

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini munculnya media sosial dalam teknologi internet membuat komunikasi online semakin diminati dan juga pada saat ini sudah menjadi salah satu media untuk berkomunikasi yang paling populer. Hal ini dikarenakan dengan media sosial pada intinya menurut ( Puntoadi, 2011 ) dalam bukunya “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi” dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran , kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating dan Connecting. Pada saat ini media sosial berkembang bukan lagi sebagai media untuk berkomunikasi tetapi sudah menjadi tempat untuk berbisnis, dikarenakan saat ini media sudah berkembang menjadi media komunikasi yang sangat modern dengan berbagai macam fitur canggih yang dimiliki.

Studio foto Alfa didirikan oleh Edy Mursyidi pada bulan januari tahun 2013 karena memang pada awalnya Edy Mursyidi memiliki hobi dan kemampuan di bidang fotografi, oleh karena itulah Edy Mursyidi bercita – cita ingin memiliki studio foto sendiri, inilah alasan yang membuat ia mendirikan studio foto Alfa ini. Studio foto Alfa ini memiliki tema dan konsep yang sederhana yaitu alam yang natural tetapi tetap terlihat elegan. Konsep dan tema ini diambil karena Edy pribadi sangat menyukai suasana alam yang natural dan dia mencoba untuk menerapkan konsep ini hampir ke semua foto yang studio mereka ambil. Dan juga tema dan

konsep alam yang natural tetapi tetap terlihat elegan saat ini banyak disukai atau diminati oleh kalangan masyarakat terlebih lagi kalangan anak muda pada saat ini. Studio Foto Alfa Sekayu ini juga memiliki Background dengan warna-warna yang netral. Studio Foto Alfa Sekayu ini juga menyediakan foto untuk anak-anak, remaja, pernikahan, prewedding, keluarga, dan juga foto maternity yang hampir semuanya memiliki tema dan konsep yang bernuansa alam yang natural, tetapi semua fotonya tetap terlihat elegan, yang uniknya Studio Foto Alfa Sekayu ini memanfaatkan wisata alam yang ada di Kota Sekayu untuk menjadi tema dan konsep foto mereka hal ini dilakukan sekaligus untuk mempromosikan wisata alam yang ada di Kota Sekayu. Berbeda dengan studio foto pada umumnya, studio foto Edy hadir dengan kualitas dan kuantitas yang tidak kalah saing dengan studio foto lainnya yang ada di Kabupaten Sekayu itu sendiri. Selain itu studio foto Alfa ini juga memberikan harga yang sangat terjangkau untuk para calon konsumennya, karena studio foto Alfa ini ingin semua orang bisa menikmati jasa studio mereka. Media sosial Instagram merupakan media online yang dipilih untuk mempromosikan jasa studio foto Alfa ini dan juga sebagai langkah untuk mempromosikan konsep foto yang menarik yang ada di dalam studio foto mereka. Hal ini dikarenakan Instagram merupakan media sosial yang sedang banyak diminati dan juga digemari oleh banyak kalangan saat ini untuk mendapatkan berbagai informasi yang mereka inginkan dan mereka butuhkan, hal ini sangat dimanfaatkan oleh studio foto Alfa ini untuk mengatur strategi guna mempromosikan studio foto mereka.

Hal ini pula yang membuat masyarakat tidak boleh menganggap remeh pengaruh media sosial di dalam kehidupan bermasyarakat. Dimana banyak survey yang mengatakan saat ini daya beli masyarakat menurun, padahal kenyataannya daya beli masyarakat pada pasar atau market online semakin meningkat setiap tahunnya. Ini menjadi salah satu tanda bahwa efek dari media sosial terhadap kebiasaan jual – beli di masyarakat sudah mulai beralih ke dalam digital market atau E- Commerce. Media sosial saat ini juga kerap dijadikan suatu alat atau media untuk melakukan strategi komunikasi khususnya untuk melakukan promosi. Beberapa media sosial yang sering digunakan sebagai media promosi yaitu, youtube, facebook, twitter, dan Instagram yang memiliki kegunaan dan karakteristiknya masing –masing.

