

STRATEGI KOMUNIKASI DEDE PHOTO STUDIO DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN MELALUI FACEBOOK DI SELUMA

Niken Larasakti¹, Miswanti²
Universitas Muhammadiyah Bengkulu
Nikenlarasakti991@gmail.com
miswantiyulibengkulu@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Dede Photo Studio Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Melalui Facebook Di Seluma . Pada kenyataannya tingginya persaingan bisnis penggunaan jasa Photo Studio Di Seluma . Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan Bagaimana Strategi yang di lakukan Dede Photo Studio Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Melalui Facebook. Penelitian ini menggunakan Teori strategi Komunikasi Marshal McLuhan yaitu “ *The Medium is The Mesagge*” yang artinya media itu sendiri memiliki pengaruh yang signifikan Dalam Membentuk Pemahaman Persepsi Masyarakat. Dalam teori strategi komunikasi dapat lebih mudah menjelaskan tentang bagaimana media (facebook) ini dapat memberikan pengaruh atau efek yang signifikan dalam Meningkatkan Minat Konsumen Dede Photo Studio. Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Sumber data dari penelitian ini adalah *Owner* dan Konsumen Dede Photo Studio. Serta Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil dari penelitian ini benar bahwa “ *The Medium is The Mesagge*” atau media platfrom facebook benar dapat memberikan pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan minat Konsumen serta Dede Photo Studio juga menerapkan strategi komunikasi melalui analisis SWOT dalam proses meningkatkan minat konsumen.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi. Studio Photo. Meningkatkan Minat Konsumen Melalui Facebook di Seluma.

COMUNICATION STRATEGY OF DEDE PHOTO STUDIO IN INCREASING CONSUMER INTEREST THROUGH FACEBOOK IN SELUMA

ABSTRACT

The background of this research is the strategy of Dede Photo Studio in increasing consumer interest through Facebook in Seluma. In reality, thre research problem is to describe how Dede Photo Studio's strategy in increasing consumer interest throught Facebook. This research uses Marshall McLuhan's communication strategy theory, "The Medium is The Mesagge, " which means that the medium itself has a significant influence on shapping public oreception. This communication strategy theory con more easily explain how the medium (Facebook) can significantly influence consumer interest in Dede Photo Studio . The research method used in this study is qualitative research with a descriptive approach. The data sources for this research are the owner and consumers of Dede Photo Studio. The data collection techniques used in this research are observation, interviews, and documentation. Based on the result of this study, it is true that “ *The Medium is The Message*,” or the facebook platfrom, can significantlyinfluence consumer interest. Additonally, Dede Photo Studio appliesa communication strategy through SWOT analysis in the process if increasing consumer interest.

Keywords : Communication Strategy, Photo Studio, and increasing Consumer Interest Through Facebook in Seluma.

PENDAHULUAN

Kebangkitan media sosial dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk maupun jasanya, karena media ini mengarah langsung kepada konsumen dan konsumen dapat berinteraksi dengan perusahaan tersebut melalui media sosial yang digunakan. Interaksi yang terjadi antara perusahaan dan konsumen melalui media sosial akan menimbulkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan, yang kemudian kepercayaan tersebut akan direfleksikan kepada konsumen lain.

Sesuai dengan teori yang pernah dikemukakan oleh Marshall McLuhan mengenai Technological Determinism yang didalamnya dikemukakan tentang “The Medium in The Message” (Media adalah pesan). Dia mengatakan bahwa yang mempengaruhi kita bukan apa yang disampaikan media tetapi jenis media komunikasi yang kita gunakan itulah yang mempengaruhi kita.

Keberadaan jejaring sosial menjadi fasilitas komunikasi digital bagi siapapun karena sifatnya yang murah dan mudah diakses. Jejaring sosial tersebut dapat membantu dalam mencari dan menyebarkan informasi secara luas, menarik partisipan dan membuat keputusan. Para pengguna media baru Facebook maupun Twitter yang memiliki pandangan berbeda terhadap perkembangan teknologi praktek online, mengakibatkan perbedaan fungsi atau penggunaan jejaring sosial tersebut. Melalui tangan para pengguna jejaring sosial yang memiliki pandangan yang berbeda tersebut, jejaring sosial tersebut dapat dimanfaatkan sebagai alat mobilisasi, koordinasi dan pembangunan komunitas secara online. Kemampuan internet dalam penyebaran informasi dan melaporkan peristiwa dimanfaatkan oleh sebuah organisasi yang bernama.

Komunikasi merupakan aktifitas yang penting dilakukan oleh manusia dalam masalah apapun termasuk perusahaan. Ketika menyampaikan ide-ide atau gagasan yang ada dalam pemikiran seorang, dalam kehidupan organisasi, komunikasi sangat diperlukan dan berlangsung di dalamnya jika tidak ada proses komunikasi dalam masalah apapun di sebuah perusahaan, maka tujuan komunikasi dalam sebuah perusahaan tidak akan tercapai, salah satu alat alternatif komunikasi yang biasa orang gunakan adalah media sosial.

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku berjudul Dimensi Dimensi Komunikasi menyatakan bahwa “Strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communications planing*) dan manajemen (*comunication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu waktu tergantung dari situasi dan kondisi. Banyak orang menggunakan media sosial dengan berbagai kepentingan didalamnya dengan berbagai macam orang dapat menjangkaunya. Awal mula era komunikasi dan digitalisasi digunakannya media sosial, sebelum platform media sosial Instagram, facebook, whatshap, yang saat ini menduduki pasar teratas salah satunya adalah melalui aplikasi Friendster di tahun 2002 yang mana penggunaan Friendster. Kita pun mengenal beberapa media sosial baru seperti facebook, path, twitter, whatsapp, line, Instagram, dan yang terbaru adalah tiktok. Media sosial Facebook di tahun 2006 yang secara umum diluncurkan dan dapat digunakan masyarakat dunia sebagai media sosial dengan kebaruan fitur yang lebih menarik, hingga di tahun 2012 facebook membeli.

Strategi adalah rencana yang menyeluruh dan terpadu mengenai kegiatan-kegiatan utama perusahaan yang akan menentukan keberhasilannya untuk mencapai tujuan pokok dalam

lingkungan yang penuh tantangan. Suatu strategi terdiri dari beberapa taktik. Strategi bersifat umum, mendasar, dan berjangka Panjang. Fotografi merupakan salah satu di antara subsector industry kreatif yang akan di kembangkan oleh pemerintah Indonesia yakni arsitektur desain fashion film , video, fotografi,kerajinan,layanan layanan computer serta pertelevisian dan radio.subsektor subsector ekonimo kreatif di Indonesia sangat berkembang pesat selain kuliner,fashion,dan karya, salah satunya adalah subsector fotografi di gandarungi fotografer professional phenomena ini muncul pada saat orang orang senang mengabadikan momen,di mana mereka merasa puas jika hasil dari momen itu di ambil dengan menggunakan kamera professional tidak sedikit orang- orang rela mengeluarkan uang lebih untuk mengabadikan foto Bersama keluarga, teman dan lainnya.

Namun dengan adanya inovasi dan kreatifitas, banyak orang orang beinovasi dalam usaha kreatif fotografi dengan konsep yang di berikan lebih inovatif. Dede Studio adalah salah satu Photo Studio yang bergerak dibidang fotografi di kabupaten seluma tepatnya di Desa Tenangan Kecamatan seluma Timur. Sejak tahun 2008 lalu terhitung kurang lebih 10 (sepuluh) studio di kabupaten seluma yang telah menyediakan jasa photo, jumlah ini tentunya akan semakin meningkat dan persaingan persaingan akan semakin pesat pula, hingga data yang penulis peroleh jumlah Studio yang ada di Kabupaten Seluma saat ini sudah mencapai 52 Studio yang sudah beroperasi , dengan adanya persaingan persaingan tentu setiap studio memiliki caranya tersendiri agar mampu mengimbangi ketertinggalan ketertinggalan yang ada, dengan kemajuan teknologi banyak studio studio yang memanfaatkan peluang promosi menggunakan sosial media. Salah satunya adalah media sosial Facebook . Dede Studio melakukan promosi melalaui facebook sejak 7 (tuju) tahun tepatnya di mulai dari tahun 2017 hingga sekarang di tahun 2024. Dede Photo Studio awal mulanya baru memiliki sekitar 140 (seratus empat puluh) orang pengikut /like hingga berkembang sampai sekarang di tahun 2024 sudah mencapai 4.360(Empat Ribu Tiga Ratus Enam Puluh) pengikut.

