

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NOMOR SKRIPSI**5528/KOM-D/SD-S1/2023****STRATEGI PENGELOLAAN STUDIO FOTO AKAPHOTOGRAPHY
DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN**

UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:**M. FAHMI SALEH. S****11840311774**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

RIAU**2023**



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : M. Fahmi Saleh. S
NIM : 11840311774
Judul : Strategi Pengelolaan Studio Foto Akaphotography dalam Menarik Minat Pelanggan

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 02 Januari 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 02 Januari 2023

Dekan



Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP.19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Rosmita, M.Ag
NIP.19741113200501 2 005

Sekretaris/ Penguji II,

Edison, M.Ikom
NIK. 130 417 119

Penguji III,

Usman, M.I.Kom
NIK.130 417 119

Penguji IV,

Mardiah Rubani, M.Si
NIP.19790302 200701 2 023



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

JUDUL

**STRATEGI PENGELOLAAN STUDIO FOTO AKAPHOTOGRAPHY
DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN**

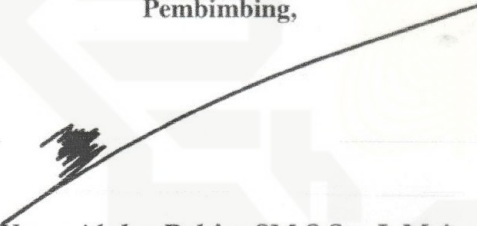
Disusun Oleh:

NAMA : M. FAHMI SALEH. S

NIM : 11840311774

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 22 Desember 2022

Pembimbing,


Umar Abdur Rahim SM,S.Sos.I.,M.A
NIK. 130417025

UIN SUSKA RIAU



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : M. Fahmi Saleh. S
 NIM : 11840311774
 Tempat/ Tgl. Lahir : Keritang/ 24 September 2000
 Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
 Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* :

STRATEGI PENGELOLAAN STUDIO FOTO AKAPHOTOGRAPHY DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya menyatakan:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 18 Oktober 2022

Yang membuat pernyataan

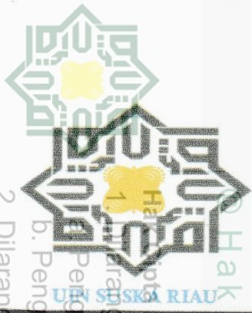


M. Fahmi Saleh. S

NIM. 11840311774

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : M. Fahmi Saleh. S
 NIM : 11840311774
 Judul : Strategi Inovasi Akaphotography di Masa Pandemi dalam Memepertahankan Bisnis Fotografinya

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Jum'at
 Tanggal : 18 Februari 2022

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 18 Februari 2021

Penguji Seminar Proposal

Penguji I

Intan Kemala S.Sos., M.Si
 NIP. 19810612 200801 2 017

Penguji II

Febby Amalia Trisakti, M.Si
 NIP. 19940213 201903 2 015

UIN SUSKA RIAU

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Diindungi Undang-Undang

mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau



Pekanbaru, 22 Desember 2022

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : M. Fahmi Saleh. S

NIM : 11840311774

Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan Studio Foto Akaphotography
Dalam Menarik Minat Pelanggan

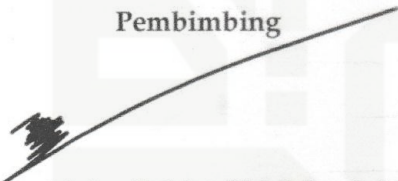
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

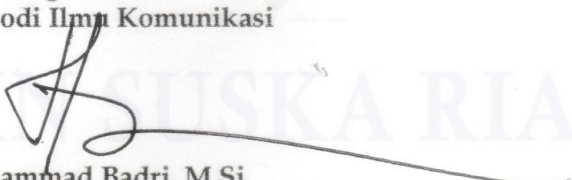
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing


Umar Abdur Rahim SM, S.Sos.I., M.A.
NIK. 130417025

Mengetahui :
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi


Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRAK

Nama : M. Fahmi Saleh. S

NIM : 11840311774

Judul : Strategi Pengelolaan Studio Foto Akaphotography Dalam Menarik Minat Pelanggan

Pada era globalisasi adanya manajemen atau pemasaran berdampak terhadap suatu perusahaan. Dengan adanya manajemen yang baik perusahaan bisa bersaing di dalam pasar serta mendapatkan laba dan keuntungan yang telah ditargetkan. Masyarakat modern saat ini memiliki ruang informasi yang sangat luas, hal ini disebabkan karena arus perkembangan teknologi informasi yang terus berkembang seiring waktu. Berbagai industri bisnis saat ini dituntut untuk merencanakan strategi- strategi pemasaran produknya agar mampu menghadapi persaingan pasar. Salah satu bidang bisnis yang sekarang marak di kalangan masyarakat adalah bisnis fotografi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pengelolaan studio foto akaphotography dalam menarik minat pelanggan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori Pengelolaan George R. terry yang disebut teori POAC, *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan) dan *Controlling* (Pengawasan). Hasil penelitian ini adalah pengelola akaphotography merencanakan strategi pemasaran dengan media sosial. Strategi yang direncanakan adalah dengan memberikan diskon dan pelayanan foto pada bidang baru yaitu *babyborn* dan foto produk. Pemilik akaphotography menentukan target pasar masyarakat kota Pematangsiantar dan segmentasi usia milenial dan generasi 90-an. Media sosial yang digunakan adalah Facebook, Instagram dan WhatsApp. Pemilik akaphotography melakukan pengawasan terhadap aktifitas media sosialnya dengan melakukan kontrol untuk mengetahui apakah target pasar terpenuhi dengan aktifitas promosi yang dilakukan.