Salah satu media sosial yang sering digunakan dalam kegiatan promosi adalah media sosial Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan melakukan aktivitas berjejaring lainnya. Instagram merupakan media sosial yang muncul pada tahun 2010. Awalnya instagram ini dikembangkan oleh *startup* bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Menurut data MAU (*Monthly Active Users*), jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 56 juta pengguna, lalu Facebook sekitar 120 juta pengguna aktif pada tahun 2019. Hal ini dimanfaatkan oleh banyak pihak, salah satu nya pemilik usaha yang menjadikan media sosial Instagram ini untuk mempromosikan usaha mereka.

Instagram pun memiliki beberapa macam media yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan promosi, diantaranya adalah:

1. *Paid Promote*

*Paid promote* merupakan layanan jasa promosi berbayar yang dilakukan dengan menggunakan media beriklan di Instagram dimana pemasang iklan membayar akun dengan *follower* yang banyak, biasanya akun tersebut menyediakannya berdurasi, semakin banyak *follower* nya maka semakin tinggi pula harganya.

2. *Endorsement*

*Endorsement* adalah suatu kerja sama antara pemilik usaha dengan seorang *buzzer* dengan cara perusahaan memberikan produk atau jasa yang mereka jual kepada *buzzer* tersebut, lalu sang *buzzer* memposting foto atau video nya menggunakan produk atau jasa dari perusahaan, dengan disertai *caption* yang menarik supaya *follower* tertarik untuk datang ke akun kita. Saat ini *endorsement* sudah dikenakan biaya

3. *Shout Out for Shout Out*

*Shout Out for Shout Out* atau yang biasa disebut SFS adalah saling mempromosikan sesama *online shop* di Instagram. Biasanya jika seorang *seller* mempunyai barang dagangan yang berbeda dengan *seller* lainnya, *seller-seller* tersebut akan saling mempromosikan dagangan mereka. Syarat dan ketentuan yang disepakati oleh kedua *seller*, misalnya *minimal follower* 20K dan *keep* 24 jam. Artinya, masing-masing *follower* yang dimiliki oleh

kedua *online shop* tersebut *minimal* 20.000 *follower* dan *posting-an* promosi tersebut di-*posting* selama 24 jam, lewat dari 24 jam boleh di hapus.

#### 4. *Paid Keroyok*

*Paid keroyok* memiliki sistem yang sama dengan SFS. Hanya saja akun kita akan diiklankan oleh banyak akun dengan *follower* yang banyak, dan ada biayanya. Biasanya ada manajemen yang mengatur keseluruhannya.

#### 5. Instagram Ads

Instagram Ads adalah salah satu media beriklan yang terbilang baru dan juga saat ini banyak peminatnya. Instagram ads adalah salah satu kegiatan advertising atau iklan melalui konten berbayar di Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih ditargetkan, Instagram Ads merupakan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan utama dari Instagram yaitu Facebook Inc. Kelebihan Instagram ads dibanding media-media beriklan di Instagram yang lainnya adalah pemasang iklan dapat memilih sendiri target pasar yang ia inginkan untuk mendapatkan iklannya sehingga jauh lebih efektif. Selain itu harganya pun bisa disesuaikan dengan keinginan kita, tergantung juga dengan durasinya.

Penggunaan salah satu media sosial, yakni Instagram sebagai media promosi dimanfaatkan oleh studio foto Alfa Sekayu dalam mempromosikan studio fotonya. Dalam penelitian ini, peneliti memilih studio foto Alfa sebagai objek dari penelitian. Dikarenakan studio foto Alfa ini menggunakan media sosial sebagai upaya mereka untuk mempromosikan studio fotonya agar lebih dikenal oleh masyarakat atau khalayak luas, dan bagaimana kelebihan dan kekurangan dari

strategi komunikasi menggunakan media sosial sebagai media promosi bagi studio foto Alfa dalam mempromosikan studio fotonya yang mereka ciptakan di media sosial. Berawal dari hal inilah dapat dilihat apakah media sosial merupakan salah satu media yang dapat membantu studio foto Alfa dalam upaya untuk melakukan promosi terhadap studio fotonya.

