

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Imperial pictura adalah perusahaan yang bergerak di bidang fotografi, perusahaan ini menggunakan salah satu media sosial yakni instagram sebagai media komunikasi pemasaran. Produk-produk fotografi yang ditawarkan oleh imperial pictura diantaranya adalah fotografi pernikahan. Biasanya, genre ini mencakup foto pertunangan, *pre-wedding*, dan resepsi pernikahan serta Imperial Pictura mencakup Jenis fotografi Potrait dengan pengambilan gambar *close-up* seperti untuk foto lamaran kerja, biografi, dan wisuda. Imperial pictura terletak di Batas kota, Jl. Godean No.3, Kembang, Ngestiharjo, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Di sekitar Imperial Pictura sendiri juga terdapat beberapa foto studio seperti Empire Photography & Videography, Tugu Photo Art Digital, Warna Indonesia Photography Sangaji.



Gambar 1.1 Imperial pictura

<https://www.instagram.com/imperialpicturajogjakarta?igsh=MTduOW5venVzZWo4eQ==>

Komunikasi pemasaran merupakan strategi esensial bagi perusahaan untuk mengedukasi, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen tentang penawaran produk dan merek mereka, baik secara langsung maupun tidak langsung (Kotler & Keller, 2009). Ini bisa dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk media digital dan cetak. Saat ini, Instagram sangat relevan bagi vendor fotografi karena sifatnya sebagai platform berbagi

foto, yang ideal untuk memamerkan portofolio pekerjaan mereka sebagai bagian dari promosi. Penting juga untuk diingat bahwa setiap upaya komunikasi pemasaran harus mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi audiens target (Hamzah, 2020).

Di era digital ini, penggunaan media sosial Instagram telah menjadi sangat dominan, khususnya di kalangan vendor fotografi. Mereka kini beralih menggunakan Instagram sebagai sarana utama untuk promosi dan strategi pemasaran agar bisa menjangkau klien secara lebih luas, tidak terbatas pada satu lokasi saja, melainkan dapat diakses dari berbagai wilayah (Rahastine & Wulandari, 2020). Media sosial secara umum kini lebih dipilih karena menawarkan keunggulan dalam menyebarkan informasi dan promosi secara luas. Selain itu, platform ini juga memfasilitasi komunikasi jarak jauh dengan mudah berkat beragam fitur obrolan yang tersedia. Menurut Jose (2013), media sosial disebut sebagai *platform* yang mampu mempermudah terjalinnya hubungan antar individu. Instagram sendiri menjadi pilihan favorit bagi vendor fotografi karena menyediakan fitur-fitur yang lebih lengkap dibandingkan media sosial lain, terutama dalam mendukung konten visual berupa foto dan video (Rahastine & Wulandari, 2020). Semua ini tidak terlepas dari peran komunikasi sebagai jembatan untuk menyampaikan nilai-nilai yang ditawarkan oleh vendor kepada para klien mereka.