Kata Kunci : Strategi, Pengelolaan, Studio Foto Akaphotography, Media Sosial

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRACT

Name : M. Fahmi Saleh. S

Major : Communication Science

Title : Management Strategy of Akaphootgraphy Photo Studio in Attracting Costumer

In the era of globalization, management or marketing has an impact on a company. With good management, companies can compete in the market and get targeted profits and benefits. Today's modern society has a very wide information space, this is due to the current development of information technology which continues to develop over time. Various business industries are currently required to plan marketing strategies for their products in order to be able to face market competition. One of the business fields that is currently booming among the public is the photography business. The purpose of this study is to find out how the management strategy of the akaphotography photo studio attracts customer interest. The method used is descriptive qualitative. The theory used is George R. terry's Management theory which is called the POAC theory, Planning, Organizing, Actuating and Controlling. The result of this research is that the akaphotography manager plans a marketing strategy with social media. The planned strategy is to provide discounts and photo services in new areas, namely baby born and product photography. The owner of akaphotography determines the target market for Pematangsiantar city residents and the millennial and 90s generation segmentation. The social media used are Facebook, Instagram and WhatsApp. The owner of akaphotography supervises their social media activities by exercising control to find out whether the target market is fulfilled with the promotional activities carried out.

KeyWords : Strategy, Management, Akaphotography Photo Studio, Social Media

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil ‘alamin. Segala ungkapan rasa syukur kepada Allah SWT.,atas segala nikmat yang tak pernah putus, hidayah yang selalu diberikan serta nikmat kesempatan yang tak ada duanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat dan salam semoga terlimpah curah dan tak pernah putus lidah untuk mengucapkannya kepada baginda Rasulullah, Muhammad SAW., yang telah membebaskan umat manusia dari belenggu kegelapan zaman jahiliyyah, menjadi teladan bagi manusia dan rahmat seluruh sekalian alam.

Skripsi dengan judul “Strategi Pengelolaan Studio Foto Akaphotography dalam Menarik Minat Pelanggan” merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki penuli, maka dengan tangan dan hati terbuka penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan di masa yang akan datang.

Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput mendapatkan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Teristimewa dan yang dikhususkan terima kasih kepada kedua orang tua penulis, ayahanda Imron.S dan ibunda Ratmini, yang selalu memberikan dukungan moral yang tulus dan doa yang tak pernah putus. Terima kasih atas segala kasih sayang yang tidak akan pernah bisa tergantikan dan terbalaskan. Serta ucapan terima kasih kepada kedua adik saya Anggi Ira Putri dan Angga Ray Putra yang menjadi salah satu motivasi penulis untuk tetap melakukan yang terbaik.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan keterbatasan ide dan sumber



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendukung untuk melengkapi skripsi ini. Walau demikian, penulis benar-benar merasakan bantuan dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam merampungkan skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas. M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag Selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd Selaku Wakil Rektor II, Bapak Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D Selaku Wakil Rektor III.
3. Bapak Dr.Imron Rosidi, S.Pd, M.A Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
4. Bapak Dr.Masduki, M.Ag Selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr.Toni Hartono, M.Si Selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr.H.Arwan, M.Ag Selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr.Muhammad Badri, SP., M.Si Selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom Selaku Sekretaris Jurusan Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
7. Bapak Yantos, S.IP., M.Si Selaku Penasehat (PA) dan dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu begitu banyak dan telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan.
8. Bapak Umar Abdur Rahim SM, S.Sos.I MA., selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan dan arahan sehingga penulisan skripsi ini bisa terselesaikan.
9. Untuk Dosen serta pegawai Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Seluruh karyawan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dan mempermudah penulis mendapatkan buku hingga penulis menyelesaikan penelitian ini.
11. Kepada pemilik Akaphotography, Bapak Amri yang telah memperkenalkan peneliti melakukan penelitian serta membanru dalam kelancaran peneliti.
12. Terima kasih untuk kakak Cica Wahyuni yang sudah mau memberikan arahan dan memarahi peneliti apabila malas-malasan.
13. Terima kasih untuk warga Kos Elit Jilid II yang selalu menjadi tempat pulang, bersenda gurau dan bercengkrama hingga larut, teman-teman terbaik semasa masa kuliah. Sukses selalu utntuk kita semua.
14. Terima kasih kepada Focus Fotografi yang menjadikan peneliti lebih berkembang di dunia fotografi dan sebagai tempat berproses.
15. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu selama menjalani proses perkuliaan di UIN Suska Riau Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Broadcasting*. Penulis juga memohon atas segala kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat selama perkuliahan berlangsung baik yang disengaja maupun tidak sengaja.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari perbaikan dimasa mendatang.

