

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini memiliki dampak yang cukup besar bagi kalangan masyarakat. Salah satu contoh dampak yang terjadi saat ini yaitu dalam mencari informasi, baik berita ataupun informasi lain yang dimana saat teknologi belum berkembang pesat seperti sekarang ini, masyarakat bergantung pada media konvensional dalam mencari informasi seperti melalui koran, majalah, tabloid, radio dan televisi. Media konvensional saat ini mulai tergantikan dengan adanya media baru. Media baru merupakan sebuah istilah untuk menggambarkan kemunculan era baru dalam melakukan komunikasi ataupun mencari informasi.

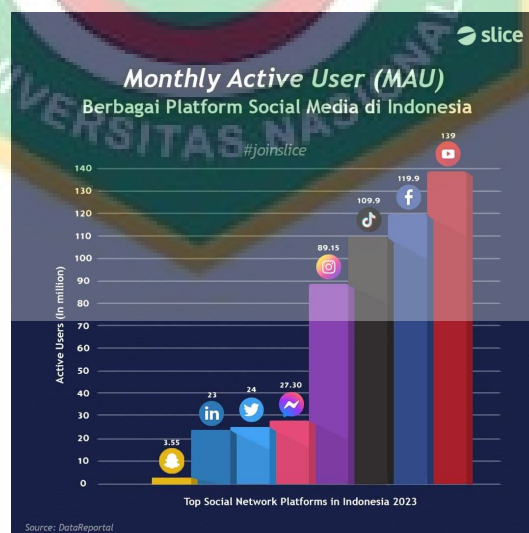
Adanya media baru saat ini memudahkan masyarakat dalam berinteraksi secara luas. Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat masyarakat tidak lagi mempermasalahkan batas jarak, ruang dan waktu. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi, arus informasi pun ikut berkembang pesat juga, teknologi melahirkan internet dan internet melahirkan media baru berupa media sosial seperti *twitter*, *facebook*, dan *Instagram*. Media sosial memudahkan para masyarakat untuk berkomunikasi secara bebas, berbagi sebuah cerita yang terhubung secara *online* dan bahkan setiap pengguna media sosial dapat membagikan sebuah informasi atau berita kepada pengguna lain tanpa adanya batasan.

Lahirnya media sosial seperti *twitter*, *facebook*, dan *Instagram* juga melahirkan trend baru bagi para pelaku usaha baik barang ataupun jasa dalam memasarkan produk atau jasanya. Melalui media sosial, para pelaku usaha dapat memasarkan produknya tanpa mengeluarkan uang yang banyak dan juga melalui media sosial, para pelaku usaha dapat menarik minat

masyarakat secara luas tanpa batasan. Cara yang biasa digunakan dalam melakukan pemasaran melalui media sosial yaitu seperti mem-*posting* foto berupa produk atau jasa yang ditawarkan dengan menggunakan *caption* atau keterangan menarik yang nantinya dapat menarik para konsumen. Foto pun dijadikan alat komunikasi visual yang digunakan sebagai media penyampaian pesan pemasaran pada produk atau jasa yang ditawarkan.

Bentuk media digital yang saat ini banyak digunakan dalam proses interaksi sosial terutama pemasaran yaitu media sosial. Media sosial sendiri memudahkan kita untuk berinteraksi lebih dekat dengan kerabat, orang lain, komunitas, bahkan tidak menutup kemungkinan dapat berinteraksi dengan konsumen baru.

Media sosial merupakan sebuah teknologi komunikasi yang saat ini memiliki berbagai fungsi dalam perannya. Selain itu, media sosial berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi jarak jauh, media sosial juga menjadi sarana untuk penggunaannya dalam menggali berbagai informasi. Kehadiran media sosial telah mempengaruhi gaya kehidupan sosial di masyarakat sehingga mengalami pergeseran baik budaya, etika, dan norma yang ada.



**Gambar 1.1 Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia 2023**

Pada data statistik yang bisa kita lihat, *Instagram* menempati posisi keempat sebagai media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan presentase 89,15% pada tahun 2023. (Slice, 2023)

Media sosial *Instagram* merupakan media sosial yang paling sering digunakan para pelaku usaha terutama pelaku usaha yang menekankan aspek visual pada produk atau jasa yang ditawarkan. Kemunculan pertama media sosial *instagram* pada tahun 2010, media sosial *instagram* merupakan sebuah aplikasi *mobile* yang dapat diakses melalui *mobile* ataupun *web*. Media sosial *Instagram* sendiri memungkinkan bagi para penggunanya untuk mengunggah foto yang dapat diedit dengan berbagai filter, karena *Instagram* sendiri menyediakan beberapa fitur seperti filter *editing* yang dapat membuat foto menjadi lebih menarik.