Studio ini menyadari bahwa perkembangan teknologi dan persaingan pasar terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu, sehingga dibutuhkan strategi komunikasi yang tepat dan mampu menjembatani proses marketing antara studio dan masyarakat. Strategi yang dipilih oleh Dede photo studio adalah dengan pemanfaatan media sosial facebook sebagai wadah menarik minat pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi yang di lakukan oleh Dede photo Studio dalam meningkatkan minat konsumen melalui Facebook, Permasalahan ini di latar belakang, bagaimana fakta yang terjadi di lapangan , melihat bagaimana upaya dede studio melakukan komunikasi agar bisa menarik pelanggan, sesuai dengan fakta yang penulis teliti sebelum adanya media komunikasi sosial media dede studio masih di kategorikan minim peminat, bahkan banyak belum di kenal orang.

Didalam promosi terdapat unsur menunjukkan kelebihan produk, dan dalam syari'at islam seseorang dibolehkan menyebutkan keistimewaan dan kelebihan yang ada pada dirinya ketika ada masalah besar yang mendorong hal tersebut. Misalnya untuk memperkenalkan diri kepada orang yang belum mengenalnya atau kemaslahatan lain yang sejenis Rasulullah SAW juga

memberikan contoh kepada kita agar memisahkan antara barang yang mempunyai kualitas baik dan yang mempunyai kualitas kurang baik selain itu beliau juga membedakan harga sesuai dengan kualitas produknya. di antaranya bisa kita lihat dalil dalam Al-Qur'an yang berkaitan dengan pemasaran Syariah dalam surah An-Nisa ayat 29 :

مَنْكُم نَرَا ض عَنْ تِجَارَةٍ تَكُونُ أَنْ إِلَّا بِالْبَاطِلِ بَيْنَكُمْ أَمْوَالُكُمْ تَأْكُلُوا لَا تُؤْأَلِ أَمْ الْذِينَ يَأِيْهَا
رَجِيْمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ ۖ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا

''Hai orang orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama sukadi antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha penyangg kepadamu. (QS.An-Nisa:29)

Melihat dari pernyataan di atas, bisa di ambil sebuah pernyataan bahwa seseorang atau sebuah perusahaan boleh memasarkan atau mempromosokin sebuah barang ataupun jasa agar dapat memikat minat dari konsumen sehingga terjadinya kecocokan atau ketertarikan dalam sebuah barang yang di di promosikan.dalam trik memikat konsumen sebuah perusahaan boleh melakukan promosi bahkan menonjolkan kualitas sesuatu yang hendak di promosikannya terhadap khalayak, agar dapat menarik minat dari konsumen, seperti yang di lakukan oleh Dede Photo Studio dalam melakukan promosi melalui facebook.

Salah satu metode yang bisa di dimanfaatkan di zaman teknologi saat ini adalah dengan melakukan promosi menggunakan sosial media dan menjalin komunikasi yang akurat kepada calon konsumen dengan berkomunikasi secara online tanpa harus bertatap muka. Salah satunya bisa menggunakan platfrom Facebook, dengan memanfaatkan media media canggih pada saat ini, studio studio bisa melakukan promosi atau update status agar bisa menarik minat dan meningkatkan minat pelanggan dengan menggunakan teknologi dan sumber daya yang ada, dan mengapa Dede Photo Studio lebih memilih menggunakan facebook, sedangkan masih banyak aplikasi media media sosial yang sudah lebih update di zaman sekarang.

METODE

Dalam penelitian ini peneliti memilih jenis peneleitian Kualitatif dengan pendekatan deskriptif, karena masalah yang diteliti peneliti yaitu menemukan konsep promosi meningkatkan minat pelanggan Dede Photo Studio dalam menggunakan Facebook Oleh karena itu, bahan penelitian ini adalah informasi naratif yang diperoleh melalui obesrvasi , wawancara dan penelitian documenter. Metode kualitatif mengacu pada strategi penelitian, seperti observasi penelitian,wawancara mendalam , partisipasi total kedalam aktifitas yang di selidiki , kerja lapangan dan sebagainya, yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi dari tangan pertama mengenai masalah sosial empiris yang hendak di pecahkan dalam penelitian ini. Metodologi kualitatif memungkinkan peneliti mendekati data sehingga mampu menggabungkan antar komponen komponen keterangan yang analisis, konseptual dan kategori dari data itu sendiri. Analisis data yang di lakukan bersifat induktif berdasarkan fakta fakta yang di temukan dilapangan dan kemudian di konstruksikan menjadi hipotesis atau teori. Pendekatan deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan di teliti secara menyeluruh,luas,dan mendalam. Metode ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat.Dalam pengumpulan datanya lebih ia lebih menitikberatkan pada observasi lapangan dan suasana alamiah . Sehingga data yang di dapat akan lebih lengkap, lebih mendalam , kredibel dan

lebih bermakna , serta tujuan dari penelitian tercapai. Metode ini di pilih diharapkan agar mampu mendeskripsikan Strategi Komunikasi Dede Photo Studio Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Melalui Facebook di Seluma.

HASIL DAN PENELITIAN

Dede Photo Studio adalah salah satu studio foto yang terbilang sudah cukup lama di dirikan ,mulai merintis dari alat seadanya dan belum begitu di minati konsumen bahkan sangat minim konsumen, namun dengan kegigihan dan proses demi proses yang ia tekuni sekaligus menyalurkan hobi ya menjadi seorang Fotografer sehingga studio nya memiliki kemajuan yang secara bertahap , mulai dari tahun 2008 sampai 2012 Dede studio dalam kondisi yang sangat sulit bahkan proses merangkak untuk berkembang dan belum mengenal yang namanya facebook hanya saja menggunakan via SMS dan Telpon Seluler , Dede Studio juga hanya mengandalkan interaksi secara individual dan penyampaian dari satu orang konsumen ke calon konsumen lainnya, hingga tahun 2014 sudah mulai maraknya penggunaan media sosial yang canggih , namun Dede Studio belum memanfaatkan platform tersebut, Beliau masih menggunakan media yang manual, sehingga pada tahun 2017 tepatnya di bulan April Dede studio mulai memanfaatkan platform media sosial Facebook untuk media Promosi hasil karya nya, yang awal mulanya baru memiliki sekitar 140 (seratus empat puluh) orang pengikut /like hingga berkembang sampai sekarang di tahun 2024 sudah mencapai 4.360(Empat Ribu Tiga Ratus Enam Puluh) pengikut serta Dede Photo Studio memiliki anggota fotografer yakni 2 orang dan owner Dede Studio juga berperang sebagai fotografer sekaligus editing videografi yang mempromosikan hasil kerja melalui media facebook.

Dede Photo Studio merupakan Studio dengan layanan Fotografi dan Videografi dalam menggapai minat dan ketertarikan minat konsumen, Dede Studio memiliki layanan produk unggulan yang di tawarkan kepada khalayak / masyarakat yakni layanan *Foto Studio, Wedding/Prewedding, graduation,family,videography.*, Dede Studio juga memiliki beberapa alat Studio seperti berbagai macam model Camera, camera sorot, ruang editing, dan ruang Studio foto, dalam hal ini terdapat 7 Ruangan Photo Studio dan 1 (satu) ruangan editing dan 8 buah Kamera serta 3 buah kamera sorot seperti kamera, lensa yang sesuai, lampu studio, *softbox, flash eksternal, standart reflektor, umbrella, kabel sinkronisasi, trigger, difuser, honeycomb, beauty dish, tripod, remote receiver, light metering, cable release, background, rolling background, background bar, property*, computer. Sehingga dengan penggunaan semua peralatan tersebut dapat menghasilkan foto yang bagus.