Pekanbaru, 01 November 2022
Penulis,

M. FAHMI SALEH. S
NIM. 11840311774



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	6
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Kajian Terdahulu.....	11
B. Landasan Teori.....	20
1. Strategi.....	20
2. Pengelolaan.....	23
3. Teori Pengelolaan George R. Terry.....	27
4. Minat.....	29
C. Kerangka Pemikiran.....	32
BAB 3 METODE PENELITIAN	34
A. Desain Penelitian.....	34
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Sumber Data Penelitian.....	35



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Informan Penelitian.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Validitas Data.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
BAB 4 GAMBARAN UMUM	40
A. Sejarah Perusahaan.....	40
B. Letak Geografis Perusahaan.....	41
C. Visi dan Misi Akaphotography	41
D. Struktur Organisasi Perusahaan	41
E. Logo	43
F. Jam Operasional	43
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan.....	60
BAB VI PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jam Operasional.....	43
Tabel 5.1 Informan Kunci.....	44
Tabel 5.2 Informan Pelengkap.....	44



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Fikir.....	33
Gambar 4.1 Logo Akaphotography.....	42
Gambar 5.1 Media Sosial Facebook yang dikelola bapak Amri.....	54
Gambar 5.2 Media Sosial Facebook dan Instagram yang dikelola Trikanti	54
Gambar 5.3 WhatsApp bisnis Akaphotography	55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian.....	74
Lampiran 2 Draft Wawancara 1.....	79
Lampiran 3 Draft Wawancara 2.....	80



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Kondisi pertumbuhan bisnis sekarang ini cukup tinggi, dimana dapat dilihat dari tumbuhnya perusahaan-perusahaan dengan produk yang sejenis sebagai pesaing, sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Dalam hal ini perusahaan hendaknya mengetahui pasar, dimana produk atau jasa yang diproduksi akan ditawarkan atau dipasarkan.

Menurut ahli ekonomi Koetler mendefinisikan perusahaan jasa adalah perusahaan yang dalam proses produksinya atau manfaat yang ditawarkan ke pihak yang lain pada dasarnya tidak berwujud fisik serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.¹ Sedangkan menurut Priansa menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara menguntungkan bagi perusahaan.²

Pada era pasar global sekarang, adanya manajemen atau strategi pemasaran yang sangat baik berdampak bagi suatu perusahaan, dengan adanya manajemen pemasaran yang baik, perusahaan bisa bersaing di dalam pasar serta mendapatkan laba dan keuntungan yang sudah ditargetkan tersebut. Pemasaran dan marketing berperan sangat penting dalam sebuah bisnis tetapi sering kali juga pemasaran ini tidak diprioritaskan. Marketing tidak sama dengan jualan karena marketing bukan hanya sekedar jualan saja, kemudian banyak yang kurang menyadari penerapan strategi marketing yang baik dan benar akan memberikan efek yang sangat kuat terhadap perusahaan

¹ Taufik Hidayat., dkk., *Strategi Pemasaran Seven Studio Manna Bengkulu Selatan*. Jurnal Ekombis – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, Vol. 10 No 2 Juli 2022. Hal1026.

² ibid

dan bisnis yang sedang dibangun, terutama pada situasi-situasi tertentu seperti pandemi dan krisis ekonomi.

Pandemi covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus Sars-CoV-2, umum dikenal dengan *Coronavirus*.³ Penyakit ini pertama kali ditemukan di kota Wuhan, Provinsi Hubei, China, dan sejak saat itu menyebar secara global, mengakibatkan pandemi coronavirus 2019-2020.⁴ Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO (*World Health Organization*) mendeklarasikan wabah coronavirus 2019-2020 sebagai Kesehatan Masyarakat Darurat Internasional (PHEIC) pada 30 Januari 2020 dan menjadi Pandemi pada 11 Maret 2020.⁵

Covid-19 pertama kali dilaporkan di Indonesia pada tanggal 2 Maret 2020 sejumlah 2 kasus.⁶ Sejak saat itu Indonesia dibawah kepemimpinan Presiden Joko Widodo membuat berbagai upaya untuk dapat meminimalisasi tingkat penularan covid-19, salah satunya dengan memberlakukan peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB).⁷ Melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 tentang PSBB dalam Rangka Percepatan Penangan Covid-19, Indonesia mengatur pelaksanaan PSBB dan penerapannya. Sejak dikeluarkannya aturan PSBB tersebut setiap daerah turut melaksanakannya.⁸

Hal serupa juga terjadi di kota Pematangsiantar, Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara. Melalui Surat Edaran Walikota Pematangsiantar Nomor 440/1613/III/2020 tentang Penanggulangan Pencegahan Serta

³ Yenti Sumarni. *Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Al-Intaj. Volume 5, No 2, 2020. Halaman 46-47

⁴ *ibid*

⁵ Eman Supriatna, *Wabah Corona Virus Disease Covid 19 Dalam Pandangan Islam*, SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i 07, no. 06 (2020). hlm. 556.

⁶ Adityo Susilo et al., "Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini Coronavirus Disease 2019: Review of Current Literatures," Jurnal Penyakit Dalam Indonesia 07, no. 01 (2020). hlm. 46.

