

**ANALISIS PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP AKUN @alimaphoto
SEBAGAI MEDIA PROMOSI JASA FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI**

ARTIKEL SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan mendapatkan
gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi
Pendidikan Informatika



**OLEH
RIYAN AGUSSETIYONO**

1683207019

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN INFORMATIKA
SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
PACITAN**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

ARTIKEL SKRIPSI

**ANALISIS PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP AKUN @alimaphoto
SEBAGAI MEDIA PROMOSI JASA FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI**

OLEH
RIYAN AGUSSETIYONO
1683207019

Telah Disetujui untuk Dipublikasi dan Diajukan Kepada Panitia Ujian Skripsi Program
Studi Pendidikan Informatika STKIP PGRI Pacitan

Pacitan, 14 Agustus 2020

Reviewer 1



Tika Dedy Prastyo, M.Kom.
NIDN. 0717128301

Reviewer 2



Dr. Mukodi, M.S.I.
NIDN. 0726077704

ANALISIS PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP AKUN @alimaphoto SEBAGAI MEDIA PROMOSI JASA FOTOGRAFI DAN VIDEOGRAFI

Riyan Agussetiyono¹, Tika Dedy Prastyo², Mukodi³

¹Pendidikan Informatika, STKIP PGRI Pacitan
Email: riyanvismoke37@gmail.com

²Pendidikan Informatika, STKIP PGRI Pacitan
Email: kuliah.didiet@gmail.com

³Pendidikan Informatika, STKIP PGRI Pacitan
Email: mukodi@yahoo.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan Instagram terhadap Akun @alimaphoto sebagai Media Promosi Jasa Fotografi dan Videografi, pengelolaan akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil observasi pada akun @alimaphoto dan hasil wawancara dengan pemilik akun @alimaphoto. Sumber data berasal dari akun Instagram @alimaphoto. Metode penyediaan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil analisis data menyimpulkan bahwa: 1) penggunaan Instagram terhadap Akun @alimaphoto sebagai Media Promosi Jasa Fotografi dan Videografi sudah tepat penggunaannya, 2) pengelolaan akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi sudah baik pengelolaannya.

Kata Kunci: Digital Marketing, Media Sosial, Promosi, Instagram

Abstract: This study aims to: 1) determine the use of Instagram on the @alimaphoto account as a Media for Promoting Photography and Videography Services, and 2) determine of the @alimaphoto account as a Media for Promoting Photography and Videography Services. This research is qualitative research. The data used in this study are the results of observations on the @alimaphoto account and interviews with the @alimaphoto account owner. The data source takes from the Instagram account @alimaphoto. Methods for collecting data were observation, interviews, and documentation. The method of data analysis used descriptive qualitative methods. The results of the data analysis concluded that: 1) were the use of instagram on @alimaphoto Account as a Media for Promoting Photography and Videography Services is appropriate, 2) determine the management of the @alimaphoto account as a media for promoting photography and videography services is well managed.

Keywords: Digital Marketing, Social Media, Promotion, Instagram

PENDAHULUAN

Pasar bisnis di Indonesia sekarang sangat diuntungkan dengan adanya media sosial. Media sosial sebagai dampak dari kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang pesat. Salah satu media sosial yang menguntungkan pasar bisnis yaitu *Instagram*. *Instagram* adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi foto, maupun video.

Menurut data yang dirilis *Napoleon catt* dalam (<http://www.goodnewsfromindonesia.id>) pada periode Januari-Mei 2020, penggunaan Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna. Pencapaian itu merupakan peningkatan dari bulan ke bulan atas penggunaan media *online* berbagi foto ini. Para pengguna aktif *Instagram* di Indonesia banyak memanfaatkan fitur *Instagram story* baik untuk menunjukkan eksistensi di sosial media ataupun untuk kepentingan bisnis.

Berkaitan tentang penggunaan *Instagram* dalam hal berbisnis, *Instagram* dapat memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan dan mempromosikan produknya melalui internet. Dengan adanya sosial media *Instagram*, para pelaku bisnis jasa fotografi dan videografi dapat memanfaatkan media tersebut untuk mempromosikan produknya yang berupa foto dan video, sehingga dapat dijangkau masyarakat luas.