Gambar 1. ruang editing beserta alat Studio



Gambar 2. Ruang Studio Photo

Lokasi Dede Photo Studio yaitu beralamatkan di jalan Poros Desa Tenangan No. 26, Kecamatan. Seluma Timur, Kabupaten. Seluma, Prov. Bengkulu. Kode Pos.38872 Atau di dekat SMPN 37 Tenangan Seluma Timur. Dalam bahasan hasil penelitian ini dengan menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif yang mana bentuk penelitiannya yaitu menggunakan pedoman wawancara kemudian observasi dan bertanya langsung kepada *Owner* atau pemilik Dede Studio serta beberapa Konsumen dari Dede Photo Studio.dalam hal ini 6 (Enam) pertanyaan terkhusus untuk pemilik studio dan 4 (Empat) pertanyaan untuk Konsumen Dede Studio. Berdasarkan penelitian yang di laksanakan pada hari Kamis tanggal 20 february 2024 hingga selesai, untuk mengetahui Bgaimana Strategi Komunikasi Dede Photo Studio Dalam Meningkatkan Minat Konaumen Melalui Facebook.

Tabel. 1
Data Informan

No	Nama	Instansi	Alamat	Umur
1.	Agus Syahfudin	Pemilik Dede Photo Studio	Desa Tenangan	45 tahun
2.	Depitasari	Konsumen Dede Photo Studio	Pasar Seluma	29 tahun
3.	Siti nurhasana	Konsumen Dede Photo Studio	Desa Sukarami	19 tahun
4.	Widya Wulandari	Konsumen Dede Photo Studio	Desa Sukarami	19 tahun
5.	Heti Sukaisi	Konsumen Dede Photo Studio	Desa Sukarami	27 tahun

Dari data table di atas dapat di lihat beberapa nama nama yang peneliti ambil sebagai acuan bahan wawancara dalam hal ini peneliti menggunakan Teknik *Snowball Sampling*, *snowball sampling* adalah suatu pendekatan untuk menemukan informan-informan kunci yang memiliki banyak informasi dan dengan beberapa informan kunci bisa mewakili dan memenuhi kebutuhan

dari keabsahan data yang di inginkan. Dengan menggunakan pendekatan ini, beberapa responden yang di wawancari dalam penelitian ini dapat di anggap memenuhi syarat dan kebutuhan dalam penelitian.



Gambar. 3 wawancara owner Dede Photo Studio

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Dede Photo Studio Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Melalui Facebook?

Jawaban responden yang penulis wawancarai yaitu bapak Agus Syahfudin selaku pemilik dede photo studio, mengatakan bahwa :

” Untuk saat ini, Strategi komunikasi yang kami lakukan dalam menarik minat konsumen dengan metode promosi dan menggunakan pendekatan persuasive kepada calon konsumen, dalam hal ini promosi kita menggunakan saluran 3 media online yaitu Facebook, Watshhap, dan Instagram.”

Bapak Agus Syahfudin Kembali menambahkan jawaban dalam wawancara:

”dalam melakukan promosi, kami lebih dominan menggunakan facebook, startegi yang kami gunakan yaitu dengan cara memposting hasil karya kami yang berbagai macam hasil karya poto yang sudah di edit melalui media facebook serta menambahkan sedikit caption dalam postingan dan tidak lupa mencantumkan nomor telp/wa dan hasil karya segera di publis, sehingga dapat di lihat oleh banyak masyarakat umum khususnya kalangan muda, biasanya setelah kami memposting hasil karya dari studio kami calon konsumen ada yang mengomentari postingan atau langsung menjapri melalui messengger di facebook atau chat watshaap, sehingga terjalinlah komunikasi kepada calon konsumen sebelum bertemu secara langsung.

Selain itu studio kami juga memperhatikan momentum apa yang saat ini sedang viral, misalnya momentum musim nikah, musim hunting, ataupun momentum studio foto untuk prewedding., dalam hal ini biasaya Dede Photo Studio lebih sering beroperasi di luar /outdoor, karena kebanyakan konsumen dari orang orang yang hendak melaksanakan pernikahan.

2. Bagaimana Strategi komunikasi Dede Photo Studio dalam menumbuhkan minat konsumen untuk menggunakan produk jasa dari Dede Photo Studio?

Jawaban responden yang penulis wawancarai yaitu bapak Agus Syahfudin selaku pemilik dede photo studio, mengatakan bahwa :

” Studio kami lebih dominan kebanyakan di minati oleh kalangan muda yang hendak melaksanakan presepsi pernikahan , namun ada juga siswa yang menggunakan jasa foto studio kami, Studio kami juga berada di pinggir jalan berdekatan dengan SMP dan sangat berdekatan dengan lingkungan masyarakat, dalam system menumbuhkan minat konsumen agar tertarik menggunakan jasa dari studio, kami menyediakan jasa dengan berbagai variasi paket dan bonus yang bisa konsumen pilih, salah satunya yaitu bisa langsung foto sekaligus cetak foto ataupun langsung cetak undangan.

” Studio kami juga memperhatikan peluang pemasaran, berhubung studio kami tempat nya lumayan strategis gampang untuk di temui oleh karena itu studio kami lumayan mudah di temui oleh kalangan masyarakat. Dalam menumbuhkan kesadaran konsumen kami tidak menggunakan promo diskon, potongan harga, atau sejenisnya yang bisa menurunkan harga pasaran foto hanya demi untuk menarik perhatian konsumen, Nmun di sini kami sudah menyediakan jasa foto dengan konsep promosi sesi foto paketan, semakin besar bajet dana di keluarkan maka semakin bagus kualitas foto yang di hasilkan serta semakin banyak pula bonus bonus yang di dapatkan di setiap masing masing paket yang di promosikan, kenapa kami melakukan strategi demikian , supaya konsumen bisa tertarik sesuai dengan kualitas yang di dapatkan, sehingga bisa sadar bahwa Dede Photo Studio memiliki keunggulan dan kualitas tersendiri tanpa di iming iming dengan potongan harga.

Bapak Agus Syahfudin kembali menambahkan dalam wawancara :

” Selain menawarkan bonus dalam setiap peket yang di pilih kami juga memiliki strategi tersendiri untuk menumbuhkan kesadaran calon konsumen, yakni dengan menggunakan proses komunikasi yang efektif dalam hal ini owner harus tetap bersikap ramah meskipun kebanyakan konsumen hanya sekedar betanya saja serta harus menunjukan respon yang epektif untuk menumbuhkan rasa kenyamanan calon konsumen dalam berkomunikasi melalui facebook sebagai jembatan awal bernegoisasi sebelum menentukan sebuah keputusan secara langsung.



Gambar. 4 hasil photo studio untuk kalangan Remaja



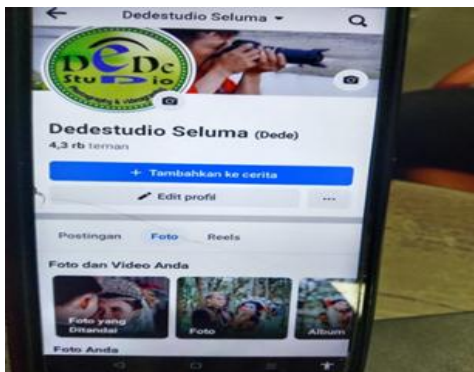
Gambar. 5 Photo kalangan anak Smp

3. Mengapa Dede Photo Studio Lebih Memfokuskan Promosi Dengan Menggunakan Facebook Ketimbang Menggunakan Aplikasi Yang Lain? Serta Bagaimana Dampak Yang Di Timbulkan Dalam Melakukan Promosi Yang Di Lakukan Oleh Dede Photo Studio Melalui Facebook?

