

**AKTIVITAS PROMOSI STUDIO JASA FOTOGRAFI PADA
“ALVIN PHOTOGRAPHY” TAHUN 2017-2018**

SKRIPSI



**Rais Pancutama
NIM. 20130530261**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 15 Juli 2019
Tempat : Ruang Multimedia Ilmu Komunikasi
Dengan nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



(Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn.)

Penguji I



(Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP, M.Sc)

Penguji II

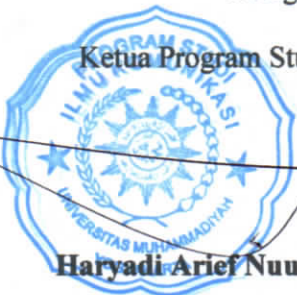


(Sovia Sitta Sari, SIP., M.Si.)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada tanggal 15 Juli 2019

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 15 Juli 2019

Rais Pancautama

HALAMAN MOTTO

“Positive life starts from positive thinking”

“Saya tidak terlalu memikirkan masa depan yang mata saya tidak sampai melihatnya, tetapi apa yang saya kerjakan hari ini melampaui masa depan”

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “**Aktivitas Promosi Studio Jasa Fotografi pada “Alvin Photography” Tahun 2017-2018**” Penyusunan tugas akhir skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Yogyakarta. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan segala sesuatu yang terbaik untuk umatnya. Terima Kasih atas kesehatan, kelancaran, dan petunjuk serta ridho yang telah Engkau berikan.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai guru di dalam hidupku dan sebagai pemberi syafa'at di yaumul akhir nantinya, amin.
3. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Dr. Titin Puwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak Haryadi Arif Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

6. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP.,S..Sn., M.Sn. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukannya kepada penulis.
7. Bapak Haryadi Arif Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku dosen Penguji I yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
8. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si selaku dosen Penguji II yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
9. Mas Alvin Fauzie, Mas Arfi setiawan dan segenap Tim Alvin Photography yang selalu memberikan informasi dan data untuk penulisan Skripsi ini.
10. Seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta angkatan 2013, semoga tali silaturahmi ini tidak akan terputus.

Serta seluruh pihak yang telah memberikan bantuan yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu, Terima kasih yang sebanyak-banyaknya dan hanya doa yang dapat Penulis panjatkan semoga Allah SWT selalu memberikan yang terbaik. Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Juli 2019

Rais Pancutama

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori	7
1. Konsep Strategi	7
2. Konsep Komunikasi	11
3. Komunikasi Pemasaran.....	13
4. <i>IMC (Integrated Marketing Communication)</i>	20
5. Konsep Penjualan.....	24
F. Metode Penelitian	27

1. Jenis Penelitian.....	27
2. Subjek Penelitian	27
3. Teknik Pengumpulan Data.....	27
4. Teknik Analisis Data.....	29
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	31
A. Sejarah Alvin Photography	31
B. Produk-produk Alvin Photography	34
C. Proses Kerja Alvin Photography	37
D. Struktur Organisasi Alvin Photography	38
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian	46
B. Analisis Hasil Penelitian (Pembahasan).....	62
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Eksterior Kantor Alvin Photography.....	31
Gambar 2.2. Interior Kantor Alvin Photography	32
Gambar 2.3. Interior Kantor Alvin Photography	33
Gambar 2.4. Sampel Foto Alvin Photography	34
Gambar 2.5. Sampel Foto Alvin Photography	35
Gambar 2.6. Sampel Foto Alvin Photography	36
Gambar 2.7. Proses Kerja Alvin Photography	38
Gambar 2.8. Struktur Organisasi Alvin Photography	39
Gambar 3.1. Foto Instagram dan Baliho Alvin Photography.....	43
Gambar 3.2 Foto Baliho Alvin Photography Simpang Tiga (lampu merah) Gejayan	46
Gambar 3.3 Foto Media Iklan Alvin Photography Di Facebook Page	48
Gambar 3.4 Foto Paket Promosi Alvin Photography Trip Japan.....	49
Gambar 3.5 Foto Wedding Expo Alvin Photography	52
Gambar 3.6 Diagram SWOT Usaha Alvin Photography	61

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Rais Pancautama (20130530261)