⁷ Pratama, N. A., & Hidayat, D. (2020). Pengetahuan dan Perilaku Masyarakat Memaknai Social Distancing. Jurnal Digital Media & Relationship

⁸ Hidayat, D., & Noeraida. (2020). *Pengalaman Komunikasi Siswa Melakukan Kelas Online Selama Pandemi COVID-19*. Jurnal Ilmu Komunikasi Efek, vol, 3 No 2, 172



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Suhastra Kasim Riau

Peningkatan Kewaspadaan Terhadap Penularan Covid-19, agar seluruh elemen masyarakat Kota Pematangsiantar untuk meningkatkan kewaspadaan terhadap penyebaran dan sebagai upaya pencegahan terjadinya peningkatan Covid-19, salah satunya adalah dengan mensosialisasikan gerakan *Social Distancing*.⁹

Pandemi yang terjadi menyebabkan iklim perekonomian menjadi tidak stabil. Sektor industri dan non-industri seperti industri kreatif dan jasa juga turut terkena dampaknya, salah satunya sektor fotografi seperti Akaphotography yang berada di kota Pematangsiantar. PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) menyebabkan penurunan aktifitas masyarakat untuk melakukan kegiatan seperti pernikahan, acara formal atau nonformal, hingga aktifitas pemotretan di dalam studio. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Akaphotography, studio mengalami kerugian akibat tidak adanya aktifitas pemotretan yang berlangsung selama masa pandemi, terutama ketika PSBB masih ketat.¹⁰ Sebelum pandemi Akaphotography mampu menerima *job* pemotretan maksimal 5 hari dalam seminggu, sedangkan pada masa pandemi Akaphotography kehilangan pelanggan akibat tidak adanya kegiatan yang membutuhkan jasa dokumentasi.

Usaha di bidang fotografi adalah usaha yang banyak bergerak di lapangan, dimana keterlibatan banyak orang atau massa menjadi salah satu kondisi kerja yang tidak dapat dihindari, dimana dampak dari diberlakukannya kebijakan *social distancing* menyebabkan kegiatan sosial yang memerlukan jasa dokumentasi jauh berkurang, dimana banyak sekali fotografer *wedding* harus membatalkan pemotretan, baik di dalam studio, dalam daerah atau di luar kota karena sebagian besar lokasi ditutup.¹¹

⁹ Calen, Beatrice Nathania, dan William Liang. *Pengaruh Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Minat Mengajukan Pinjaman Kredit pada CUM Caritas HKBP Pematangsiantar*. Jurnal EK&BI, Volume 4, Nomor 2, Desember 2021, hal 669

¹⁰ Wawancara dengan pemilik AKpaphotography, Juli 2022.

¹¹ Tjin, E. (2020). Dunia Fotografi Tak Akan Sama Lagi Setelah Corona? <https://inet.detik.com/>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pasca pandemi akaphotography kembali aktif melakukan pemotretan. Studio foto lain yang ada di kota Pematangsiantar juga turut aktif kembali seperti sedia kala. Seiring dengan membaiknya kondisi perekonomian masyarakat membuat daya beli masyarakat kembali meningkat. Dengan demikian pemilik Akaphotography membutuhkan strategi pengelolaan yang tepat agar mampu menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa foto yang ditawarkan dan mampu bersaing dengan studio foto lain yang ada di kota Pematangsiantar.

Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, tetapi konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Keinginan inilah yang harus dimengerti oleh Akaphotography sebagai produsen menjadi landasan untuk melakukan proses pengelolaan dan pemasaran yang tepat agar mampu menarik minat masyarakat.

Salah satu upaya Akaphotography dalam menarik minat pelanggan adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadah promosi. Media sosial memberikan akses kepada semua orang untuk dapat mencari informasi dan hiburan. Media sosial pada praktiknya juga dapat dimanfaatkan sebagai wadah promosi bagi pelaku usaha mengingat pangsa pasar yang diberikan cukup luas, dengan menjangkau seluruh lapisan masyarakat tanpa melihat strata sosial maupun batasan usia dan wilayah. Pengelolaan media sosial dengan konten yang menarik akan meningkatkan perhatian dan menarik minat masyarakat untuk menggunakan Akaphotography sebagai tim dokumentasi acara yang dilakukan oleh masyarakat Kota Pematangsiantar.

Masyarakat modern saat ini memiliki ruang informasi yang sangat luas, hal ini disebabkan karena arus perkembangan teknologi informasi yang terus berkembang seiring waktu. Berbagai industri bisnis saat ini dituntut untuk merencanakan strategi strategi pemasaran produknya agar mampu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

menghadapi persaingan pasar. Salah satu bidang bisnis yang sekarang marak di kalangan masyarakat adalah bisnis fotografi. Fotografi adalah sebuah karya seni. Kata fotografi berasal dari Yunani yaitu "photo" yang berarti cahaya dan "graphein" yang berarti menggambar.

Dalam istilah fotografi yaitu cara untuk menghasilkan gambar dan foto dari obyek dan dengan merekam cahaya yang dihasilkan oleh pantulan cahaya tersebut yang mengenai obyek. Dalam fotografi juga menghasilkan cahaya yang tepat untuk menghasilkan gambar yang sangat bagus dan digunakan bantuan alat ukur yaitu lightmeter. Bisnis fotografi ini yang sangat pesat saat ini menjadikan pihak yang bergerak di bidang bisnis jasa dokumentasi ini diharuskan untuk melakukan strategi pemasaran yang komunikatif dengan kata lain menjalankan prinsip komunikasi pemasaran terpadu tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara pra-riset dengan pengelola Akaphotography, dalam memanfaatkan media sosial sebagai wadah promosi pengelola Akaphotography belum maksimal dalam menggunakan potensi maksimal yang bisa diberikan media sosial. Selama ini dari pra-pandemi hingga pandemi berlangsung pemasaran yang dilakukan hanya menggunakan pemasaran langsung, yaitu dengan cara bertemu dengan *client* di lapangan. Pasca pandemi pengelola Akaphotography mulai menyadari keberadaan media sosial dan potensinya yang bisa menguntungkan usaha studio foto yang dikelola.