Jawaban responden yang penulis wawancarai yaitu bapak Agus Syahfudin selaku pemilik dede photo studio, mengatakan bahwa :

”Yah seperti yang kita ketahui bahwa sekarang di mana mana kebanyakan orang lebih dominan menggunakan sosial media bukan hanya sekedar facebook saja namun ada juga Instagram, Whatsapp dan lain sebagainya, namun berhubung kita ini tinggalnya di Perdesaan dan akses internet yang kurang memadai untuk membuka aplikasi yang lainnya sehingga kebanyakan masyarakat kita di seluma ini terkhususnya anak-anak dan orang tua lebih banyak menggunakan media sosial facebook maka dari itu kita manfaatkanlah platform ini. Bapak Agus Syahfudin Kembali menambahkan dalam wawancara :

”Adapun dampak yang di timbulkan dalam melakukan promosi menggunakan facebook ini sangat lah membantu untuk meningkatkan popularitas dari hasil karya dari jasa Photo Dede Studio, sehingga dapat menampilkan kreasi dan kualitas hasil karya photo maupun editing video dari Dede Studio melalui gambar-gambar yang di posting di facebook, sehingga dapat di lihat dan di jangkau dengan lebih mudah oleh public atau masyarakat luas khususnya bagi anak muda yang bakal calon jadi pengantin, dalam hal ini Dede Photo studio lebih dominan memposting hasil karya foto tentang Prewedding ataupun Wedding Room, sehingga yang menjadi sasaran promosinya yaitu masyarakat ataupun kalangan anak muda yang usia matang untuk menginjak kejenjang pernikahan. , Selain itu kami dari Dede Photo Studio biasanya juga bekerja sama dengan jasa rias wajah (makeup).



Gambar. 6 Akun Facebook media promosi



Gambar. 7 Promosi melalui facebook

4. Apakah Dede Photo Studio Menampilkan Sesuatu yang unik ataupun trik dalam menarik minat konsumen, sehingga konsumen tertarik ingin memilikinya ?

Adapun jawaban dari responden bapak Agus Syahfudin selaku pemilik Dede Photo Studio dalam wawancara menyatakan bahwa :

”Tentu saja kami menampilkan suatu kreasi yang baru dan unik dalam melakukan promosi untuk menarik perhatian konsumen, terlebih lagi konsumennya di dominasi oleh anak muda yang notabene menyukai kreasi yang baru dan tren dalam pose dan penampilan berfoto, dalam hal ini kami menciptakan kreasi terbaru dalam pengambilan sesi foto untuk Prewedding, salah satunya di mulai dari lokasi pengambilan foto dan pakaian yang di gunakan, biasanya kami akan menyewa beberapa model untuk di jadikan bahan percobaan untuk menarik perhatian konsumen, salah satunya dengan melakukan sesi foto wedding dengan nuansa persawahan atau perkebunan dengan menggunakan busana yang tidak biasa,”

”Seperti yang kita ketahui kebanyakan orang melakukan sesi prewedding dengan menggunakan busana gaun yang cantik dan elegan, namun di sini kami mencoba kreasi baru dengan mencoba menggunakan pakaian yang biasa-biasa namun tampak elegan, seperti pakaian



DeDe Studio

Alamat: Desa Tenengeka Tca. Kelama Timur Kab. Suluwa

Tenengea, 16-10-2023

creates unforgettable moments

Nama : Rak Yono

Hand/HP : 18/Nov 2023

Np. 0873 8316 0873

Alamat : Purposari

Kedahutography  0812 4064-7079

DeDestudiostudio  0812 4064-7079

Kategori: Photo Studio, Prewedding, Wedding, Winda, Ulang Tahun, 18thn, Karsang, Hening, Video Shooting, dll.

Detail Photo: Mini-album 3 R sampai 52 R, Foto Photo, Cetak 4x6, Cetak 5x7, Cetak 6x9, Cetak 8x10, Cetak 10x15, Cetak 12x18, Cetak 15x20, Cetak 18x24, Cetak 24x36, Cetak 30x40, Cetak 36x48, Cetak 48x60, Cetak 60x80, Cetak 80x100, Cetak 100x120, Cetak 120x150, Cetak 150x200, Cetak 200x250, Cetak 250x300, Cetak 300x400, Cetak 400x500, Cetak 500x600, Cetak 600x800, Cetak 800x1000, Cetak 1000x1200, Cetak 1200x1500, Cetak 1500x2000, Cetak 2000x2500, Cetak 2500x3000, Cetak 3000x4000, Cetak 4000x5000, Cetak 5000x6000, Cetak 6000x8000, Cetak 8000x10000, Cetak 10000x12000, Cetak 12000x15000, Cetak 15000x20000, Cetak 20000x25000, Cetak 25000x30000, Cetak 30000x40000, Cetak 40000x50000, Cetak 50000x60000, Cetak 60000x80000, Cetak 80000x100000, Cetak 100000x120000, Cetak 120000x150000, Cetak 150000x200000, Cetak 200000x250000, Cetak 250000x300000, Cetak 300000x400000, Cetak 400000x500000, Cetak 500000x600000, Cetak 600000x800000, Cetak 800000x1000000, Cetak 1000000x1200000, Cetak 1200000x1500000, Cetak 1500000x2000000, Cetak 2000000x2500000, Cetak 2500000x3000000, Cetak 3000000x4000000, Cetak 4000000x5000000, Cetak 5000000x6000000, Cetak 6000000x8000000, Cetak 8000000x10000000, Cetak 10000000x12000000, Cetak 12000000x15000000, Cetak 15000000x20000000, Cetak 20000000x25000000, Cetak 25000000x30000000, Cetak 30000000x40000000, Cetak 40000000x50000000, Cetak 50000000x60000000, Cetak 60000000x80000000, Cetak 80000000x100000000, Cetak 100000000x120000000, Cetak 120000000x150000000, Cetak 150000000x200000000, Cetak 200000000x250000000, Cetak 250000000x300000000, Cetak 300000000x400000000, Cetak 400000000x500000000, Cetak 500000000x600000000, Cetak 600000000x800000000, Cetak 800000000x1000000000, Cetak 1000000000x1200000000, Cetak 1200000000x1500000000, Cetak 1500000000x2000000000, Cetak 2000000000x2500000000, Cetak 2500000000x3000000000, Cetak 3000000000x4000000000, Cetak 4000000000x5000000000, Cetak 5000000000x6000000000, Cetak 6000000000x8000000000, Cetak 8000000000x10000000000, Cetak 10000000000x12000000000, Cetak 12000000000x15000000000, Cetak 15000000000x20000000000, Cetak 20000000000x25000000000, Cetak 25000000000x30000000000, Cetak 30000000000x40000000000, Cetak 40000000000x50000000000, Cetak 50000000000x60000000000, Cetak 60000000000x80000000000, Cetak 80000000000x100000000000, Cetak 100000000000x120000000000, Cetak 120000000000x150000000000, Cetak 150000000000x200000000000, Cetak 200000000000x250000000000, Cetak 250000000000x300000000000, Cetak 300000000000x400000000000, Cetak 400000000000x500000000000, Cetak 500000000000x600000000000, Cetak 600000000000x800000000000, Cetak 800000000000x1000000000000, Cetak 1000000000000x1200000000000, Cetak 1200000000000x1500000000000, Cetak 1500000000000x2000000000000, Cetak 2000000000000x2500000000000, Cetak 2500000000000x3000000000000, Cetak 3000000000000x4000000000000, Cetak 4000000000000x5000000000000, Cetak 5000000000000x6000000000000, Cetak 6000000000000x8000000000000, Cetak 8000000000000x10000000000000, Cetak 10000000000000x12000000000000, Cetak 12000000000000x15000000000000, Cetak 15000000000000x20000000000000, Cetak 20000000000000x25000000000000, Cetak 25000000000000x30000000000000, Cetak 30000000000000x40000000000000, Cetak 40000000000000x50000000000000, Cetak 50000000000000x60000000000000, Cetak 60000000000000x80000000000000, Cetak 80000000000000x100000000000000, Cetak 100000000000000x120000000000000, Cetak 120000000000000x150000000000000, Cetak 150000000000000x200000000000000, Cetak 200000000000000x250000000000000, Cetak 250000000000000x300000000000000, Cetak 300000000000000x400000000000000, Cetak 400000000000000x500000000000000, Cetak 500000000000000x600000000000000, Cetak 600000000000000x800000000000000, Cetak 800000000000000x1000000000000000, Cetak 1000000000000000x1200000000000000, Cetak 1200000000000000x1500000000000000, Cetak 1500000000000000x2000000000000000, Cetak 2000000000000000x2500000000000000, Cetak 2500000000000000x3000000000000000, Cetak 3000000000000000x4000000000000000, Cetak 4000000000000000x5000000000000000, Cetak 5000000000000000x6000000000000000, Cetak 6000000000000000x8000000000000000, Cetak 8000000000000000x10000000000000000, Cetak 10000000000000000x12000000000000000, Cetak 12000000000000000x15000000000000000, Cetak 15000000000000

DeDe Studio Tenangan, 12-12-2023
 creates unforgettable moment!

