

**STRATEGI PROMOSI JASA FOTOGRAFI DALAM MENARIK  
MINAT KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM (STUDI KASUS  
PADA VEXIA PICTURES)**

***PROMOTIONAL STRATEGIES FOR PHOTOGRAPHY SERVICES IN  
ATTRACTING CONSUMERS THROUGH INSTAGRAM  
(CASE STUDIES ON VEXIA PICTURES)***

**Dezan Mocharam<sup>1</sup>, Riefky Krisnayana<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Langlangbuana

---

**ABSTRAK**

Fokus penelitian adalah “Bagaimana Strategi Promosi Jasa Fotografi Dalam Menarik Minat Konsumen Melalui Instagram?” (Studi Kasus Pada Vexia Pictures). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Promosi Jasa Fotografi Vexia Pictures melalui Instagram. Penelitian ini menggunakan teori AIDA Elmo Lewis.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan penelitian studi kasus. Subyek penelitiannya adalah para karyawan Vexia Pictures yang masih aktif dalam pengelolaan jasa fotografi tersebut. Proses pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terlibat, sedangkan untuk data penunjang diperoleh melalui studi dokumentasi hasil penelitian sebelumnya, dan studi literatur lainnya, serta wawancara dengan pihak terkait.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial merupakan salah satu media promosi yang lebih efektif daripada media-media lainnya, salah satunya yaitu media sosial Instagram yang juga mendukung penggunaannya untuk mempromosikan produk atau jasa nya dengan fitur akun bisnis produk ataupun jasa. Dengan adanya fitur tersebut Vexia Pictures yang bergerak dalam bidang jasa fotografi memanfaatkan fitur-fitur Instagram khususnya dalam hal promosi kepada para calon konsumen di Instagram. Penerapan teori AIDA merupakan pedoman yang di gunakan banyak perusahaan khususnya Vexia Pictures. Dengan mengikuti tahapan teori AIDA perusahaan tersebut dapat memiliki strategi khususnya dalam mempromosikan merk Vexia Pictures tersebut di Instagram dengan tahapan yang bisa jelaskan seperti menarik Perhatian kepada para pengguna Instagram, menarik Ketertarikannya, menarik Keinginan atau Minat, yang berujung melakukan Aksi yaitu membeli jasa yang di tawarkan oleh Vexia Pictures.

**Kata Kunci:** Strategi Promosi, AIDA, Jasa Fotografi, Vexia Pictures.

**ABSTRACT**

*This study aims to find out the Vexia Pictures photography services promotion strategy through Instagram. This Study use the AIDA theory of Elmo Lewis. This study use qualitative research methods and case study research approach. The research subject where Vexia Pictures employees, were still active in managing the photography services. The data collection process was done through in-depth interviews and involved observations, while sporting data were obtain through documentation studies of the result of the previous studies, and other literature studies, as well as interview with related parties.*

*The result show that social media is one of the promotion media more effective than other media, one of which is Instagram the social media that also support it's user to promote their product of services with the product or service bussiness account fitures. With this fiture, Vexia Pictures which is engaged, in photography services utilizes Instagram fiture, especially intern of the promotion to potential customers on Instagram. The application of the AIDA theory is a guideline that use by many companies, especially Vexia Pictures. By following the stages of AIDA's theory the company can have specific strategy in promoting the Vexia Pictures brand through Instagram with stage that can be describe such as attracting attention to Instagram user, attracting interest by demonstrating the superiority of Vexia Pictures services, attracting interest or interest by seducing consumer to not only like but want Vexia Pictures services, which leads to action that buying services offered by Vexia Pictures.*

**Keywords:** *Strategy of Promoting, AIDA, Photography services, Vexia Pictures*

## 1. Pendahuluan

Pada saat ini di era komunikasi modern ini kegiatan sosial merupakan salah satu hal terpenting bagi manusia dalam menjalani kesehariannya, banyak orang yang benar benar tidak bisa melepas kehidupan kesehariannya tanpa berkomunikasi dengan yang lain, sehingga banyak penemuan-penemuan yang mendukung kegiatan komunikasi, dan mempermudah manusia untuk menjalin hubungan dengan yang lainnya. Dampak yang diberikan pada era modernisasi pun berbagai macam tergantung seseorang memanfaatkan teknologi tersebut, perkembangan teknologi yang sangat amat berkembang pesat memaksakan hampir semua orang harus bisa menyesuaikan dengan era tersebut, penemuan-penemuan dilakukan makin berkembang dan memberikan sesuatu yang baru dari hari ke hari.

Perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk atau jasa berlombalomba mengimplementasikan strategi komunikasi pemasaran guna menarik minat masyarakat dan mempertahankan loyalitas konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap. Karena persaingan yang ketat

mengharuskan semua perusahaan melakukan berbagai cara dalam menarik konsumen salah satunya yaitu dengan menggunakan media sosial yang saat ini menjadi salah satu media yang sangat vital. Loyalitas konsumen atau kesetiaan terhadap perusahaan yang dilakukan seseorang dengan cara melakukan pembelian produk maupun jasa secara konsisten atau berulang kali menjadi salah satu target atau tujuan yang dijalankan strategi komunikasi pemasaran khususnya dalam promosi atau periklanan.

Melalui aplikasi Instagram banyak pengusaha yang mengandalkan aplikasi tersebut untuk memperkenalkan produk ataupun jasa yang ingin dipasarkannya, dan Instagram pun mendukung para pengusaha yang ingin memasarkan produk atau jasanya dengan memberikan akses khusus akun untuk berjualan, yang memiliki kegunaan yang berbeda dengan akun pribadi yaitu akun bisnis.

Vexia Pictures merupakan perusahaan yang menawarkan jasa fotografi kepada masyarakat atau konsumen yang ingin mengabadikan momen-momen penting dalam kehidupan pribadi mereka. Vexia Pictures dibentuk pada tahun 2016 awal

oleh pengusaha muda yaitu Renaldy Aprillio Kurman dan Muhammad Rifadhio. Sebelum Vexia Pictures dibentuk, mereka merupakan salah satu karyawan fotografi di perusahaan lain. Dan memutuskan untuk bekerja sama dan membuat sebuah perusahaan fotografi mandiri dan terciptalah Vexia Pictures yang masih berkembang hingga kini.

Vexia Pictures juga mengandalkan loyalitas konsumen yang pernah memakai jasa Vexia Pictures tersebut, dengan memberikan hasil yang sesuai di inginkan konsumen sehingga konsumen tersebut diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada relasi nya agar memakai jasa fotografi Vexia Pictures. Untuk menarik minat masyarakat juga Vexia Pictures memberikan tawaran-tawaran menarik yang disampaikan melalui sosial media Instagram dan diharapkan dapat menarik minat masyarakat terhadap persaingan yang ada di dunia bisnis modern ini, maka dari itu semua perusahaan harus inovatif agar tidak terhempas di persaingan bisnis modern ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi peneliti sendiri, wawasan yang luas serta pengalaman yang berharga bagi peneliti dalam mempraktekan ilmu yang selama ini diterima secara teori ataupun secara praktek di universitas Langlangbuana ini. Penelitian ini pun sebagai bukti hasil yang telah dipelajari di ilmu *public relations* yang telah peneliti pelajari selama perkuliahan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi, terlebih komunikasi interaksi simbolik dalam membentuk konsep diri. Selain itu dari penelitian yang

telah dilakukan dapat memberikan pengetahuan komunikasi antar pribadi dan komunikasi interaksi simbolik.

## 2. Metode Penelitian

Metode yang di terapkan oleh penulis selaku peneliti merupakan metode analisis isi kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat intepretif (menggunkan penasiaran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya. Penggunaan berbagai metode ini sering disebut triangulasi, dimaksudkan agar peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif (holistik) mengenai fenomena yang ia teliti. Sesuai dengan prinsip epistemologisnya, peneliti kualitatif lazim menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami atau menafsirkan, fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal-hal tersebut (Denzim dan Lincoln, 2009:3)

Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah suatu kasus secara intensif, mendalam, mendetail dan komperehensif. Studi kasus bisa dilakukan terhadap individu, seperti yang lazim para ahli psikologi analisis juga terhadap kelompok, seperti yang dilakukan beberapa antropologi, sosiologi, dan psikologi sosial. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, berbagai variabelnya ditelaah dan ditelusuri, termasuk kemungkinan hubungan antar variabel yang ada. Karenanya, penelitian suatu kasus bisa melahirkan pertanyaanpertanyaan yang bersifat eksplanasi. Akan tetapi, eksplanasi tersebut tidak dapat diangkat sebagai suatu generalisasi. Latar belakang kehidupan dan lingkungan seseorang

pecandu narkoba, kehidupan intern sebuah gang, pembentukan militansi pada suatu kelompok radikal, faktor-faktor yang melatar belakangi tingginya swadaya pembangunan suatu desa, merupakan suatu contoh dari topik telaah suatu studi kasus.