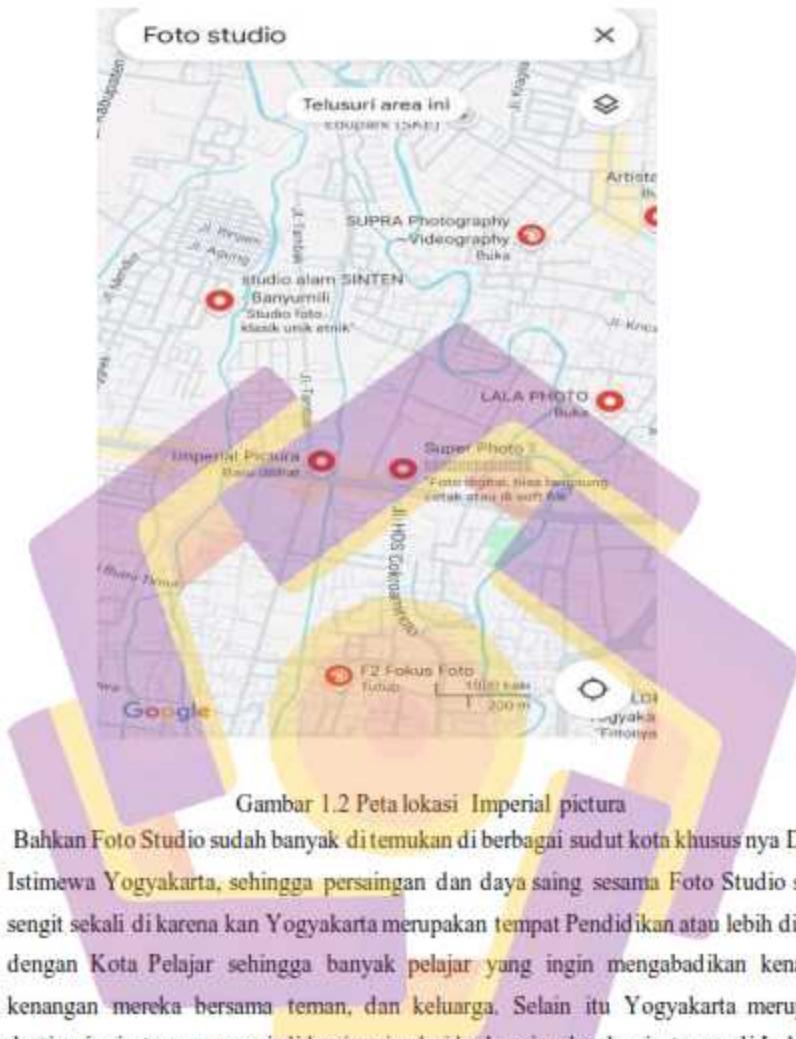
Instagram, sebuah platform media sosial yang populer dan telah berkembang menjadi wadah yang sangat berguna untuk komunikasi pemasaran, terutama untuk di bidang kreatif seperti fotografi dan videografi. Instagram memiliki beberapa fitur visual seperti *feed*, cerita, *reels*, dan *IGTV*, yang memungkinkan bisnis untuk menampilkan karya mereka, membangun citra, dan bermitra dengan target pasar. Indonesia memiliki lebih dari 100 juta pengguna Instagram aktif, menempati peringkat keempat di dunia, menurut data Hootsuite dan We Are Social (2024). Fakta ini menunjukkan bahwa Instagram adalah platform yang ideal untuk menjangkau konsumen secara langsung, cepat, dan efektif.

Sebuah akun jasa fotografi dan videografi yang bergerak di Yogyakarta, @ImperialPictura, menggunakan Instagram sebagai media utama untuk melakukan promosi. Dengan unggahan yang menarik dan professional, akun ini secara sistematis menampilkan beragam karya dokumentasi seperti pernikahan, *prewedding*, dan acara penting lainnya. Selain itu, fitur interaktif Instagram juga dimanfaatkan oleh @ImperialPictura untuk meningkatkan interaksi dengan audiens melalui polling, membalas komentar dan mengunggah testimoni klien. Strategi komunikasi pemasaran

ini menarik perhatian calon klien dan membangun hubungan emosional yang berkelanjutan.

Komunikasi pemasaran melalui Instagram yang dilakukan oleh @ImperialPictura ini mencerminkan pemanfaatan media digital secara optimal, di mana perusahaan jasa dapat membangun komunikasi dua arah dengan audiens serta memperluas jangkauan pasar tanpa batasan geografis. Selain itu, strategi ini juga berorientasi pada pembangunan citra dan kepercayaan konsumen melalui konten yang otentik dan konsisten. Oleh karena itu, menarik untuk dikaji lebih dalam bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh @ImperialPictura melalui Instagram, serta sejauh mana efektivitas pendekatan AISAS dalam mendukung keberhasilan komunikasi pemasaran di era digital.

Instagram sudah menjadi media promosi dan iklan bagi berbagai *platform* salah satunya adalah Imperial Pictura. Imperial Pictura memanfaatkan media Instagram sebagai media komunikasi pemasaran yang dimulai tahun 2010, media Instagram sendiri dianggap dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan untuk menggunakan jasa dari Imperial Pictura yang mempunyai berbagai konten-konten. Di Yogyakarta sudah banyak ditemukan berbagai jasa fotografi yang menawarkan produk dan jasanya, Imperial Pictura terletak di daerah Jalan Godean seperti di sekitar Imperial Pictura sendiri juga terdapat beberapa foto studio seperti Empire Photography & Videography, Tugu Photo Art Digital, Warna Indonesia Photography Sangaji.



Gambar 1.2 Peta lokasi Imperial pictura

Bahkan Foto Studio sudah banyak di temukan di berbagai sudut kota khusus nya Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga persaingan dan daya saing sesama Foto Studio sangat sengit sekali di karena kan Yogyakarta merupakan tempat Pendidikan atau lebih di kenal dengan Kota Pelajar sehingga banyak pelajar yang ingin mengabadikan kenang – kenangan mereka bersama teman, dan keluarga. Selain itu Yogyakarta merupakan destinasi wisata yang ramai di kunjungi dari berbagai pelosok wisatawan di Indonesia bahkan Manca Negara, oleh sebab itu Imperial Pictura hadir untuk menawarkan jasa dari Foto Studi yang dapat di temui di Jl.