Alamat: Desa Tenangan Kec. Seluma Timur Kab. Seluma
 Nama : *Amir* Hp: *083348518904* Kedaistudiography 0812-6564-7079
 Hari/Tgl : *12-12-2023* Alamat: *Desa Tenangan* Dadedstudio Seluma 0812-6564-7079

Melayani: Photo Studio, Prewedding, Wedding, Wisata, Ulang Tahun, Khitan, Keluarga, Hunting, Video Shooting, dll.
 Cetak Photo Muka ukuran 3 R sampai 32 R, Pas Photo, Cetak Undangan, Cetak Buku Yesi, Cetak Balho, dll.

BANYAK	JENIS ORDER	HARGA	JUMLAH
1	Photo wedding	-	1.500.000
200	Undangan blanko	-	240.000
Catatan: Akad nikah Pura: 28.000.000			
Spesifikasi order total dari pihak kami akan kami kirimkan yang dapat dipertanggungjawabkan, dan barang yang tidak akan kami terima dari pihak lain yang tidak sesuai dengan yang kami terima.		Penerima: <i>A</i> (Amir)	Harmonis: <i>J</i> (DeDe Studio)
		TOTAL	Rp. 1.740.000
		PANJARAN	Rp. 200.000
		SISA	Rp. 1.540.000

Gambar. 10 Kwitansi harg sesuai paket

6. Apakah Dede Photo Studio Mendapati Kendalah Yang Cukup Signifan Menmpengaruhi Proses Komunikasi dan Ketika sedang eroperasi di lapangan? Serta Kendalah Yang Bagaimana Biasanya Sering Terjadi.?

Adapun hasil wawancara kepada bapak Agus Syahfudin selaku pemilik Dede Photo Studio , menjelaskan bahwa:

“Dalam hal ini tentu saja kami sangat banyak sekali mengalami yang Namanya kendala, salah satunya kendala sinyal ya, harap di maklumi saja Namanya kita tinggal di pedesaan ya kan, kadang sinyal tidak normal, nah terkadang gara gara jaringan tersumbat membuat kita selow respon untuk berkomunikasi, sehingga mengakibatkan calon konsumen harus menunggu bahkan sampai ada yang tidak jadi, selanjutnya masalah yang kedua yaitu masalah kualitas kamera, terkadang kamera yang di gunakan secara mendadak eror sehingga hasil yang di dapatkan kurang bagus, dan kendala yang ketiga juga sering terjadi di lokasi lapangan yaitu, ketika sedang melakukan sesi pemotretan tiba tiba datang hujan sehingga mengakibatkan kamera rusak karena air, terkadang ada sebagian dari sepokok rumah menyiapkan tenda khusus untuk fotografer namun ada juga yang tidak.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara kepada beberapa konsumen untuk memperoleh hasil, yakni:



Gambar 11. Wawancara saudari Depitasari



Gambar 12. Wawancara saudari Heti Sukaisi



Gambar 13. Wawancara saudari Siti



Gambar 14. Wawancara saudari widya

1. Bagaimana proses saudara konsume tertarik untuk menggunakan jasa produk fotografi yang di jual dan di sediakan oleh Dede Photo Studio?

Adapun jawaban dari responden yaitu saudari Depitasari (29 tahun) selaku ibu rumah tangga yang pernah menjadi konsumen Dede Photo Studio dalam proses wawancaranya yaitu :

” yang pertama kami tau studio photo ini memang sudah sedari lama karena dahulu kakak saya pernah juga menggunakan jasa foto dari Studio ini, namun dahulu kualitas kamera yang di tampilkan belum se bagus yang sekarang, harap maklum lah dahulu hanya dengan alat kamera yang seadanya, namun setelah kami melihat updatean postingan terbarunya melalui facebook kami melihat banyak sekali perubahan dan kualitas yang sangat meningkat drastis, dari melihat postingannya yang biasa melakukan pemotretan di acara pernikahan, selain itu kami juga mendapatkan rekomendasi rekomendasi dari konsumen yang juga pernah menggunakan jasa fotografer dari dede photo studio.

Dengan melihat postingan hasil karyanya yang cukup menarik dan harga yang lumayan ramah di kantong untuk kami di kalangan masyarakat ,membuat hati tergerak untuk mencoba Kembali menggunakan jasa fotografer Dede Photo Studio untuk acara di pernikahan kami.

Hal lain juga di sampaikan oleh Saudari Heti Sukaisi selaku konsumen Dede Photo Studio dalam wawancara, mengatakan bahwa :

”Kalau alasan saya pribadi mengapa memilih Prewedding menggunakan jasa dari Dede Photo Studio, karena saya tertarik dengan cara pakayan dan cara pemotretannya yang unik unik, seperti kemarin saya melakukan sesi foto dengan spot foto di persawahan, sengan tema menjadi seorang petani, selain hasilnya sangat bagus dan menarik menurut saya, Owner Dari Studio inipun sangat ramah saat kami berbincang bincang menanyakan bagaimana kesepakatan yang harus kami sama sama setujui, yang membuat kami semakin tertarik dari studio ini, selain unik ownernya sangat welcome dalam merespon meskipun kami sebagai konsumen belum tentu bakalan jadi menggunakan jasanya, .

Selanjutnya tanggapan dari saudari Siti Nurhasana siswi SMA selaku konsumen dari Dede Photo Studio dalam Wwancaranya, mengatakan bahwa :

“ Untuk informasi awal kami melakukan pemotretan di Dede Photo Studio itu, kami mendapatkan informasi dari kawan sekelas kami yang sudah duluan berfoto di sana, mereka mengatakan kalo Dede Photo Studio udah buka spot foto studio untuk kita kalangan pelajar, awalnya kami kurang percaya, tapi teman kami juga merekomendasikan untuk mengecek di akun media sosial facebook ny untuk mmbuktikan bahwa mereka memang sudah pernah kesana, dan

hasilnya pun bagus dan cerah, dan lucu. Ya kira kira begitulah setelah kami melihat hasil dari foto teman kami, kamipun ikut tertarik juga.

Selanjutnya tanggapan dari konsumen saudari Widya Ulandari salah satu siswi SMA mengatakan bahwa :

“ Informasi awal bagaimana kami bisa mengetahui tentang Dede studio ini yakni dari kawan kawan yang memposting hasil fotonya melalui facebook dan mengetage akun sosmed facebook dari Dede foto studio tersebut, dan di sekolahan ada juga kawan kawan di kelas mengajak dan merekomendasikan untuk foto spot di Dede

2. Apakah saudari Konsumen puas dengan hasil produk dan pelayanan jasa dari Dede Photo Studio, dan apakah produk yang di tawarkan sesuai dengan harapan yang konsumen dapatkan sebelum memilikinya ?