Aktivitas Promosi Studio Jasa Fotografi pada “Alvin Photography” Tahun 2017-2018

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas promosi studio jasa fotografi pada “Alvin Photography” Tahun 2017-2018. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Subyek atau narasumber yang akan dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini adalah pemilik Alvin Photography, bagian marketing Alvin Photography, perwakilan konsumen Alvin Photography. Teknik analisa data dapat dilakukan dengan model analisis kualitatif. Hasil penelitian bahwa strategi promosi penjualan Alvin Photography dalam bentuk *advertising* adalah pemasangan baliho, *campaign* tahunan, dan memasang iklan di media sosial yaitu di *instagram*, *facebook*, dan *web* serta menggunakan jasa *buzzer-buzzer* yang populer di media sosial. Dalam bentuk *sales promotion* menawarkan *discount* harga paket foto melalui media sosial, paket *pre wedding* atau paket diskon khusus. Dalam bentuk *publicity* memanfaatkan komunitas-komunitas komunitas fotografi, mengadakan lomba fotografi berhadiah, media cetak seperti majalah dan koran, media baliho. Dalam bentuk *personal selling* telfon ke klien, iklan di Line, konsumen datang langsung ke studio dan dapat langsung bertemu dengan *sales marketing*, mengajak kerjasama vendor-vendor *wedding venue*, *wedding organizer*, *makeup artist*, dll. Dalam bentuk *direct marketing* bekerjasama dengan beberapa perusahaan vendor yang kategorinya berkaitan dengan *wedding*, mengikuti pameran pernikahan, dan DM secara langsung dengan cara memberikan informasi melalui email/telfon. Hambatan-hambatan dalam menerapkan strategi promosi penjualan dari segi *advertising*, *sales promotion*, *publicity*, *personal selling*, dan *direct marketing* adalah memasang iklan di baliho membutuhkan biaya yang terlalu mahal, beberapa konsumen terkadang kurang mengetahui seperti apa foto yang bagus, persaingan harga yang antar vendor, saat bekerjasama sama dengan *wedding organizer* yang sudah menetapkan harga tertentu, dan banyaknya pesaing dengan harga yang bersaing. Dampak *advertising*, *sales promotion*, *publicity*, *personal selling*, dan *direct marketing* terhadap jumlah konsumen Alvin Photography adalah klien bertambah, masyarakat mengetahui Alvin Photography, ada peningkatan penjualan dan karya Alvin Photography menjadi lebih dikenal, klien merasa lebih dekat dan lebih mudah untuk mendapatkan informasi Alvin Photography, dan adanya kerjasama dengan klien.

Kata Kunci : Strategi, Promosi Penjualan Fotografi, Jumlah Konsumen.

ABSTRACT

Aktivitas Promosi Studio Jasa Fotografi “Alvin Photography” Tahun 2017-2018

The purpose of this study was to determine promotion activity of photography studio on "Alvin Photography" in increasing the number of consumers in 2017-2018. This type of research is qualitative descriptive. The subjects or informants who will be used as informants in this study are the owners of Alvin Photography, Alvin Photography's marketing department, Alvin Photography's consumer representative. Data analysis techniques can be done with a qualitative analysis model. The results of the study that Alvin Photography's sales promotion strategy in the form of advertising is installing billboards, annual campaigns, and placing advertisements on social media namely on Instagram, Facebook, and the web and using buzzer-buzzer services popular on social media. In the form of sales promotion offers a discounted price of photo packages through social media, pre wedding packages or special discount packages. In the form of publicity, the community of photography community uses prize photography competitions, print media such as magazines and newspapers, billboards. In the form of personal selling telephone to clients, advertisements on Line, consumers come directly to the studio and can meet directly with sales marketing, inviting collaboration of wedding venue vendors, wedding organizers, makeup artists, etc. In the form of direct marketing in collaboration with several vendor companies whose categories are related to weddings, attend wedding fairs, and DM directly by providing information via email/telephone. Barriers to implementing sales promotion strategies in terms of advertising, sales promotion, publicity, personal selling, and direct marketing is to place advertisements on billboards that are too expensive, some consumers sometimes do not know what good photos are, price competition between vendors , when cooperating with wedding organizers who have set certain prices, and many competitors at competitive prices. The impact of advertising, sales promotion, publicity, personal selling, and direct marketing on the number of consumers Alvin Photography is a growing client, people know Alvin Photography, there is an increase in sales and Alvin Photography works are better known, clients feel closer and easier to get Alvin's information Photography, and cooperation with clients.

Keywords: Strategy, Photography Sales Promotion, Number of Consumers.