Godean No.3, Kembang, Ngestiharjo, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Imperial Pictura berusaha mencoba hadir dan memberi warna yang baru di dunia Studio Foto khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta, Imperial Pictura berfokus pada foto pernikahan,foto studio, dan photoshoot.



Gambar 1.3 Hasil foto Imperial pictura

Fotografi adalah kegiatan menangkap gambar menggunakan kamera untuk menciptakan sebuah karya seni yang bisa dinikmati secara pribadi atau dibagikan kepada khalayak luas. Oleh karena itu, fotografi melibatkan beragam teknik yang memungkinkan terciptanya karya-karya menarik, mampu memikat berbagai kalangan, dan pada akhirnya dapat dinikmati bersama. Sebuah foto juga bisa berfungsi sebagai media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan atau ide kepada orang lain (Sudarma, 2014:2). Lebih dari itu, fotografi menjadi wadah ekspresi kreatif bagi para fotografer yang berupaya menorehkan ciri khas mereka, membentuk identitas unik pada setiap karya foto yang dihasilkan. Hal ini juga menjadi bagian dari upaya seorang fotografer untuk menemukan identitas pribadinya melalui karyanya.

Di era digital saat ini, peran fotografi semakin signifikan seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana berbagi informasi dan ekspresi diri. Media sosial seperti Instagram menjadi wadah utama bagi para pelaku fotografi untuk mempublikasikan karya, membangun portofolio, serta menjangkau pasar yang lebih luas. Kemudahan dalam mengakses dan menyebarkan konten visual menjadikan Instagram sebagai platform strategis dalam pengembangan karier maupun bisnis di bidang fotografi.

Bagi studio foto profesional seperti @ImperialPictura, fotografi tidak hanya menjadi medium artistik, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam membangun komunikasi pemasaran. Melalui unggahan foto-foto hasil dokumentasi pernikahan, prewedding, dan berbagai acara lainnya, studio ini menyampaikan kualitas jasa yang ditawarkan, menggambarkan gaya visual yang menjadi ciri khas mereka, serta

menciptakan impresi profesional kepada audiens. Dengan pendekatan komunikasi visual yang kuat, Imperial Pictura berupaya menarik perhatian calon klien dan membentuk kepercayaan terhadap merek yang mereka bangun.

Perkembangan teknologi telah menjadikan fotografi semakin digemari masyarakat, terutama dengan hadirnya kamera digital. Teknologi ini telah mempermudah proses pengambilan dan pembuatan foto, sehingga memicu munculnya banyak fotografer baru. Menurut Prabowo et al. (2022), selera dan jiwa seni adalah dua aspek kunci yang harus dimiliki seorang fotografer untuk mencapai keberhasilan. Dengan selera seni yang baik dalam mengatur pencahayaan dan komposisi, hasil foto akan memiliki nilai keindahan yang tinggi. Oleh karena itu, kehadiran fotografer profesional sangat dibutuhkan dan dipercaya konsumen untuk mengabadikan setiap momen penting. Hasil karya yang memuaskan dari fotografer akan membawa kepuasan bagi para klien.



Gambar 1.4 Hasil foto Imperial Pictura

Seni fotografi di Yogyakarta telah menunjukkan perkembangan pesat dan menarik banyak peminat. Hal ini tidak hanya terlihat dari peningkatan jumlah anggotanya, tetapi juga dari kualitas karya yang dihasilkan. Fenomena ini mendorong banyak fotografer profesional untuk membentuk grup atau tim bersama rekan-rekan mereka, guna mempermudah dan mengoptimalkan pekerjaan. Hal itu memicu pesatnya teknologi digital dan perkembangan mengubah cara dan kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi informasi dan berita. Ketersediaan sumber berita dan informasi yang variatif membuat masyarakat dihadapkan banyak pilihan platform dan konten yang mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Kondisi tersebut mengarahkan kita pada pertanyaan tentang jenis dan jumlah media yang dipilih, serta bagaimana pola konsumsi media di tengah lautan pilihan media yang tersedia.