Salah satu bidang UKM yang berkembang di Indonesia saat ini yaitu UKM yang bergerak di industri kreatif. Dengan adanya *Instagram* yang memiliki layanan *audio*, *visual*, dan verbal didalam fiturnya diharapkan mampu menawarkan kemudahan berbagai jenis bisnis yang bergerak di industri kreatif. Industri kreatif menjadi salah satu industri yang mengimplementasikan keterampilan, bakat individu, serta kreatifitas untuk menciptakan lapangan pekerjaan.

Hal tersebut menjadi gambaran adanya perkembangan baik bagi industri kreatif, diantaranya fotografi tepatnya fotografi pernikahan yang melakukan pemasaran melalui media sosial *Instagram*. Industri fotografi menjadi salah satu industri yang bisa dibilang menjanjikan dan juga industri ini mampu dilakukan oleh banyak orang. Akan tetapi, tantangan yang paling sulit pada industri ini yaitu menjaga dan mengembangkan bisnis ini menjadi berkelanjutan sehingga siapapun yang masih baru dalam industri ini harus tau bagaimana cara untuk mempertahankan bisnis ini ketika banyaknya kompetitor lain yang beragam dan memiliki ciri khasnya masing-masing. Dan sebelum adanya media sosial *Instagram* sebagai wadah dalam

melakukan pemasaran, para pelaku usaha yang bergerak dibidang industri fotografi hanya melakukan pemasaran dengan cara mulut ke mulut dan menjadi satu kesatuan yang diberikan oleh perias pengantin.

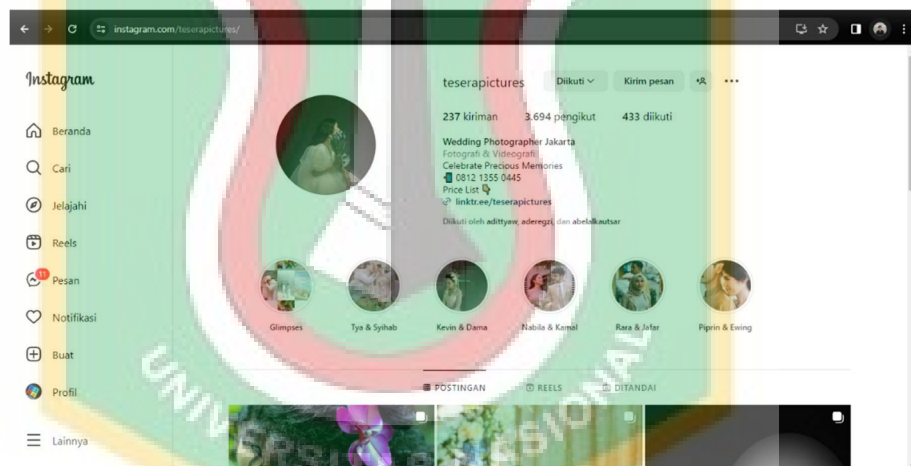
Jasa fotografi pernikahan sangat banyak diminati oleh pasangan yang ingin menikah sebagai motif kepuasan atas investasi masa yang akan datang guna merekam momen bahagia dan mengesankan serta sebagai kebutuhan konten visual untuk meningkatkan level sosial.

Usaha jasa fotografi yang berfokus di bidang pernikahan sangat banyak di Jakarta. Ada Luxio Photo, Tesera Pictures, dan Triads Photography. Dari ketiga *vendor* fotografi pernikahan tersebut memiliki target atau segmentasi, harga dan pengikut di *Instagram* yang berbeda-beda. Luxio Photo merupakan *vendor* fotografi pernikahan yang dapat dikatakan memasuki kategori kalangan atas yang dimana mereka memberikan harga 20 – 30 juta rupiah sekali menggunakan jasa mereka dengan pengikut pada akun *Instagram* sebanyak 59,8 ribu pengikut. Adapun Tesera Pictures yang dimana untuk harga memasuki kalangan menengah dari 7 – 15 juta rupiah untuk sekali menggunakan jasa mereka dengan pengikut pada akun *Instagram* sebanyak 3.694 pengikut. Dan yang terakhir ada Triads Photography yang dimana untuk harga memasuki kalangan bawah dari 3.5 – 10 juta rupiah untuk sekali menggunakan jasa mereka dengan pengikut pada akun *Instagram* sebanyak 7.117 pengikut.

Dari ketiga *vendor* fotografi pernikahan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti *vendor* Tesera Pictures. Adapun hal menarik yang dimiliki Tesera Pictures sehingga peneliti ingin menelitinya yaitu usaha tersebut hanya menggunakan media sosial *Instagram* sebagai media dalam menyampaikan pesan-pesan pemasaran dan hanya dengan pengikut *Instagram* sebanyak 3.693 pengikut dapat bersaing dengan *vendor* foto yang memiliki lebih dari 5.000 pengikut, yang dimana banyak *vendor* fotografi pernikahan memanfaatkan beragam jenis media sosial sebagai media

pemasaran tetapi Tesera Pictures hanya menggunakan *Instagram* sebagai media pemasaran terhitung 7 tahun semenjak didirikannya pada tahun 2017. Adapun dalam hal ini, selama berdirinya selama 7 tahun kantor Tesera Pictures hanya berupa rumah dari *owner* itu sendiri dan belum memiliki studio foto sendiri. Peneliti juga tertarik untuk meneliti pemasaran yang dilakukan *vendor* Tesera Pictures melalui media sosial Instagram.