Komunikasi Virtual dalam kamus komputer dan teknologi informasi, adalah komunikasi yang di pahami sebagai *Virtual reality* pada ruang lingkup (alam maya) dengan menggunakan internet. Dan juga diungkapkan oleh Dhroe dalam dalam web blog “Komunitas Virtualnya” menjelaskan bahwa komunikasi virtual atau virtual communication adalah komunikasi (proses penyampaian dan penerimaan pesan) menggunakan (melalui) cyberspace/ruang maya yang bersifat interaktif. Komunikasi virtual adalah cara berkomunikasi dimana penyampaian dan penerimaan pesan dilakukan dengan melalui cyberspace atau biasa disebut dunia maya. Dikatakan begitu karena pada saat ini manusia tidak perlu lagi berkomunikasi pada waktu, tempat yang sama. Melalui komunikasi virtual saat ini, hambatan – hambatan yang ada sebelumnya seperti jarak, waktu, biaya, serta kesulitan lainnya dapat teratasi. Hal ini dikarenakan internet sebagai media komunikasi virtual tidak terbatas ruangnya sehingga masyarakat luas dapat menyampaikan informasi kapan saja , kemana saja, dan ke siapa saja. Dalam komunikasi virtual, memungkinkan seseorang berinteraksi tetapi sebenarnya mereka tidak berada secara wujud di tempat itu. Begitu juga Komunikasi yang digunakan oleh studio foto Alfa ini merupakan komunikasi virtual dimana proses komunikasi yang dilakukan oleh calon konsumen dan admin studio foto Alfa melalui personal chat dimana antara

admin dan para calon konsumen saling bertukar pikiran di dalam group chatting tersebut sehingga menghasilkan pesan yang menimbulkan suatu efek atau timbal balik.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti sangat tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi mengenai bagaimana strategi komunikasi Studio Foto Alfa Sekayu dalam mempromosikan studio fotonya melalui media sosial Instagram. Ketika kita ingin mencapai suatu tujuan dalam sebuah bisnis online sangat diperlukan yang namanya strategi komunikasi itu sendiri hal ini dilakukan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan juga minat terhadap suatu jasa yang akan ditawarkan oleh pemilik usaha atau bisnis. Oleh Karena itulah pemilik studio foto Alfa ini memilih media sosial Instagram yang dianggap sangat pantas untuk mempromosikan jasa yang ditawarkan oleh studio foto Alfa ini, karena melihat kegunaan dan juga fungsi dari Instagram sendiri yaitu sebagai sebuah media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan juga video yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat luas.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

### **1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

“ Bagaimana strategi komunikasi Studio Foto *Alfa* Sekayu melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Studio Foto *Alfa* Sekayu Melalui Media Sosial Instagram Dalam Mempromosikan Studio Fotonya) ”

### 1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

- 1) Bagaiman **Pesan** yang disampaikan oleh Studio Foto *Alfa* Sekayu Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Studionya?
- 2) Bagaimana **Hambatan** Studio Foto *Alfa* Sekayu Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Studio fotonya ?
- 3) Bagaimana **Tujuan** Studio Foto Alfa Sekayu Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Studio Fotonya ?

### 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

#### 1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Studio Foto *Alfa* Sekayu Melalui Media Sosial Instagram ( Studi Deskriptif Tentang Strategi Komunikasi Studio Foto *Alfa* Sekayu Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Studio Fotonya ).

#### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian tentang Strategi Komunikasi Studio Foto Alfa Sekayu Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Studio Fotonya dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui **Pesan** yang disampaikan Studio Foto *Alfa* Sekayu Melalui Media Sosial Instagram dalam mempromosikan Studio Fotonya.
- 2) Untuk mengetahui **Hambatan** Studio Foto *Alfa* Sekayu Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Studio Fotonya.

- 3) Untuk mengetahui **Tujuan** yang dilakukan oleh Studio Foto Alfa Sekayu Melalui Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Studio Fotonya.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan penelitian ini secara teoritis adalah untuk mengembangkan kajian ilmu komunikasi secara umum, khususnya mengenai Strategi Komunikasi.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

#### **a. Kegunaan Untuk Peneliti**

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan sehubungan dengan masalah yang sedang diteliti melalui pemaparan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan realita yang telah peneliti peroleh di lapangan.

#### **b. Kegunaan Untuk Akademis**

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi belajar untuk angkatan selanjutnya terutama pada prodi Ilmu Komunikasi.

#### **c. Kegunaan Bagi Studio Foto Alfa**

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan dimasa yang akan datang. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk studio foto Alfa Sekayu sehubungan dengan Strategi Komunikasi Melalui Media sosial Instagram dalam Mempromosikan Studio Fotonya.