

ABSTRAK

SELA AGUSTINA NPM:1951016. Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Fotografi Dalam Menarik Minat Konsumen Melalui Instagram (Studi Kasus Pada Baturaja_Foto_Aws). Skripsi (S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Baturaja. Di bawah Bimbingan Merita Auli, M.I.Kom sebagai Pembimbing I dan Puspita Devi, M.Pd sebagai Pembimbing II.

Bisnis fotografi merupakan bisnis yang sangat menjanjikan. Foto yang menjadi produk utama dari bisnis fotografi memerlukan promosi yang besar untuk menjadikan bisnis ini lancar. Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan sekaligus ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran jasa fotografi dalam menarik minat konsumen melalui Instagram (studi kasus pada Baturaja_foto_aws). Penelitian deskriptif kualitatif ini menggunakan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Hasil dari wawancara di analisis menggunakan teori perencanaan dengan memperhatikan 3 (tiga) tahapan yaitu tujuan sosial (sosial goals), meta tujuan (meta goals), ingatan kerja (working memory). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Baturaja_foto_aws yaitu dengan memanfaatkan fitur-fitur dalam Instagram. Instagram Baturaja_foto_aws terkonfirmasi sangat membantu sekali dalam upaya menarik minat dan menaikkan jumlah konsumen di tengah banyaknya persaingan jasa fotografi di kota Baturaja.

Kata Kunci:Strategi Komunikasi Pemasaran, Sosial Media Instagram, Baturaja_foto_aws

ABSTRACT

SELA AGUSTINA NPM: 1951016. STRATEGY COMMUNICATION MARKETING SERVICE PHOTOGRAPHY IN INTERESTING INTERST CONSUMER THROUGH INSTAGRAM (STUDIES CASE ON BATURAJA_FOTO_AWS). Thesis SI Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, University of Baturaja. Under the guidance of Merita Auli, M.I.Kom as Supervisor 1 and Puspita Devi, M.Pd as supervisor II

A photography business is a very promising business. Photos that are the main product of the photography business need a big promotion to make this business run smoothly. The rapidly growing business world is a challenge as well as a threat for business actors to win the competition and maintain the viability of their companies. This study aims to determine the marketing communication strategy for photography services in attracting consumer interest through Instagram (a case study on Baturaja_foto_aws). This qualitative descriptive research uses in-depth interviews, observation, and documentation as data collection techniques. The results of the interviews, were analyzed using planning theory by paying attention to 3 (three) stages, namely social goals, meta goals, and working memory. The results of the study show that the marketing communication strategy implemented by Baturaja_foto_aws is by utilizing features in Instagram. Instagram Baturaja_foto_aws has been confirmed to be very helpful in efforts to attract interest and increase the number of consumer in lots of competition for photography service in the city of Baturaja.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Social Media Instagram, Baturaja_foto_aws.