibel karena dapat dilakukan setiap saat dengan tawaran yang tersedia.

Ady Photography sebagai jasa studio foto menerapkan strategi pemasaran dengan konsep bauran promosi yang mencakup segala hal dari strategi periklanan dan strategi promosi penjualan. Pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan media sosial *Instagram* sebagai tempat untuk mengiklankan jasa studio foto mereka, menampilkan informasi-informasi mengenai jasa foto yang ditawarkan oleh masyarakat. Dengan begitu, menggunakan media sosial dapat mudah dijangkau oleh masyarakat yang menggunakan media sosial juga, sesuai dengan perkembangan teknologi yang pesat, apapun mudah dijangkau dengan cepat.

Strategi periklanan dapat berfokus berjangka panjang untuk memasarkan jasa studio foto Ady, hanya meningkatkan medianya dalam iklan tersebut. Media sosial juga merupakan jangka panjang untuk diterapkan, sesuai perkembangan teknologi di kota Bengkulu. periklanan pada jasa studio fotonya dapat mempengaruhi orang-orang yang sedang mencari sesuai minat mereka, dan dapat memicu ketertarikan mereka terutama,

muncul iklan studio foto Ady Photography menampilkan hasil foto dan memberi informasi berupa paket foto yang ditawarkan kepada masyarakat sehingga dapat terpengaruh. Hal ini dapat mendorong calon konsumen seperti yang diinginkan oleh Ady.

Dengan begitu proses komunikasi pemasara pada periklanan akan tersampainya pesan ke target konsumen. Dari sumber informasi studio Ady Photography, berupa pesan informasi penawaran jasa foto \ studio foto Ady Photography, kemudia melalui media sosial *Instagram*, akan tersampaikan informasi tersebut kepada calon konsumen yang sudah pernah mengikuti akun *Instagram* Ady Photography, dan kemudian Ady Photography akan mendapat efek dari calon konsumen tersebut. Seperti menanyakan tentang paket yang ditawarkan dan jasa apa yang bisa digunakan. Seperti pada gambar 5.3 minta konsumen pada studio Ady Photography

#### 1. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Strategi promosi penjualan (*sales promotion*) adalah kegiatan yang termasuk dalam promosi penjualan antara peragaan. Kegiatan promosi penjualan lebih fleksibel karena dapat dilakukan setiap saat dengan biaya atau jasa yang tersedia. Hubungan promosi penjualan

yaitu dapat meningkatkan angkat penjualan atau jumlah pelanggan. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik mina apa yang ditawarkan atau melakukan percobaan. Setelah meningkatnya jumlah konsumen pada studio foto Ady Photography akan mengurangi kegiatan promosi. Dalam kegiatan promosi penjualan membantu meningkatkan minat konsumen jangka pendek, selama kegiatan tersebut diselenggarakan, sehingga mendorong para konsumen untuk menggunakan jasa studio foto yang ditawarkan.

Peran promosi penjualan selain menarik minat calon konsumen baru, promosi tersebut dapat juga membuat para konsumen lama tetap menggunakan jasa yang ditawarkan kembali, secara spesifik, tujuan promosi penjualan hamper sama dengan periklanan yaitu agar konsumen mau mencoba atau menggunakan jasa, mendorong peningkatan jumlah konsumen dan mendorong konsumen lama agar tetap menggunakan jasa mereka dilain waktu.

Studio Ady Photography selain melakukan periklanan, promosi penjualan dapat membantu lebih dalam iklan jasa studio foto Ady Photography di media sosial *Instagram*, dengan *Instagram* dapat mengiklankan juga promosi-promosi pada paket foto yang ditawarkan, dengan cepat dapat menyebar dengan luas. Paket

promosi sesuai dengan *event* atau hari tertentu, mereka mempromosikan studio foto mereka di *Instagram* dengan menyiapkan khusus wisudawan dan harga yang menarik. Memberikan kepuasan konsumen agar dapat memberi kesan pada studio Ady Photography. Jadi promosi penjualan studio Ady Photography menerapkan di *Instagram*, dan dapat cepat tersampaikan kepada orang-orang yang mengikuti akun *Instagram* maupun baru menemukan *Instagram* Ady Photography agar mendapat perhatian minat oleh konsumen.