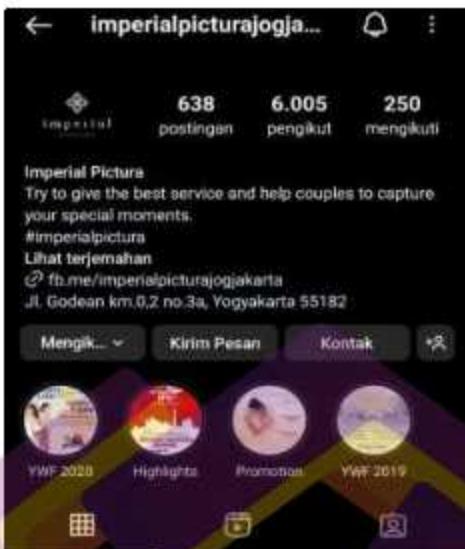
Instagram adalah salah satu media sosial yang berkembang sangat pesat dan dapat dimanfaatkan secara efektif sebagai media pemasaran langsung. Melalui *platform* ini, berbagai produk barang atau jasa dapat ditawarkan dengan cara mengunggah foto atau video singkat. Hal ini memungkinkan calon konsumen untuk dengan mudah melihat dan meninjau beragam jenis barang atau jasa yang sedang dipromosikan.

Dalam dunia bisnis, kini media social banyak digunakan sebagai sarana penunjang berbagai sektor ekonomi salah satunya di sektor studio foto. Kemajuan teknologi internet semakin maju di semua khalayak masyarakat, hal tersebut berkembang semakin pesat dengan banyak masyarakat menggunakan smart phone di kalangan tua ataupun muda. Dengan adanya internet semakin memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi secara mudah tanpa adanya batasan jarak, dan dapat cepat mengetahui berbagai informasi yang tersebar di beberapa sosial media. Selain itu, media sosial juga salah satu bentuk kemajuan internet yang banyak memberikan dampak positif masyarakat.

Selain itu, media sosial juga salah satu bentuk kemajuan internet yang banyak memberikan dampak positif terhadap masyarakat. Dalam penelitian ini peneliti mengamati salah satu media sosial yang digunakan oleh Imperial Pictura dalam menjalankan perkembangan bisnis nya yakni media sosial Instagram.

Imperial Pictura berdiri sejak 12 November 2009, didirikan seorang fotografer bernama Paulus Singgih berada di Jalan Godean Km0,2 No.3a Yogyakarta.

Berfokus pada media instagram yang menunjang pemasaran bisnis dari studio foto oleh Imperial Pictura untuk menarik daya minat masyarakat, keunggulan dari studio foto ini adalah tempat yang sangat strategis yang berada tepat di bahu jalan sehingga dapat ditemukan dengan mudah serta di dukung dengan berbagai tempat yang cukup rama seperti Mcd, Manna Kampus serta beberapa coffeeshop yang menunjang keramaian di sekitar area studio foto tersebut. Account Instagram @ImperialPictura merupakan account bisnis milik Paulus Singgih yang dipergunakan sebagai media promosi dalam berbagi informasi mengenai produkproduk ataupun jasa yang ditawarkan. Bentuk informasi yang diberikan oleh account tersebut berisikan mengenai produk foto studio, foto prewedding, eventevent yang dilaksanakan oleh @ImperialPictura. Account Instagram @ImperialPictura saat ini telah memiliki jumlah followers 6.0240 serta unggahan sebanyak 638 foto.



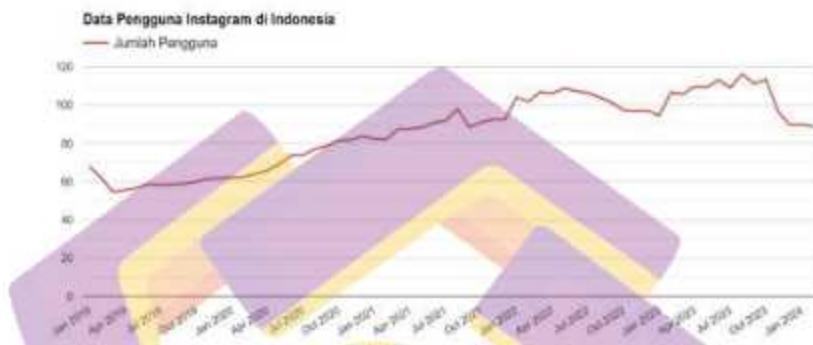
Gambar 1.5 Akun Instagram Imperial Pictura
<https://www.instagram.com/imperialpicturajogjakarta?igsh=MTduOW5venVzZWo4eQ==>

Anak muda di zaman sekarang menyukai fashion dan mengikuti tren di media sosial, sehingga mereka berlomba-lomba untuk terlihat menarik mata dan pandangan orang dari realita secara dunia maya. Anak muda sekarang menggunakan media sosial Instagram untuk mengabadikan momen dan update terlebih di bidang fotografi. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia pada tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII, maka tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4%. Dalam penggunaan internet, Gen Z (kelahiran 1997-2012) merupakan mayoritas dengan presentase 34,40%. Diikuti oleh Generasi Milenial (kelahiran 1981-1996) sebesar 30,62%.