Secara singkat Tesera Pictures merupakan usaha jasa di bidang fotografi dan videografi pernikahan yang berdomisili di Jakarta Timur yang didirikan pada tahun 2017 oleh Aditya Wardana dan teman-teman perkuliahannya, mereka merupakan kelompok yang gemar dan hobi di bidang fotografi yang sebelum didirikannya *vendor* Tesera Pictures mereka sudah berada diranah industri fotografi.



Gambar 1.2 Akun Media Sosial Tesera Pictures

Sejak berdirinya pada tahun 2017 sampai sekarang yang terhitung sudah berjalan 7 tahun, Tesera Pictures merupakan *vendor* fotografi yang sudah banyak dikenal dikalangan dunia fotografi pernikahan. Akun media sosial *Instagram* Tesera Picture sendiri sudah memiliki 3.694 pengikut dan memiliki *postingan* sebanyak 237 *postingan* yang dimana semua *postingan* tersebut berisikan hasil foto dari para *client* yang pernah menggunakan jasa Tesera Pictures sebagai dokumentasi pernikahan mereka.

Adapun hal menarik yang dilakukan *vendor* Tesera Pictures dalam melakukan pemasaran melalui media sosial, yaitu dengan cara melakukan *repost* atau mengirim ulang cerita ataupun *postingan Instagram* dari para *client* yang pernah menggunakan jasa mereka. Secara tidak langsung, promosi yang mereka lakukan melalui *client* yang pernah menggunakan jasa mereka dengan cara menandai profil *Instagram vendor* Tesera Pictures di setiap *postingan* yang dilakukan oleh para *client*. Hal tersebut sangat berpengaruh bagi *vendor* tersebut, karena melalui hal tersebut mereka jadi dikenal oleh masyarakat luas baik dari para *followers* atau pengikut dari *client* bahkan teman-teman seperti *Wedding Organizer, Make Up Artist*, bahkan dari tim dekorasi. Dari *vendor* sendiri biasa memberikan *watermark* atau penanda pada foto atau video yang mereka buat sebagai orisinalitas konten yang mereka buat.

Berdasarkan pemaparan data diatas, dalam hal ini peneliti tertarik untuk membuat skripsi dengan judul “Pemasaran Akun Instagram @teserapictures dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Fotografi Pernikahan”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka dapat diuraikan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana pemasaran akun instagram @teserapictures dalam meningkatkan pengguna jasa fotografi pernikahan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan dalam penelitian ini, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pemasaran akun Instagram @teserapictures dalam meningkatkan pengguna jasa fotografi pernikahan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dari penelitian yang peneliti lakukan dapat berguna bagi banyak pihak, diantaranya :

### 1.4.1 Manfaat Teoristis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan khususnya di bidang Ilmu Komunikasi yang berhubungan dengan pemasaran melalui instagram yang sangat berguna bagi suatu usaha dan juga diharapkan dapat menjadi sumbangsih bagi para mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya dibidang Periklanan dalam hal ini dapat dijadikan sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi *vendor* fotografi pernikahan Tesera Pictures dalam penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana dalam menyampaikan pesan-pesan pemasaran dalam meningkatkan pengguna jasa fotografi pernikahan dan juga penambahan wawasan pengetahuan dalam memahami bagaimana cara pemasaran melalui instagram.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah pemahan dan penelaahan penelitian. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang materinya sebagian besar menyempurnakan usulan penelitian yang berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara terperinci yang memuat teori penelitian, konsep, dan pendekatan yang berhubungan dengan penelitian. Pada bab ini terdiri dari penelitian terdahulu yang relevan, pengertian dari kajian kepustakaan, kerangka pemikiran dan teori pendukung lainnya.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang metode yang digunakan. komponen tersebut berasal dari pendekatan penelitian, penentuan informasi, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan hasil-hasil penelitian untuk memberikan jawaban dari masalah penelitian serta menganalisis data secara reduktif, penyajian data, dan verifikasi. Pada bab ini, peneliti menjelaskan melalui sub bab.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran adalah bab terakhir dari penelitian ini, dimana pada bab ini membahas seluruh hasil dari penelitian dan kesimpulan dari masalah yang diteliti untuk mencapai tujuan dari penelitian, yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan tentang Pemanfaatan Instagram Sebagai



Media Pemasaran Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa  
Fotografi Wedding Pada Akun Instagram @teserapictures.