Pasar bisnis di Indonesia yang bergerak di bidang jasa fotografi dan videografi saat ini juga tidak lepas dari pemanfaatan *instagram*. Berbagai produk foto dan video yang dipromosikan secara online diedit sedemikian rupa untuk menarik minat konsumen. Tingkat persaingan yang ketat dalam bidang jasa tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk menciptakan foto dan video dengan kualitas editing serta pengambilan gambar yang baik.

Keberhasilan dalam bisnis di bidang jasa, dapat ditinjau dari beberapa aspek. Salah satunya adalah bagaimana strategi dari pelaku bisnis tersebut, dalam menjalankan atau mempromosikan bisnisnya. Bisnis jasa fotografi dan videografi saat ini tengah merebak di Indonesia khususnya di Pacitan, salah satunya adalah Alima Fotografi. Alima fotografi mempromosikan jasanya secara *online* maupun *offline*. Akun *instagram* Alima fotografi adalah @alimaphoto.

Akun *Instagram* @alimaphoto merupakan akun yang digunakan untuk mempromosikan jasa fotografi dan videografi melalui foto atau video yang diunggah. Alimaphoto melayani jasa foto dan video, seperti *wedding*, *prewedding*, *weddingbook*, *wedding cinematic*, dan *wedding clip*. Banyaknya persaingan bisnis jasad fotografi dan videografi di Pacitan, membuat pelaku bisnis berusaha keras dalam mempromosikan dan memperbaiki kualitas produk yang dimilikinya. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk menganalisis kegunaan *Instagram* guna untuk media promosi. Dengan demikian, peneliti ingin membuat penelitian yang berjudul *Analisis Penggunaan Instagram terhadap Akun @alimaphoto sebagai Media Promosi Jasa Fotografi dan Videografi*. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan Instagram terhadap Akun @alimaphoto sebagai Media Promosi Jasa Fotografi dan Videografi. Untuk mengetahui pengelolaan

akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purpose* dan *snowbaal*. Teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi* (Sugiyono, 2017: 15). Metode kualitatif dilakukan untuk mendeskripsikan data-data tentang penggunaan Instagram terhadap Akun @alimaphoto sebagai Media Promosi Jasa Fotografi dan Videografi dan pengelolaan akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini akan disajikan hasil analisis data penelitian mengenai Analisis Penggunaan Instagram Terhadap Akun @Alimaphoto Sebagai Media Promosi Jasa Fotografi Dan Videografi. Hasil analisis dari penelitian ini adalah sebagai berikut; (1) Penggunaan Instagram Terhadap Akun @Alimaphoto Sebagai Media Promosi Jasa Fotografi Dan Videografi (2) Pengelolaan akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi.

1. Penggunaan Instagram terhadap Akun @alimaphoto sebagai Media Promosi Jasa Fotografi dan Videografi

Menurut Suherman dalam (Sholihah, 2018: 17), promosi adalah proses komunikasi yang berisi penyampaian data dan informasi, manfaat serta keunggulan suatu produk kepada khalayak atau masyarakat luas oleh petugas promosi dengan tujuan untuk menarik perhatian sasaran promosi agar menjadi konsumen produk yang dipromosikan. Promosi yang efisien di industri 4.0 adalah dengan menggunakan internet terutama media sosial jangkauan media sosial sekarang ini sangat luas dari berbagai kalangan umur, ras, dan strata sosial.

Di jasa fotografi dan videografi promosi digital melalui akun sosial media sudah menjadi keharusannya dikarenakan persaingan bisnis di jasa fotografi sangat banyak. Jika penjual jasa masih menggunakan gaya promosi lama mereka akan tergerus dengan semakin majunya teknologi dalam mempromosikan jasa, penjual jasa

akan tersingkirkan oleh pesaing bisnisnya. Dari hasil penelitian, peneliti mengamati alimaphotografi juga menggunakan media sosial dalam mempromosikan jasanya, Instagram yang digunakan alimaphotografi berfungsi sebagai media promosi, yang mencakup pengguna instagram.