Selanjutnya, Gen X (kelahiran 1965-1980) mencapai 18,98%, Post Gen Z (kelahiran setelah 2023) sebesar 9,17%, Baby Boomers (kelahiran 1946-1964) sebesar 6,58%, dan Pre Boomer (kelahiran 1945) sejumlah 0,24%.

Menurut laporan dari *We Are Social*, pengguna Instagram secara global telah mencapai 1,63 miliar per April 2023, menunjukkan peningkatan sebesar 12,2% dari tahun

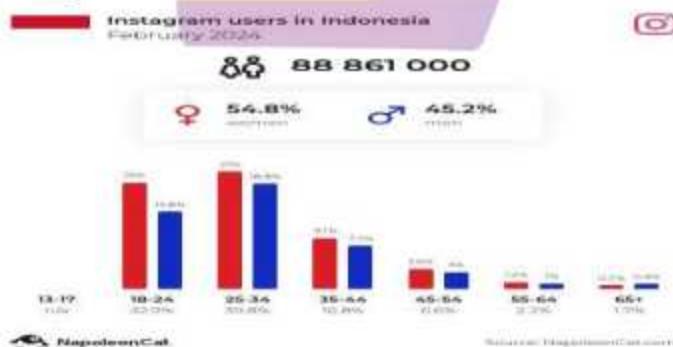
sebelumnya. Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram per April 2023 adalah 106 juta, menjadikan Indonesia sebagai negara keempat dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia. Maka dari itu banyak anak muda menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu media publikasi yang dapat diakses oleh siapa saja, dimana saja dan kapan saja, karena penyebarannya yang begitu cepat.



Gambar 1.6 Grafik Data Pengguna Instagram di Indonesia 2020

<https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>

Laporan terbaru dari NapoleonCat menunjukkan bahwa pada Februari 2024, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 88.861.000. Angka ini setara dengan 31,6% dari total populasi penduduk Indonesia. Secara demografis, mayoritas pengguna Instagram di Indonesia adalah wanita, dengan proporsi mencapai 54,8%. Sementara itu, kelompok usia pengguna Instagram terbesar di Indonesia berada pada rentang 25 hingga 34 tahun, yang jumlahnya mencapai 35.400.000 orang.



Gambar 1.7 Grafik Data Pengguna Instagram di Indonesia 2024

<https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>

Selain itu, terdapat perbedaan signifikan dalam jumlah pengguna berdasarkan gender pada rentang usia 18 hingga 24 tahun, di mana pengguna wanita lebih banyak hingga 12.300.000 orang. Pada akhirnya, kaum muda cenderung memilih Instagram sebagai media sosial utama karena fitur integrasinya. Fitur ini memudahkan pengguna untuk berbagi konten antarplatform dan meningkatkan koneksi di seluruh jaringan sosial. Pengguna Instagram dapat menemukan beragam konten menarik, mulai dari gambar yang estetis hingga video yang menginspirasi. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Stories, Reels, dan IGTV, pengguna bisa menjelajahi konten yang dibagikan oleh orang-orang di sekitar mereka, selebritas, serta akun bisnis yang relevan dengan minat mereka. Perlu dicatat juga bahwa Instagram memiliki peran besar dalam mendukung penggunanya untuk menjalankan dan mengembangkan bisnis.

Dengan memanfaatkan Instagram, para pelaku bisnis memiliki peluang besar untuk mempromosikan beragam produk. Ini mencakup barang konsumsi, makanan, destinasi kuliner, toko dan pabrik, hotel, tempat liburan dan pariwisata, serta berbagai jenis bisnis lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Melihat potensi ini, banyak pelaku bisnis kini mengubah strategi pemasaran konvensional mereka ke arah Digital Marketing menggunakan Instagram untuk menawarkan dan menjual produk serta layanan. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran signifikan, di mana media sosial lebih dipilih sebagai platform pemasaran produk dibandingkan situs web perusahaan. Banyak bisnis yang bahkan mengklaim bahwa Instagram sangat efektif dalam memperluas jangkauan merek dan meningkatkan angka penjualan.