Dengan pemaparan latar belakang yang telah peneliti jabarkan, menguatkan peneliti untuk meneliti dan mengambil judul **"Strategi Pengelolaan Studio Foto Akaphotography dalam Menarik Minat Pelanggan"**.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kekeliruan dan perbedaan pemahaman dalam pengertian atau istilah yang digunakan, maka perlu kiranya didefinisikan secara operasional atau penegasan istilah, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi adalah perencanaan dan manajemen (*planning and management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹² Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.¹³ Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting untuk menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya.

2. Pengelolaan

Menurut Nugroho, pengelolaan merupakan istilah yang dipakai dalam ilmu manajemen. Secara etimologi istilah pengelolaan berasal dari kata kelola (*to manage*) dan biasanya merujuk pada proses mengurus atau menangani sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁴ Sedangkan menurut Syamsi, pengelolaan adalah proses, cara, perbuatan pengelolaan yang membantu merumuskan kebijakan dan tujuan organisasi atau yang memberikan pengawasan suatu hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dan pencapaian tujuan dengan menggunakan tenaga orang lain.¹⁵

¹² Onong Uchjana Effendi. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik* (Bandung: PT. Rosda Karya, 2004), hal 32.

¹³ Fanji Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2000) hal 17

¹⁴ Nugroho, Bunafit. 2013. *Dasar Pemograman Web PHP – MySQL dengan Dreamweaver*. Yogyakarta : Gava Media. Hal 119.

¹⁵ Syamsi, I. (2008). *Pengelolaan Surat Masuk dan Keluar*. Jakarta: Bina Aksara.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Akaphotography

Akaphotography merupakan sebuah studio foto yang memberikan layanan jasa fotografi yang berada di kota Pematangsiantar, Sumatera Utara.

4. Pandemi Covid-19

Pandemi merupakan penyakit yang menyebar di wilayah yang luas, misalnya beberapa benua, atau di seluruh dunia. *Coronavirus Disease* adalah penyakit jenis baru yang disebabkan oleh virus yang dinamakan dengan *Syndrome Coronavirus 2* (SARS CoV-2). Sumber utama terinfeksi Covid-19 adalah pasien yang terinfeksi baik yang bergejala maupun yang tidak menimbulkan gejala. Pasien yang terinfeksi Covid-19 dapat menimbulkan adanya gejala ringan seperti flu sampai adanya infeksi paru-paru seperti *pneumonia*.¹⁶

5. Fotografi

Kata dari fotografi berasal dari dua istilah yunani: *photo* dari *phos* (cahaya) dan *graphy* dari *graphe* (tulisan atau gambar). Maka makna harfiah fotografi adalah menulis atau menggambar dengan cahaya. Dengan ini maka identitas fotografi bisa digabungkan menjadi kombinasi dari sesuatu yang terjadi secara alamiah (cahaya) dengan kegiatan yang diciptakan oleh manusia dengan budaya (menulis dan menggambar/melukis).¹⁷ Pada dasarnya fotografi adalah kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mendapatkan hasil yang kita inginkan. Fotografi dapat dikategorikan sebagai teknik dan seni. Dalam bukunya *Jurnalistik Foto: Suatu Pengantar*, Gani & Kusumalestari,¹⁸ bahwa fotografi sebagai teknik adalah mengetahui cara-cara memotret

¹⁶ Efriza. *Covid-19*. Baiturrahman Medical Journal. Volume 1 No 1, September 2021. Hal 61

¹⁷ Bull, S. *Photography*. (New York: Routledge. 2010) hal 5

¹⁸ Rita Gani, Ratri Rizki Kusumalestari. *Jurnalistik Foto: Suatu Pengantar*. (Bandung: Simbiosia Rekatama Media. 2013) hal 4



dengan benar, mengetahui cara-cara mengatur pencahayaan, mengetahui cara-cara pengolahan gambar yang benar, dan semua yang berkaitan dengan fotografi sendiri.

Fotografi tidak bisa didasarkan pada berbagai teori tentang bagaimana memotret saja karena akan menghasilkan gambar yang sangat kaku, membosankan dan tidak memiliki rasa. Fotografi harus disertai dengan seni. Fotografi merupakan sebuah seni, oleh karena itu untuk dapat menghasilkan karya seni maka fotografer harus mempelajari hal-hal berkaitan dengan teknik fotografi yang baik. Dengan mempelajari teknik fotografi serta sering mempraktekannya, maka fotografer akan semakin memahami estetika dari sebuah foto agar menghasilkan foto yang indah, menarik dan memiliki jual yang tinggi.¹⁹

6. Minat

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti kata minat ialah keinginan yang tinggi didasarkan dalam diri.²⁰ Menurut Getzel minat adalah suatu disposisi yang terorganisir melalui pengalaman yang mendorong seseorang untuk memperoleh objek khusus, aktivitas, dan pemahaman dan keterampilan untuk tujuan perhatian atau pencapaian.²¹ Minat secara umum dapat diartikan sebagai rasa tertarik yang ditunjukkan oleh individu kepada suatu objek, baik objek berupa benda hidup maupun benda yang tidak hidup. Dalam hal ini adalah kecenderungan memiliki ketertarikan untuk menggunakan jasa fotografi yang ditawarkan untuk mendokumentasikan moment ataupun kegiatan yang dilakukan.