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi *purposive*. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa mereka adalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah karyawan aktif jasa fotografi Vexia Pictures.

### **3. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Foto merupakan salah satu media gambar yang di gunakan untuk menyimpan momen penting yang tidak akan terjadi lagi, saat ini sebuah foto dimanfaatkan para pengusaha agar dapat memperkenalkan produk atau jasa nya melalui Instagram, karena Instagram merupakan media sosial yang tujuan utamanya merupakan berbagi foto dengan sesama pengguna nya, jadi para pengusaha harus dapat menampilkan foto terbaik agar dapat menarik perhatian masyarakat. Khusus nya Vexia Pictures yang merupakan salah satu jasa fotografi yang memanfaatkan media sosial Instagram untuk memperkenalkan jasa fotografi nya. Pengeditan merupakan suatu hal yang krusial dalam pengunggahan foto di Instagram, tanpa adanya pengeditan dari sebuah foto, foto tersebut akan terasa hambar dan tidak begitu menarik, maka dari itu adanya pengeditan merupakan cara agar foto

terlihat lebih baik dan menarik untuk dilihat, apalagi sebuah jasa fotografi tentunya harus bias membuat sebuah foto yang terlihat biasa saja menjadi lebih unik dan menarik agar masyarakat khususnya para pengguna Instagram merasa tertarik untuk melihat karya-karya nya tersebut, dan Vexia Pictures merupakan salah satu jasa fotografi yang menerapkan cara pengeditan agar foto tersebut dapat menarik netizen.

Foto atau fotografi sesuai dengan teori mengenai fotografi Sudarma Bahwa media foto adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Media foto atau istilah dengan fotografi merupakan sebuah media yang bisa digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting. Dengan sebuah teknik fotografi yang baik, seseorang dapat memberikan sebuah pesan yang tergambar dari sebuah foto dan orang yang melihat pun dapat mengerti apa yang di sampaikan oleh orang tersebut, seperti halnya Vexia Pictures yang merupakan jasa fotografi yang harus bisa memberikan pesan dalam sebuah foto terhadap pengguna Instagram.

### **4. Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan, dapat disimpulkan bahwa dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram, Vexia Pictures bisa mempromosikan agar para pengguna Instagram dapat ditarik perhatiannya, dengan menunjukkan hasil-hasil foto yang bisa mengundang perhatian para pengguna Instagram, sehingga mereka dapat lebih mengetahui produk-produk jasa Vexia Pictures. Dan juga menata

halaman profil dengan baik sehingga para pengguna Instagram dapat memberikan opini yang positif.

Dalam pemanfaatan media sosial Instagram yang digunakan oleh Vexia Pictures, diharapkan mampu memberikan manfaat yang lebih lagi bagi masyarakat khususnya para pengusaha yang menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan dagangannya. Dan juga memberikan sebuah pengetahuan terhadap komunikasi pemasaran khususnya dalam melakukan promosi di Instagram. Yang benar-benar diterapkan oleh Vexia Pictures dalam mempromosikan jasanya melalui Instagram. Selain itu jasa fotografi Vexia Pictures harus terus tetap berusaha bersaing dengan kompetitor yang memiliki jasa serupa dengan melakukan promosi di Instagram yang lebih inovatif dan juga kreatif.

#### Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2010. Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- \_\_\_\_\_, Elvinaro dan Bambang Q Anes. 2014. Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Creswell, John W. 2013. *Research Design. Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Denzin, Norman K. dan Lincoln, Yvona S. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djatnika, Tjetjep. 2007. Komunikasi Pemasaran. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Gani, Rita dan Lestari, Kusuma. 2013. *Jurnalistik Foto: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kasali, Rhenald. 2005. Komunikasi Pemasaran. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Kismono, Gugup. 2001. Pengantar Bisnis Edisi Pertama. Yogyakarta. BPFE.
- Kotler, Phillip. 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.
- \_\_\_\_\_, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Charles W., Josep F. Hair. dan McDaniel, Carl. 2001. Pemasaran. Buku I Edisi Pertama. Penerjemah David Octarevia. Jakarta: Salemba Empat.
- Madura, Jeff. 2001. Pengantar Bisnis, Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Mulyana, Dedy. 2008. Metodologi Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Nurbenny. 2005. Model-Model Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sudarma, I Komang. 2014. *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Swastha, Basu dan Hani, T. Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE.

Yin, Robert K. 2013. *Studi Kasus Desain & Metode*. Bandung: RajaGrafindo Persada.