Adapun jawaban responden dari saudari Siti Nurhasana dan widya Ulandari salah satu siswi dari SMA selaku konsumen dari Dede Photo Studio yang mengatakan bahwa :

”Tentunya kami sangat puas dengan hasil potretan dari Dede Photo Studio, mengapa saya katakana demikian , karena harganya terjangkau untuk kami kalangan anak SMA yang ingin mengabadikan momen Bersama kawan, selain itu juga Owner dari Dede Photo Studio itu sendiri sangatlah ramah, dan lokasinya pun tidak terlalu jauh untuk kami jangkau, selain itu fotografer-fotografer dari Dede Studio sangatlah asik dan humoris, sehingga kami tidak canggung untuk melakukan berbagai macam pose dalam pemotretan.

Selanjutnya responden Siti Nurhasana Kembali menambahkan dalam wawancaranya :

” Sebenarnya kami sangat puas dengan pelayanan yang di berikan, cuman kemarin saat prosesi pemotretan ada sedikit kendala mati lampu, di karenakan hujan deras, jadi mempengaruhi pencahayaan dan membuat kualitas poto kami agak redup, yah meskipun tidak semuanya, tapi sedikit sedih karena Sebagian tidak secerah dan sebgus dari awal kami pemotretan..

Hal lain juga di sampaikan oleh Saudari Widya Ulandari siswi SMA selaku konsumen dari Dede Photo Studio dalam wawancara, menyatakan bahwa :

”Menurutku Dede Studio ini sangat di rekomendasikan sih untuk kalangan anak muda khususnya seperti kalngan kami yang masih SMA ini, selain lokasinya dekat, di daerah kita khususnya di Tais kan baru Dede Studio yang menyediakan tepat spot foto untuk anak sekolahan, ya emang sih bukan hanya Dede Studio aja yang memiliki Studio tapi yang lain kebanyakan hanya terfokus dengan prewedding dan tidak menyediakan spot studio foto untuk anak anak SMA. Tentunya hal ini sangat membuat kami sangat terkesan bisa mengabadikan momen semasa SMA, terlebih lagi kami kan aktif dalam menggunakan media sosial, jadi dengan percaya diri bisa upload status dengan poto yang bagus, itung itung ikut mempromosikan dengan kawan kawan yang lain di mana studio foto tempat kami foto.

Selanjutnya pendapat dari saudari Depitasari selaku konsumen Dede Photo Studio dalam pernyataannya yakni :

“ Menurut saya hasil dari Photo prewedding pernikahan saya kemarin sangat sangatlah memuaskan mata untuk saya lihat, selain harganya merakyat hasil fotonya sangat bersih, namun standar orang pastikan berbeda beda , akan tetapi Ddede Photo Studio tidak kalah tinggal dengan Studio Studio yang di kenal modern sekarang, Ddede Photo Studio masih bisa mengimbangi persaingan persaingan ini, meskipun studio ini sudah lama.

Adapun Pernyataan yang hampir sama pula dari Konsumen Heti Sukaisi dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

“ selain harga terjangkau dan orangnya ramah saya dan keluarga sangat berterimakasih telah mengabadikan momen pernikahan sayaa kemarin dengan hasil yang bagus menurut saya, harga paket yang diberikan sesuai dengan hasil yang kami dapatkan.

3. Bagaimana saudara konsumen dapat memutuskan untuk menggunakan jasa fotografi dari Dede Photo Studio ? serta pertimbangan yang bagaimana sehingga saudara konsumen yakin untuk memutuskan untuk membeli dan menggunakan jasa produk fotografi dari Dede Photo studio ?

Adapun jawaban dari responden Heti Sukaisi selaku pengantin baru yang menggunakan jasa foto dari Dede Photo Studio , mengatakan bahwa :

“Ya tentunya sebelum kami memutuskan untuk memilih jasa foto dari Dede Photo Studio ini yang pertama banyak sekali pertimbangan pertimbangan yang harus kami pikirkan dan harus meminta persetujuan dari keluarga terlebih dahulu, mengingat acara kami bukan hanya sekedar acara serimonial melainkan acara yang sakral, dan tentunya untuk persiapan pernikahan kami juga membutuhkan yang namanya undangan untuk di sebar, nah berhubung dari Dede Photo studio ini menyediakan jasa foto bisa di boking secara paketan yang mana di setiap masing masing paket memiliki bonusnya masing masing sesuai dengan budget yang di keluarkan.

Selain itu yang membuat kami semakin yakin untuk menggunakan jasa dari Dede Photo Studio ini ialah, kita bisa sekaligus langsung cetak undangan, jadi kita tidak perlu lagi repot repot harus mencari tempat untuk mencetak undangan lagi kan, setidaknya kita sedikit di ringankan tidak perlu lagi memikirkan masalah undangan namun, kita hanya di minta mau sesi foto yang bagaimana, dan hasil foto yang mana yang akan di gunakan dalam mencetak undangan nanti.

Adapun jawaban dari saudara Depitasri selaku konsumen Dede Photo Studio dalam wawancaranya yakni :

“ Seperti yang sudah saya katakana dari awal bahwa Dede Photo studio ini memiliki kemajuan kualitas foto yang bagus bahkan unik dan harganya terjangkau untuk kami masyarakat desa dan sebelum sebelumnya keluarga sudah pernah juga menjadi pelanggan dari Dede Studio ini maka dari itu kami memutuskan untuk Kembali menggunakan jasa foto Dede Studio Kembali.

Selanjutnya tanggapan dari saudara Siti Nurhasana Selaku konsumen Dede Studio dalam wawancaranya yaitu :

“ Berhubung kami siswa semester akhir jadi kami berpikir untuk mengabadikan moment seragam sekolah masa masa masih SMA dan kebetulan di seluma ada spot Photo Studio yang harganya juga ramah di kantong jadi kami tertarik dan memutuskan untuk menggunakan jasa foto Tersebut.

Tanggapan Serupa pula yang di sampaikan oleh saudara widya Ulandari selaku konsumen Dede Studio dalam wawancaranya yaitu:

“ Kamikan siswa semester akhir jadi ingin mengabadikan momen, berhubung lagi viral viralnya spot foto yang unik unik untuk kalangan pelajar ya saya tertarik dan memutuskan untuk mengabadikan momen dengan kawan kawan dengan menggunakan jasa dari Dede Photo Studio, selain harga terjangkau hasilpun juga memuaskan.

4. Apakah produk jasa dari Dede Photo Studio dapat memenuhi kebutuhan saudara konsumen sehingga tidak menimbulkan penyesalan setelah menggunakan jasa dari produk tersebut ?

Adapun jawaban dari responden Heti Sukaisi dalam wawancaranya mengatakan bahwa :

“ Tentunya kami merasa puas dengan hasil dan pelayanan yang di dapatkan , mengapa demikian karena kita sebagai konsumen pastinya ingin mengabadikan momen sakral dengan hasil yang bagus kan, selain hasilnya mampu memuaskan hati yang melihat, saat melakukan sesi foto kami tidak di biarkan begitu saja dalam artian dalam setiap sesi foto, kami selalu di bombing dan di arahkan

bagaimana pose yang menarik serta setiap momen di acra kami kemarin di abadikan semua termasuk orang orang yang sedang bekerja , owner dan fotografinya sangat ramah Ketika di minta mengabadikan di setiap momen. Hingga kami selaku konsumen merasa benar benar puas dengan hasilnya.

Selain itu kami dari pihak pengantin pastinya sebelum melaksanakan resepsi dan setelah resepsi pastinya sangat sekali kebutuhan, seperti foto prewedding, foto untuk buku nikah , foto untuk undangan, serta album foto setiap mengabadikan momen, dan hasil yang kami dapatkan sangat sesuai dengan budget yang kami keluarkan kemarin yaitu memilih paket nomor 7 (tujuh) seharga Rp. 5.800(Lima Juta Delapan Ratus Ribu) kita sudah bisa mendapatkan Photo 3 rol+Album Semi Eksklusif, Undangan Eksklusif 1000 (seribu) lembar, Photo Sepuasnya, Video Full moment di save via flasdisk dan Bonus 1 photo 22R+bingkai, dan memang harga sesuai dengan hasil yang kita dapatkan.