Saat ini saya sering menggunakan media sosial salah satunya di instagram facebook dan wa yang lebih fokus saya di instagram

(hasil transkrip wawancara)

Berdasarkan data di atas, media sosial sangat berpengaruh sebagai media promosi. Pemilik alimaphotografi lebih condong ke penggunaan instagram sebagai media pemasaran jasanya. Dikarenakan menurut pemilik jasa fotografi alimaphoto instagram lebih cocok digunakan untuk mempromosikan foto dan video.

Menurut Dianastuti (2016: 1), instagram adalah sosial media berbagai foto yang mulai banyak digunakan untuk kepentingan komunikasi pemasaran dengan ciri khasnya yang mengedepankan pesan visual dan interaktivitas yang tinggi. Kegunaan utama dari Instagram yaitu sebagai tempat untuk membagi foto dengan cara mengunggahnya agar dapat dilihat oleh pengikutnya. Sehingga memungkinkan pemilik jasa fotografi dan videografi untuk memasarkan jasanya di instagram, karena aplikasi instagram pada dasarnya diciptakan untuk membagi foto dan video ini sangat cocok dengan jasa fotografi dan videografi.

Instagram menurut saya salah satu media sosial yang sangat diminati oleh banyak kaum utamanya remaja, remaja saat ini menggunakan media sosial itu kebanyakan menggunakan instagram dan kemasanya kalau instagram itukan lebih, lebihh menarik yaa jadi kita bisa membuat apapun bentuk karya kita tata letak nya di instagram itu sangat mudah dan enak gitu jadi kemasanya lebih bagus dari pada media sosial yang lain begitu

(hasil transkrip wawancara)

Berdasarkan data di atas, instagram sangat diminati oleh banyak orang misalnya remaja dan berbagai kalangan. Kemasan yang menarik, *tools-tools* yang mudah digunakan membuat instagram semakin digandrungi kaum remaja saat ini. Hal itu yang membuat alimaphoto membuat akun instagram sebagai media promosinya.

Media sosial Instagram adalah suatu alat penyampaian pesan (aplikasi) untuk bisa berkomunikasi dengan khalayak secara luas dengan saling berbagi foto atau video, yang didalamnya juga terdapat fitur-fitur lain seperti DM (*directmessage*), *comment*, *love* dan lain-lain. Dari uraian tersebut dapat dikatakan bahwa penggunaan Instagram pada saat ini sangat diminati, karena selain untuk menyampaikan pesan dan berkomunikasi, Instagram juga memiliki fitur-fitur yang menarik.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti, Instagram merupakan aplikasi yang populer pada saat ini. Dapat dilihat dari jumlah pengguna instagram

yang dirilis *Napoleon catt* dalam (<http://www.goodnewsfromindonesia.id>) pada periode Januari-Mei 2020, penggunaan Instagram di Indonesia mencapai 69,2 juta (69.270.000) pengguna.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, penggunaan Instagram terhadap akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi sudah tepat penggunaannya. Karena, saat ini Instagram merupakan sosial media yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan. Selain itu, juga karena akun @alimaphoto itu sendiri, telah memiliki 1.411 *follower* yang masih terus bertambah setiap harinya.

2. Pengelolaan akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi.

Media sosial Instagram dibuat sebagai media untuk mengedukasi serta memberikan informasi dengan visual menarik dan tidak membosankan (Syuderajat, Fajar dan Kenanga Puspita, 2017: 11). Instagram merupakan media yang memberikan layanan berbagi gambar dan video secara *online*.

Untuk sortir video maupun foto itu tentu kita pilih mana yang baik dari pada foto yang lain jadi kita melalui proses beberapa editing dari adobe lightroom, photoshop kemudian baru kita upload ke Instagram karena apa biar klien kita, calon klien kalo melihat foto dengan tampilan yang bagus dengan warna yang bagus itu bisa tertarik dengan karya saya
(hasil transkrip wawancara)

Berdasarkan data di atas, pengelolaan akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi sangat terstruktur dalam pengelolaannya. Foto dan video yang diunggah sebelumnya disortir terlebih dahulu. Setelah disortir foto dan video melalui beberapa proses editing, mulai dari *adobe lightroom, photoshop* kemudian baru diunggah ke Instagram. Dengan pengelolaan yang bagus dapat menarik perhatian konsumen. Selain pengeditan foto dan video, akun @alimaphoto juga memberikan *caption* khusus setiap pengunggahan foto dan video. *Caption* yang enak dibaca, dan kata-kata yang sesuai dengan foto dan video yang diunggah, misalnya pada foto pernikahan yang diberikan kata-kata cinta.