Dengan promosi penjualan dapat meningkatkan penjualan jasa foto, banyak perminatan konsumen pada studio Ady Photography, ketika mengadakan promo-promo dihari tertentu sesuai dengan target pasar, para konsumen dapat menarik minat mereka pada jasa foto Ady. Sesuai Kerjasama dengan periklanan melalui media sosial *Instagram*, dengan iklan calon-calon konsumen dapat memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dari studio Ady Photography dalam iklan tersebut. Media sosial *Instagram* akun Ady Photography terus bertambah pengikutnya, menampilkan hasil foto mereka di *Instagram*, merespon postingan para konsumen Ady Photography, banyak memperhatikan akun Ady, dapat membuat menarik perhatian konsumen

Jadi inti konsep dari teori bauran promosi (*promotion mix*) periklanan (*advertising*) pada studio foto sebagai promosi yang salah satu kegiatan varian promosi yang digunakan untuk mengkombinasikan jasanya dengan calon konsumen yang ditargetkan, meningkatkan penjualan jasa dengan menyampaikan informasi tentang jasa foto Ady Photography. Dengan perkembangan jaman dunia teknologi semakin mudah digunakan setiap orang, dimana memilih media sebagai penyampikan pesan atau informasi kepada masyarakat atau khalayak. Begitu pula untuk para pembisnis jasa foto Ady melakukan kesempatan dengan melakukan promosi iklan di media sosial yaitu *Instagram*, yang dimana media sosial memiliki kelebihan dalam menjangkau masyarakat atau khalak yang besar dan luas. Semakin luas penyebaran informasi dan memperlihatkan produk atau hasil jasa foto dengan menyediakan promosi-promosi konsumen akan dibuat senang dengan semakin bervariasinya produk konsumsi dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Sesuai dengan hasil wawancara dengan pihak Ady Photography menerapkan promosi iklan di *Instagram* dapat memudahkan mengenalkan studio foto Ady Photography dengan cepat dan luas, dan di media sosial, serta dapat menjalin hubungan dengan masyarakat

dan konsumen. Bahkan promosi harga dapat dirancang untuk membantu menjalin hubungan dengan pelanggan lama dan pelanggan baru sesuai dengan target pasar.

Sedangkan promosi penjualan (*sales promotion*) sebagai promosi yang dilakukan oleh pihak studio Ady Photography, dengan kombinasi dengan periklanan serta memanfaatkan media sosial sebagai pemasaran dapat membuat menjadi mudah dengan jangkauan besar dan luas, dan membuat perhatian konsumen dengan menginformasikan jasa foto yang varian kegiatan digunakan untuk memberikan penawaran menarik dari paket-paket foto. Sesuai dengan target pasar, seperti hasil dari wawancara oleh pemilik studio Ady bahwa sering membuat promosi dengan diskon sesuai paket yang ditawarkan, dan juga memberikan bonus cetak gratis sesuai dengan pilihan paket foto, dan itu untuk pelanggan baru atau pelanggan lama. Dengan pelanggan lama dapat menjalin hubungan konsumen dengan studio Ady Photography agar dapat bekerja sama terus, sedangkan untuk pelanggan baru dapat memikat konsumen baru, agar menggunakan jasa studio Ady Photography, dengan pengalaman penggunaan jasa saat promosi penjualan inilah yang depannya para konsumen baru bisa diharapkan mau kembali melakukan jasa foto lagi, selain itu juga dapat

digunakan sebagai sarana membangun hubungan konsumen untuk jangka Panjang.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dari penelitian “strategi promosi studio foto Ady photography dalam menarik minat konsumen” maka peneliti dapat menarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