Adapun tanggapan dari saudara Depitasri selaku konsumen Dede Photo Studio dalam wawancaranya yaitu :

“ Tentu kami dari pihak keluarga dan tentunya saya pribadi sangat merasa puas karena dalam momentum yang sakral bisa di abadikan dengan sangat bagus untuk memenuhi kebutuhan kami selaku pengantin sekaligus pelanggan Dede Photo Studio, pastinya setiap orang ingin mengabadikan momen momen bahagiannya dan memenuhi kebutuhan pribadinya agar bisa di lihat Kembali momen tersebut meskipun dalam bentuk gambar.

Selanjutnya Tanggapan dari Saudari Siti Nurhasana selaku konsumen Dede Photo Studio dalam wawancaranya yaitu :

“ Ya jelas sangat memenuhi kebutuhan kami untuk bisa mengabadikan momen Bersama kawan kawan dan hasilnya juga bagus.

Tanggapan serupa dari saudara Widya Wulandari selaku konsumen Dede Photo Studio dalam wawancaranya yakni :

“ sangat puas dan sangat memenuhi kebutuhan pribadi saya untuk bisa mengabadikan momen dengan kawan kawan, di rekomendasikan sih untuk yang lain karena harganya terjangkau.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan owner dan konsumen Dede Photo Studio dengan judul skripsi Strategi Komunikasi Dede Photo Studio Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Melalui Facebook di Seluma sebagaimana penelitian di lapangan maka peneliti akan membahas temuan tersebut.

penulis menjelaskan dan memaparkan beberapa hasil temuan data yang telah diteliti terkait strategi komunikasi untuk meningkatkan minat konsumen melalui facebook terhadap Dede Photo Studio. Dalam upaya menjelaskan dan mendiskripsikan bagaimana bentuk aktivitas strategi komunikasi Dede Photo Studio dalam meningkatkan minat konsumennya melalui facebook dengan menggunakan Strategi Marshall McLuhan “ The Medium Is The Message” .

Dalam penelitian ini proses pengumpulan data yang penulis lakukan yaitu dengan cara melakukan wawancara mendalam dengan owner dan konsumen Dede Photo Studio . Selain itu penulis juga melakukan observasi yang telah di lakukan selama penelitian terhadap Strategi Komunikasi Dede Photo Studio Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Melalui Facebook, untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang di lakukan oleh Dede Photo Studio dalam penggunaan media Facebook apakah benar benar dapat meningkatkan minat konsumennya, penulis juga melakukan wawancara kepada beberapa konsumen Dede Photo Studio. Namun sebelum penulis mengumpulkan data , penulis melakukan pra penelitian terlebih dahulu melalui

wawancara tidak formal untuk mengetahui gambaran mengenai marketing yang di gunakan Dede Photo Studio untuk meningkatkan minat konsumennya.

Selanjutnya wawancara yang di lakukan oleh peneliti adalah melalui pedoman wawancara yang sebelumnya telah disiapkan oleh peneliti. Peneliti melakukan wawancara informal yang bermaksudkan agar tidak ada jarak antara peneliti dan informan , serta wawancara ini di lakukan secara santai dan tidak ada rasa canggung sehingga terjadi keterbukaan antara informan dan peneliti. Pada proses wawancara yang peneliti lakukan kepada pihak yang berperan dan paham akan proses pemasaran melalui facebook. Serta untuk mengetahui startegi *Marshall McLuhan* Dede Photo Studio itu sendiri, peneliti lebih banyak mendapatkan informasi dari *Owner* Dede Photo Studio itu sendiri. Pda saat melakukan proses wawancara kepada bapak Agus Syahfudin selaku *Owner* dari Dede Photo Studio itu sendiri. Peneliti menanyakan strategi komunikasi yang bagaimana yang di lakukan oleh Dede Photo Studio melalui Fcebook tersebut. Strategi yang sedang di lakukan oleh Dede Photo Studio lebih memfokuskan kearah strategi promosi dengan memanfaatkan platfrom media sosial yakni facebook.

Peneliti mengajukan 6 (Enam) pertanyaan kepada *Owner* sekaligus sebagai Admin dan Konsumen Dede Photo Studio untuk mencari tahu bagaimana Strategi *Marshall McLuhan* yang di lakukan oleh Dede Photo Studio meliputi strategi “ *The Medium is The Mesagge*” Berkomunikasi Melalui Media Dapat Mmempengaruhi Khalayak yang Signifikan Dalam Mmembentuk Presepsi Masyarakat .

Berdasarkan wawancara dengan *Owner* Dede Photo Studio penulis mendapatkan beberapa informasi mengenai implementasi dari strategi komunikasi *Marshall McLuhan* yang di lakukan oleh Dede Photo Studio. Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan oleh peneliti dengan *Owner* dan Konsumen Dede Photo Studio dapat di simpulkan bahwa strategi komunikasi Marshal McLuhan atau komunikasi melalui media mampu membuat daya Tarik atau meningkatkan minat konsumen , serta beberapa konsumen juga memberikan pengakuan bahwa hasil kualitas foto yang di dapatkan sudah memiliki kemajuan yang lumayan signifikan sehingga konsumen memiliki kepuasan tersendiri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, penulis mendapati bahwa selain memanfaatkan media sosial facebook Dede Photo Studio juga melakukan promosi dengan memanfaatkan faktor faktor tertentu dalam menarik minat konsumen, penulis juga mendapatkan informasi bahwa Dede Photo Studio selalu update dalam melakukan promosi melalui media sosial salah satunya yakni menggunakan Facebook, dan juga di dominani dengan pendekatan emosional kepada konsumen secara langsung, serta dalam melakukan strategi dalam menarik minat konsumen.

Melalui penjelasan yang di sampaikan oleh informan di atas, Dede Photo Studio lebih menunjukan bahwa strategi komunikasi dalam meningkatkan minat konsumen banyak yang terimplementasikan dengan teori Marshall Mcluhan “ *The Medium is The Mesagge* “ yaitu Dede Photo Studio mengandalkan kekuatan media sosial melalui flatfrom facebook dalam menjaring konsumen sehingga dapat mempengaruhi serta media mampu memberikan bentuk pemahaman dan persepsi masyarakat dari promosi yang di tampilkan melalui media sosial tersebut serta di barangi dengan pendekatan esmosional secara langsung. Marshall McLuhan dalam teori ekologi media yang menjelaskan tentang bagaimna proses komunikasi mempengaruhi presepsi manusia, perasaan, emosi, dan nilai teknologi yang mempengaruhi komunikasi melalui

teknologi baru, dalam hal ini masyarakat bisa berkomunikasi dan menyampaikan pesan secara cepat dan tepat dalam waktu yang singkat.

Dalam temuan yang peneliti temukan di lapangan terdapat beberapa temuan bahwa Dede Photo Studio selain melakukan strategi Komunikasi Marshall McLuhan (komunikasi melalui media sosial) Dede Photo Studio juga menerapkan strategi dalam bentuk Analisis SWOT dalam melakukan pemasaran produk fotografi melihat hasil data dari informan selain menggunakan media sosial promosi produk dalam meningkatkan minat konsumen dari Dede Photo Studio juga mengandalkan beberapa kondimen seperti lokasi yang strategis, promo sesuai dengan target kebutuhan konsumen, serta potensi dan target peluang yang di dapatkan dalam meningkatkan minat konsumen.

Analisis SWOT merupakan analisis untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan, peluang maupun tantangan yang ada dalam strategi promosi Dede Photo Studio yang terdiri *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) dalam hal ini ada beberapa fakta yang di dapati di dalam penelitian yakni, dimana dalam menarik minat konsumen juga di pengaruhi oleh faktor faktor internal an eksternal dalam proses pemasaran Dede Photo Studio itu sendiri.

Strenght (kekuatan) Kekuatan merupakan suatu keunggulan dalam sumber daya, ketrampilan dan kemampuan lainnya yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani oleh perusahaan atau lembaga. Misalnya dalam hal teknologi yang dimiliki, letakkantor cabang yang berada di setiap kabupaten, mitra kerjasama nasional.