¹⁹ Hamzah. Dunia Fotografi. (Jakarta: Raja Garfindo Persada. 2012). Hal 5

²⁰ Moeljadi, David, dkk, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima, Jakarta : Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 2016

²¹ Kunandar. *Penilaian autentik (penilaian hasil belajar peserta didik berdasarkan berdasarkan kurikulum 2013)*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2014) hal 113

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Rumusan Masalah

Setelah melihat latar belakang yang ada, maka peneliti dapat merumuskan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini. Adapun identifikasi masalahnya yaitu bagaimana strategi inovasi yang diterapkan Akaphotography di masa pandemi dalam menarik minat pelanggan di masa pandemi melalui media sosial.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan, adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa Strategi inovasi yang diterapkan Akaphotography di masa pandemi dalam menarik minat pelanggan melalui media sosial.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi sehingga menjadi bahan literasi serta tolak ukur dalam penelitian yang bermanfaat dan memberikan wawasan pengetahuan kalangan akademis mengenai strategi inovasi. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat berjalan sesuai dengan perkembangan di dunia komunikasi yang semakin pesat.

2. Manfaat Praktis

Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata 1 (satu) S.I,Kom di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

F. Sistematika Penulisan

Bentuk sistematika penulisan hasil penelitian ini di susun dalam enam bab dengan bentuk sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan mengenai latar belakang, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR

Bab ini membahas mengenai kajian teori, kajian terdahulu dan kerangka fikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai bagaimana jenis pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisi data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum Studio Foto Akaphotography yang mengemukakan sejarah Akaphotography, visi & misi, dan struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penyajian data hasil wawancara, dengan informan bagaimana Strategi Inovasi Akaphotography di Masa Pandemi dalam Mempertahankan Bisnis Fotografinya.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Dalam upaya mempermudah peneliti dalam melakukan kajian ini, maka peneliti melakukan perbandingan kajian ini dengan kajian terdahulu yang relevan.

1. Kajian relevan yang peneliti amati adalah jurnal penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Seven Studio Manna Bengkulu Selatan.²² Penelitian ini membahas strategi pemasaran yang dilakukan oleh seven studio manna dalam meningkatkan minat pembeli. Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT yang ada pada Seven studio, bahwasannya penerapan strategi pada perusahaan tersebut menggunakan Growth Oriented Strategy. Dari hasil penelitian nilai internal sebesar 0.95 dan nilai eksternal sebesar 1,71. Hal ini dikarenakan, pada diagram cartesius analisis SWOT ditunjukkan bahwa nilai total skor berada pada kuadran pertama dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Seven studio Manna memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat mempertahankan dan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan serta mengatasi berbagai ancaman yang ada di seven studio manna Bengkulu selatan.

Persamaan artikel penelitian ini adalah membahas strategi pemasaran dalam mengupayakan menarik minat pelanggan. Selain itu, jenis penelitian yang digunakan juga sama yaitu penelitian kualitatif. Perbedaan yang terdapat ialah pada lokasi penelitian, dimana penelitian ini dilakukan di kota

²² Taufik Hidayat, dkk., *Strategi Pemasaran Seven Studio Manna Bengkulu Selatan*. Jurnal Ekombis Review. Vol 10 no 2, Juli 2022



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

Bengkulu Selatan sedangkan penelitian yang penulis lakukan di kota Pematangsiantar, Sumatera Utara. Analisis yang digunakan juga berbeda, dimana peneliti menggunakan analisis menggunakan metode Triangulasi, sedangkan jurnal penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT.

2. Kajian terdahulu berikutnya adalah jurnal penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Bisnis Fotografi di Studio Foto La Vanilla Banjarmasin.²³ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui menggambarkan Peran Komunikasi Pemasaran yang diterapkan oleh LA Vanilla Studio Foto Banjarmasin dalam menjalankan bisnis fotografinya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Persamaan antara penelitian ini dengan penulis adalah sama-sama mengkaji strategi inovasi pada masa pandemi dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran terpadu atau IMC merupakan konsep pemasaran yang memang dijalankan oleh LA Vanilla Studio Foto Banjarmasin karena kesadaran pihak manajemen terhadap pasar fotografi yang mulai ramai persaingannya sehingga membutuhkan strategi komunikasi pemasaran dan dalam meraih konsumen, Manajemen LA Vanilla Studio Foto Banjarmasin menggunakan strategi direct marketing, sales promotion, public relation, personal selling, advertising, dan event atau sponsorship.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi pemasaran yang dilakukan oleh studio foto. Perbedaan mendasar pada penelitian ini adalah fokus kajian yang dilakukan. Dimana penelitian ini berfokus pada komunikasi pemasaran terpadu, sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus pada strategi pengelolaan.

²³ Muhammad Rizky. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Bisnis Fotografi di Studio Foto La Vanilla Banjarmasin*. Repository Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad AlBanjari.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kajian relevan selanjutnya adalah Skripsi Fitri Alam Nasyroh, Strategi Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo.²⁴ Skripsi ini meneliti tentang bagaimana pengelolaan akun media sosial instagram dalam menyampaikan informasi di kota Ponorogo. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan, yaitu: (1) Akun @infoponorogo dalam mendapatkan informasi yaitu menentukan konten terlebih dahulu kemudian menentukan target sasaran, dan menyusun jadwal posting. (2) Akun @infoponorogo mengolah informasi dengan melakukan penyusunan pesan berupa pemilihan foto atau video disertai pembuatan caption yang menarik. (3) Penyampaian informasi akun @infoponorogo menggunakan fitur-fitur yang ada di instagram seperti feed, instastory, dan Instagram TV. Proses penyampaian informasi ini menghasilkan feedback dari follower berupa respon positif dan respon negatif yang dapat diketahui dari kolom komentar dan juga fitur insight, feedback inilah yang kemudian dijadikan evaluasi akun @infoponorogo sebagai media informasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama membahas strategi pengelolaan dan penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Perbedaan terletak pada objek kajian dimana penelitian ini dilakukan pada media sosial @infoponorogo.