..... saya mengunggah foto di Instagram maupun di media sosial yang lain itu biasanya saya kasih jeda jadi misalnya saya upload hari ini saya tunggu beberapa hari kedepan misalnya satu minggu sampai dua minggu saya baru upload lagi

(hasil transkrip wawancara)

Alimafotografi mengelola akunnya dengan sangat baik. Dapat dilihat dari cara pengunggahan foto dan videonya. Alimafotografi mengunggah foto dan video miliknya diberikan jeda. Jika hari ini unggah foto, satu minggu sampai dua minggu lagi baru unggah lagi. Dengan pengelolaan seperti itu membuat foto yang terunggah tidak tertumpuk dengan foto lainnya, selain itu agar foto lebih banyak diakses orang.

Alimafotografi mengelola akunnya dengan sangat baik. Foto dan video diedit melalui beberapa aplikasi. Format foto yang digunakan juga dipikirkan agar hasilnya bagus. Selain itu, foto dan video juga melalui proses pewarnaan kemudian *finishing*. Video melalui *adobe premiere* untuk pengeditannya, kemudian baru diunggah di Instagram.

Akun @alimaphoto untuk menunjang promosinya juga memanfaatkan fitur terbaru instagram yang biasa dikenal dengan instagram bisnis (*instagram for business*). Seperti namanya, instagram bisnis ditunjukkan untuk pelaku bisnis jasa maupun produk, baik untuk mempromosikan jasa dan produknya dan untuk berkomunikasi dengan konsumen serta calon konsumen.

Fitur dari instagram bisnis sangat membantu pemilik akun membuat promosi bisnis menjadi efektif dan relevan di instagram seperti fitur *Insight*. Fitur *insight* pada menu *content*, dapat membantu pemilik akun @alimaphoto mengetahui berapa banyak akun yang melihat konten yang di posting dan jumlah orang yang melihat *stories*, dan juga fitur *insight* dapat melihat jumlah balasan yang didapatkan serta informasi konten lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, pengelolaan akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi sudah baik pengelolaannya. Karena, foto dan video yang diunggah ke instagram sudah melalui pengeditan di beberapa aplikasi. Akun @alimaphoto dalam pengunggahan diberi jeda waktu, agar foto yang pertama diunggah tidak tertumpuk dengan foto yang baru. Selain itu, agar foto lebih banyak dijangkau oleh orang banyak

SIMPULAN

1. Penggunaan instagram terhadap akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi sudah tepat penggunaannya. Karena, saat ini Instagram merupakan sosial media yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan. Selain itu, juga karena akun @alimaphoto itu sendiri, telah memiliki 1.411 *follower* yang masih terus bertambah setiap harinya.
2. Pengelolaan akun @alimaphoto sebagai media promosi jasa fotografi dan videografi sudah baik pengelolaannya. Karena, foto dan video yang diunggah ke instagram sudah melalui pengeditan di beberapa aplikasi. Akun @alimaphoto dalam pengunggahan diberi jeda waktu, agar foto yang pertama diunggah tidak tertumpuk dengan foto yang baru. Selain itu, agar foto lebih banyak dijangkau oleh orang banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Dianastuti, Wafda Afina. 2016. *Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Kuliner Kota Semarang (Studi Kasus pada Komunitas Online @jakulsemarang)*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Sholihah, Afiffah. 2018. *Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Syuderajat, Fajar dan Kenanga Puspita Sari. 2017. *Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT Gmf Aeroasia*. Jurnal. Vol. 9 No. 2 tahun 2017. Bandung: Universitas Padjadjaran.

Internet

<http://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>