Weakness (kelemahan) Kelemahan dalam suatu lembaga atau perusahaan berupa sumber daya, ketrampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu lembaga atau perusahaan. Misalnya kinerja atau etos kerja karyawan, cost promosi, belum terpenuhinya kesehatan atau belum memenuhi standar dari lembaga keuangan atau perusahaan tersebut.

Opportunity (Peluang) merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan . Tren utama merupakan salah satu sumber peluang. Identifikasi atas segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan , perubahan dalam kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

1.) Analisa Lingkungan Internal

a . Kekuatan (Strength)

1. Proses pemasaran yang lumayan strategis karena area yang lumayan strategis bagi masyarakat dan anak sekolah, karena akses jalannya terletak di pingir jalan perdesaan.
2. Promo dan harganya sesuai dengan kualitas hasil dan lumayan bersahabat dengan konsumen, terutama untuk anak anak Sekolah, maupun anak muda yang hendak melaksanakan sesi foto prewedding, masing masing kualitas sudah di tentukan dengan paket promo yang di sediakan.
3. Mengutamakan kualitas foto dan kenyamanan konsumen
4. Pendekatan emosional kepada konsumen agar mendapatkan kenyamanan sehingga konsumen akan mendapatkan kesan baik saat membeli atau menggunakan jasa sehingga cenderung ingin Kembali aau mengajak calon konsumen baru.

5. Strategi pemasaran promosi melalui sosial media (facebook) lebih cepat di akses khususnya kalangan muda dan lebih banyak di minati konsumen.

6. Menyediakan jasa percetakan undangan sendiri, agar lebih memudahkan konsumen

b. Kelemahan (Weakness)

1. Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama dan memiliki kualitas produk yang lebih memadai.
2. System marketing dari pesaing lebih menarik perhatian konsumen
3. Terhalangnya gangguan jaringan ketika melakukan promosi melalui media sosial (facebook)
4. Kurangnya modal dalam penyediaan peralatan foto yang baru sesuai dengan perkembangan dari persaingan.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

c. Peluang (Opportunity)

1. Mengatur strategi pemasaran dengan berbagai pihak, seperti jasa perias wajah
2. Mengikuti agenda setiap event-event photoshoot yang sedang diselenggarakan bersama komunitas di daerah.
3. Kualitas gambar menyesuaikan promo di masing-masing paket yang telah disediakan.
4. Memanfaatkan momen prewedding, atau acara akad nikah sebagai momentum menarik minat konsumen.
5. Menggunakan media sosial dengan aktif dan update info terbaru secara rutin dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

d. Ancaman (Threat)

1. Banyaknya alat studio yang rusak akibat gejala alam yang mendadak saat di lokasi.
2. Ketersediaan bahan baku dan harga baku yang dapat naik sewaktu waktu.
3. Promosi dari perusahaan lain lebih menarik, sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam pembahasan pada bab sebelumnya mengenai Strategi Komunikasi Dede Photo Studio Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Melalui Facebook di Seluma adalah : Strategi Dede Photo Studio yaitu dengan melakukan kekuatan promosi melalui media sosial dalam bentuk flatfrom Facebook.

Dengan melakukan promosi , Dede Photo Studio juga cenderung menerapkan metode promosinya dalam teori Strategi Komunikasi Marshall McLuhan “The Medium in The Mesagge” dalam menarik minat konsumen , Dede Photo Studio lebih banyak memanfaatkan kekuatan dari media untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi khalayak dan memberikan pemahaman melalui media sosial yakni flatfrom facebook untuk meningkatkan minat konsumennya di Seluma.

Selain menggunakan Strategi komunikasi Marshall McLuhan, Dede Photo Studio juga terlihat menerapkan metode strategi analisis SWOT dalam menarik minat konsumen dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada seperti memanfaatkan momentum dan membaca peluang pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alqur'an Nulkarim Depag RI dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, Juz ISBN, -. Tahun, 2019. Cetakan, 1.
- Ajat Rukajat, "Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitatif Research) – Ajat Rukajat -Google Buku,"CV.Budi Utama, 2018
- Edi Suryadi.. (2021)''Strategi Komunikasi sebuah analisis Teori dan Praktis di Era Globalisasi. Bandung , : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nuraini Uchjana Effendy, (2006) Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, Bandung PT. Remaja Rosdakarya,
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan , (2016) Kamus Besar Bahasa Indonesia , ED.V (CET.1; Jakarta : Balai Pustaka,)
- Onong Uchjana Effendy.(2021) Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006),h.32
- Hafied Cangara, (2017) Perencanaan dan Strategi Komunikasi (Jakarta : Rajawali pers, Thamrin Abdullah ,(2013) ''Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Rajawali Press,).
- Umar Husein, (2018)''Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka).
- Wiryanto," Pengantar ilmu Komunikasi (2004) Wiryanto -Google Buku ,," PT Gramedia Indonesia.,

Jurnal

- Andi.link," Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021" Dalam <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>,
- Dinda Sekar Puspitarini, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi, Jurnal Common Vol.3 Nomor 1 |Juni 2019.h.5
- Effendy, Ilmu Komunikasi, Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM), 1(1) 2020: 12- 17
- Kartini1), 1) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara journal edukasi nonformal VOL.3 NO.2 (2020) E-ISSN: 2715-2634
- Kosasih, Billy Chrisdianta. "Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Pemesanan Barang Menggunakan Logika Fuzzy Tsukamoto (Studi Kasus: Studio Foto Kencana)." *Jurnal Algoritma, Logika dan Komputasi* 3.1 (2020).
- Muhammad Bintang LArigia, Trie Damayanti, and Anwar Sani, "Infografis Sebagai Media Dalam Meningkatkan Pemahasssman Dan Keterlibatan Publik Bank Indonesia," *Jurnal Komunikasi* 8, no. 2 (2016): 120–33
- Muyassarrah Muyassarrah, "Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara," *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam* 1,no.3 (2019): 69–80, <https://doi.org/10.36407/serambi.v1i3.72>
- Maryanto, Tarno, and Amanah Rakhim Syahida. "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 1.1 (2019): 36-42.

Novia, Dinia. “Strategi Komunikasi Manager Marketing PT. Garuda Nusantara Reality Dalam Menarik Minat Konsumen Sampai Keputusan Membeli; Jurnal Ilmu Komuni . 1 (2013).305-18

Prayanto Widyo Harsanto, 'fotografi Dalam Desain Komunikasi Visual (DKV) JurnalImaji,15.2 (2017),h.74.,” 1990

Syahrullah, Muhammad Yahya, and Ahmad Syarif, “Penggunaan Facebook Dalam Promosi Produk Barang Jadi,” *Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 12, no. 2 (2021): 27–38

Skripsi

H.Riza Ciptang Puspita Dewi pada tahun 2020 mengenai “Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Iain Ponorogo 2020),

Hassan Nurhidayat. Skripsi:. Strategi komunikasi tanpa batas studio dalam menarik minat konsumen di Kota Bengkulu. (Universitas Muhammadiyah Bengkulu,2023)

Rizqullah,M,.Nurprapti, N,. & Septa, R.Y. Skripsi : Strategi *Launcher dalam* Menghdapi Persaingan Jasa Fotografi di kota Serang (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa,2018).

Syaifuddin, Arief. Skripsi: “ Strategi Komunikasi Pemasaran Akun Youtube Lincung Studio dalam Meningkatkan Viewer.(IAIN PONOROGO,2020)

Taat Kuspriyono, Analisis Strategi Pemasaran Produk di Youtube melalui Subscriber tertinggi dan Kualitas Tayangan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Manajemen, 2019).

Internet

“Daftar Studio Photo di Seluma “

https://www.google.com/search?q=daftar+studio+foto+di+seluma&oq=daftar+studio+foto+di+seluma&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIHCAEQIRigATIHCAIQIRiPAjIHCAMQIRiPAtIBCTExMzEzajBqN6gCALACAA&sourceid=chrome&ie=UTF-8, diakses pada 3 Maret 2024 pukul 14.00 WIB.