4. Kajian terdahulu berikutnya adalah Strategi Pengelolaan Air Limbah Sentra UMKM Batik yang Berkelanjutan di Kabupaten Sukoharjo.²⁵ Penelitian ini membahas dampak yang ditimbulkan dari air limbah organik industri batik dalam jumlah besar. Desa sukoharjo merupakan desa dengan UMKM batik yang potensial dalam mendukung perekonomian warganya. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan AHP dalam penelitiannya.

²⁴ Fitri Alam Nasyroh, *Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo*. Skripsi IAIN Ponorogo. 2020.

²⁵ M. Wawan Kurniawan. *Strategi Pengelolaan Air Limbah Sentra UMKM Batik yang Berkelanjutan di Kabupaten Sukoharjo*. Jurnal Ilmu Lingkungan. Volume 11 No 2, 2013



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil penelitian menjelaskan Pengelolaan air limbah UMKM Batik di Desa Banaran secara optimal dan berkelanjutan memerlukan pengkajian, perencanaan, kerjasama dan kemitraan di antara stakeholders dalam pengelolaan air limbah UMKM Batik yaitu pemerintah Kabupaten Sukoharjo melalui instansi terkait, UMKM Batik, masyarakat dan sektor swasta pelaku CSR sebagai perwujudan dari paradigma *good governance* dalam kerangka pembangunan yang berkelanjutan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah metode analisis yang digunakan yaitu SWOT dan AHP sedangkan penulis menggunakan metode triangulasi. Perbedaan selanjutnya adalah jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif sedangkan penulis menggunakan metode kualitatif.

5. Penelitian terdahulu berikutnya yaitu Strategi Pengelolaan Pemasaran Pendidikan Anak Usia Dini.²⁶ Artikel ini yaitu membahas mengenai bagaimana strategi-strategi pengelolaan pemasaran Yang digunakan di lingkungan Pendidikan Anak usia dini. Yang dimana disetiap lembaga diperlukan adanya strategi pemasaran untuk menarik orang tua anak didik atau lingkungan sekitar terhadap lembaganya. Yang dimana pemasaran ini dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang dimiliki oleh lembaga satuan pendidikan. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif dengan hasil penelitian dalam melakukan pemasaran lembaga paud memerlukan adanya media manajemen pemasaran yang akan menyampaikan isi pemasaran seperti Brosur, poster dan iklan cetak.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif dengan fokus kajian strategi pengelolaan. Perbedaan mendasar penelitian ini adalah objek kajian dimana penelitian

²⁶ Anggi Sirka Rinta, dkk., *Strategi Pengelolaan Pemasaran Pendidikan Anak Usia Dini*. Jurnal Multidisipliner Bharasumba. Volume 01 No 01, April 2022



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini meneliti pemasaran pendidikan PAUD sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah pengelolaan studio foto.

6. Jurnal penelitian Strategi Promosi Stuja Coffee Jakarta Selama Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial,²⁷ bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan Stuja coffee Jakarta selama masa pandemi Covid-19, perbedaan penjualan Stuja Coffee Jakarta sebelum pandemi Covid-19 dan setelah pandemi Covid-19 dan mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh Stuja Coffee Jakarta selama masa pandemi Covid-19 sebelum menggunakan media sosial dan setelah menggunakan media sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terjadinya penurunan penjualan di masa pandemi Covid-19 di Stuja Coffee Jakarta yang disebabkan karena adanya himbauan dari Pemerintah yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan himbauan toko tutup sementara yang membuat masyarakat memilih untuk tetap dirumah. Strategi Promosi yang dijalankan oleh stuja coffee Jakarta adalah strategi *advertising, sales promotion, public relations and publicity, dan direct marketing*. Dan perbedaan strategi promosi yang dilakukan Stuja Coffee Jakarta selama masa pandemi Covid-19 sesudah menggunakan media sosial adalah terbentuknya media sosial e-commerce yaitu Shopee.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah pada lokasi penelitian, dimana penelitian ini dilakukan pada sebuah coffeshop, yaitu Stuja Coffe di Jakarta dan penelitian yang penulis lakukan berada di studio foto Akaphotography di Pematangsiantar. Selain itu objek penelitian ini juga berbeda, dimana pada penelitian ini yang menjadi objek penelitiannya adalah strategi pemasaran sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah strategi inovasi, namun persamaannya adalah sama-sama membahas strategi bertahan dan menarik pelanggan dimasa pandemi.

²⁷ Gadis Felinia Herina, dkk. *Jurnal penelitian Strategi Promosi Stuju Coffee Jakarta Selama Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial*. Jurnal Universitas Telkom Bandung. Vol 7 No 4, Agustus 2021.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Penelitian terdahulu selanjutnya adalah skripsi Strategi Pengelolaan Usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin.²⁸ bahwa usaha Fotokopi Cahaya ini sudah lama berjalan yaitu sekitar 12 tahun, sejak tahun 2005 sampai 2017 kemudian karena banyaknya mempunyai pelanggan tetap. Serta belum diketahuinya apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada pada usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada strategi pengelolaan usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin, dan alternatif strategi pengelolaan apa saja serta prioritas strategi pengelolaan apakah yang tepat bagi usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin.