Instagram menawarkan jenis konten yang lebih menarik secara visual, sehingga menghasilkan tingkat keterlibatan (*engagement*) yang lebih tinggi dibandingkan dengan platform media sosial lainnya. Ini memberikan peluang besar bagi para pelaku bisnis, sebab pasar yang terbuka lebar dapat dijangkau tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Tren yang sedang berkembang belakangan ini adalah melibatkan influencer atau selebgram untuk mempromosikan produk kepada pengikut mereka. Mengingat jumlah pengikut para *influencer* ini yang sangat besar, jangkauan pemasarannya pun menjadi jauh lebih luas.

Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung. Melalui Instagramlah produk barang/jasa ditawarkan

dengan meng-upload foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang/jasa yang ditawarkan.

Dalam dunia bisnis, kini media sosial banyak digunakan sebagai sarana penunjang berbagai sektor ekonomi salah satunya di sektor studio foto. Kemajuan teknologi internet semakin maju di semua khalayak masyarakat, hal tersebut berkembang semakin pesat dengan banyak masyarakat menggunakan smart phone di kalangan tua ataupun muda. Dengan adanya internet semakin memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi secara mudah tanpa adanya batasan jarak, dan dapat cepat mengetahui berbagai informasi yang tersebar di beberapa sosial media. Selain itu, media sosial juga salah satu bentuk kemajuan internet yang banyak memberikan dampak positif masyarakat. Oleh sebab itu, dilihat dari data-data yang tercantum, media sosial Instagram sangat efisien digunakan untuk menjadi salah satu media pemasaran online.

Peneliti ingin mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Pictura imperial dalam Meningkatkan Minat Pelanggan pada sosial Instagram. Dalam menciptakan suatu strategi pemasaran di studio foto tersebut dapat menarik dari minat para calon konsumen ataupun pelanggan dalam menawarkan jasa foto. Promosi bertujuan untuk mengenalkan produk atau menawarkan jasa kepada calon pelanggan terutama di sosial media seperti Instagram, dengan beranggapan bahwa pengaruh dari promosi di sosial media itu sangat penting. Maka penulis ingin mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Pictura imperial dalam Meningkatkan Minat Pelanggan pada sosial Instagram yang di lakukan oleh studio foto Imperial Pictura di Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian Latar Belakang diatas, penulis merumuskan secara singkat bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran imperia Media Sosial Instagram dalam mempromosikan akun Pictura imperial

1. Mengapa Imperial menggunakan media Instagram sebagai media komunikasi pemasaran Digital?
2. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran Imperial Pictura di media Instagram dalam menarik minat pelanggan?

1.3 Tujuan Peneliti

Tujuan peneliti ingin Menjelaskan Dan Mengetahui strategi studio foto Imperial untuk meningkatkan eksistensi dan memperkenalkan kepada khalayak ramai agar masyarakat dapat menggunakan jasa @ImperialPictura melalui media sosial Instagram.

1. Menganalisis pemanfaatan Instagram oleh *Imperial Pictura* sebagai media komunikasi pemasaran, khususnya dalam menjangkau target pasar anak muda yang aktif menggunakan platform tersebut.
2. Mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan akun @ImperialPictura melalui Instagram dalam menarik perhatian dan minat calon pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini ada 2 kategori, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut uraian dari kedua manfaat tersebut adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a) Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan referensi terkait kajian komunikasi pemasaran di media Instagram.
 - b) Dapat dijadikan sebagai bahan bagi para pembaca yang ingin meneliti topik strategi komunikasi pemasaran fotografi melalui media sosial Instagram
2. Manfaat Praktis
 - a) Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan evaluasi dan masukan peneliti untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Imperial Pictura dan sekaligus masyarakat.
 - b) Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan agar pemasaran Imperial Pictura dapat diterima di masyarakat.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun karya tulis ilmiah ini, agar pembahasan terfokus pada pokok permasalahan dan tidak melebar ke permasalahan lain, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi landasan teori yang membahas mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran serta telaah penelitian yang berisi hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan oleh penulis, mulai dari pendekatan penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, hingga teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil analisis data secara kualitatif serta pembahasan mendalam yang telah dilakukan oleh penulis terhadap temuan di lapangan.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan penulis terhadap objek penelitian maupun pihak-pihak terkait lainnya.