1. Dalam upaya melakukan strategi promosi pada studio Ady Photography dalam menarik minat sudah berjalan sesuai dengan studio foto Ady, dapat tersebarnya informasi-informasi dan promosi dengan luas dan cepat dan dapat memudahkan para usaha untuk mengiklankan produk atau jasa dengan luas. Dengan perkembangan teknologi jaman sekarang sudah banyak masyarakat Bengkulu menggunakan jaringan internet, dengan internet dapat mencari informasi atau berita-berita dengan cepat, termasuk juga dengan menyebarkan informasi di internet melalui media sosial Instagram. Itulah kenapa penerapan strategi promosi melakukan media sosial Instagram karena dengan mudah dilakukan dan dapat dengan cepat tersampaikan dengan khalayak.



2. Melakukan konsep dari teori bauran promosi (*promotion mix*) dapat membuahkan hasil yang cukup baik, dan berjalan lancar, sesuai dengan konsep bauran promosi, Periklanan (*advertising*), dan promosi penjualan (*sales promotion*), dengan dua konsep tersebut dapat membantu dalam melakukan promosi suatu jasa atau produk, dapat juga pengaruh positif dalam menarik minat konsumen. Meningkatkan pelanggan lama dan pelanggan baru dalam menggunakan jasa studio foto Ady Photography.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan, A. P. (2015). Pencahayaan dalam Studio Fotografi. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*. Universitas Bina Nusantara, Jakarta.
- Jatmiko, R. D. (2003). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: BPF.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Terj. Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip (2002). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT.Prenhalindo.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong.(2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.(2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran (Jilid 1)*.Terj. Bob Sabran. Jakarta : Erlangga.
- Prisgunanto, ilham. (2006). *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan Taktik*. Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Subandi.(2011). *Deskripsi kualitatif sebagai satu metode dalam penelitian pertunjukan*. ISI Surakarta.
- Sugiarto.A. (2005). *Andal dengan kamera digital*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sunarto, 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Cetakan Kesatu, Penerbit UST Press, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, Liberty.
- Wibowo, A. A. (2015). *Fotografi tak lagi sekadar alat dokumentasi*. ISI Yogyakarta.
- Alfiyandi. 2016. *Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah Pada Asuransi Panin Dai-Ichi Life Cabang Pekanbaru*. (Diunduh pada 19 Mei 2020)
- Akbar, A. A. 2017. *Studio foto dalam fotografi potret*. ISI Yogyakarta. (Diunduh pada 02 April 2020).
- Ginting, Ina, Veronika, 2014. *Strategi Komunikasi Pemasaran Pt. Cipaganti Dalam Meningkatkan*

- Kepariwisata Di Jawa Barat.* ([thidiweb.com](#)) (Diakses pada tanggal 29 Januari 2021)  
(Diunduh pada 19 Mei 2020).
- Herlin, Yekti, 2003. *Kreativitas Dalam Seni Fotografi.* (Diunduh pada 06 Maret 2020).
- Ilham, Amry Permana, 2018. *Makna Kerja Bagi Fotografer Di Yogyakarta.* (Diunduh pada 21 Maret 202).
- Fergianti, 2010. *Bauran Promosi Menurut Philip Kotler.* Menurut Philip Kotler (scribd.com). (Diakses pada tanggal 25 Januari 2021).
- Khusna, Galu, K & Farah, Oktafani, 2017. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin'donuts Bandung.* 77333-ID-pengaruh-bauran-promosi-terhadap-keputus.pdf (neliti.com). (Diakses pada tanggal 25 Januari 2021).
- Sutianto, Naufal, 2013. *Pesatnya Perkembangan Fotografi Di Indonesia.* <https://www.kompasiana.com/nflsp/eed2/552b3219f17e61117dd623da/pesatnya-perkembangan-fotografi-di-indonesia> (Diakses pada tanggal 31 Mei 2020).
- Thidi, 2015. *Berbagai Jenis Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan dan Pemasaran Produk.* Bauran Promosi (Promotion Mix) Berdasarkan Jenis dan Manfaatnya