Hasil penelitian diperoleh data mengenai faktor internal perusahaan. Didapatkan kekuatan yang saat ini dimiliki perusahaan, yaitu: pelayanan yang baik, tempat yang strategis, kualitas fotokopi, harga yang ekonomis, memberikan diskon, keahlian pemilik fotokopi. Faktor internal yang menjadi kelemahan perusahaan, yaitu: kesalahan dalam melayani pelanggan, sangat bergantung pada listrik, mesin terbatas, promosi yang kurang luas, mesin sering error. Dari data mengenai faktor eksternal perusahaan. Didapatkan peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan, yaitu: promosi, kecenderungan mahasiswa memfotokopi materi kuliah daripada membeli buku, mampu mengerjakan pekerjaan dalam partai besar, dibutuhkan semua kalangan, usaha jangka panjang. Data yang menjadi ancaman bagi perusahaan, yaitu: banyaknya pesaing, kenaikan bahan baku, adanya pengadaan mesin di sebuah perusahaan masing-masing, lambatnya perbaikan mesin. Adapun dari hasil analisis SWOT diperoleh beberapa alternatif strategi pengelolaan dan yang paling diprioritaskan bagi usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin yaitu menambah mesin/memperbaharui mesin yang lama dengan mengganti

²⁸ Nurul Aida. *Strategi Pengelolaan Usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin*. Skripsi UIN Antasari. 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mesin yang baru agar kualitas hasil fotokopi tetap terjaga dan tidak mengecewakan pelanggan.

Persamaan penelitian ini adalah menggunakan analisis kualitatif, namun penelitian ini juga menggunakan analisis kuantitatif. Objek kajian penelitian merupakan hal yang berbeda dalam penelitian ini, dimana peneliti ini dilaksanakan di usaha fotokopi cahaya di Banjarmasin, sedangkan penelitian yang penulis lakukan di studio foto akaphotography di Pematangsiantar.

8. Penelitian dengan judul Pemanfaatan Fotografi Melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan Siantar Zoo pada Masa Pandemi Covid-19,²⁹ dilakukan untuk menjawab permasalahan bagaimana strategi pemasaran, pemanfaatan fotografi yang dilakukan Siantar Zoo agar tetap mempertahankan eksistensi dalam menjaga wisatawan pada masa pandemi untuk datang ke Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah data model Miles dan Huberman.

Adapun hasil penelitian ini berdasarkan uji hipotesis adalah terdapat strategi komunikasi pemasaran melalui pemanfaatan fotografi melalui media sosial terhadap menjaga jumlah wisatawan pada masa pandemi untuk datang berkunjung lebih banyak lagi. Hasil analisis kualitatif menunjukkan bahwa dari aspek kepuasan pengunjung, mereka masih membutuhkan adanya banyak tiket promo untuk pengunjung. Keberhasilan strategi komunikasi pemasaran melalui pemanfaatan fotografi di Wisata Siantar Zoo yaitu tetap terus memberikan pelayanan yang baik, selalu

²⁹ Saragih, Rico Andrian. *Pemanfaatan Fotografi Melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan Siantar Zoo pada Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Tahun 2022.

memberikan informasi terbaru melalui sosial media berupa Instagram serta tetap menjaga citra nama baik Wisata Siantar Zoo.

Jurnal penelitian ini memiliki lokasi yang sama yaitu kota Pematangsiantar. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dimana pada jurnal penelitian ini dilakukan pada tempat wisata Siantar Zoo dan penelitian yang penulis lakukan berada di Studi Foto Akaphootgraphy. Berbeda dengan penelitian yang penulis lakukan, jurnal penelitian ini memiliki latar belakang bagaimana meningkatkan aktifitas kunjungan pada tempat wisata Siantar Zoo, sedangkan penelitian yang penulis lakukan adalah menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa fotografi studio foto Akaphotography.

9. Jurnal penelitian selanjutnya adalah jurnal ekonomi, bisnis dan akuntansi dengan judul Pengaruh Kapabilitas Pemasaran untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Masa Pandemi Covid-19.³⁰ Tujuan penelitian ini untuk mengetahui besarnya pengaruh kapabilitas pemasaran terhadap keunggulan bersaing pada ekonomi kreatif fotografi di Kota Sukabumi. Objek pada penelitian ini adalah kapabilitas pemasaran dan keunggulan bersaing. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif asosiatif yaitu metode dengan menggunakan perhitungan statistik yang bertujuan untuk mengetahui besarnya atau kecilnya pengaruh dari dua variabel bebas ataupun lebih. Teknik analisis data yaitu dimulai dari uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas, selain itu dukung pula dengan uji-f, koefisien kolerasi ganda, koefisien determinasi, regresi linear berganda, serta uji-t untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kedua variabel independen atau bebas yang diteliti terhadap variabel dependen atau terikat. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh signifikan kapabilitas pemasaran terhadap keunggulan bersaing sebesar 0,001 karena

³⁰ Mochamad Maulana Hasan Jaelani, dkk. *Penagaruh Kapabilitas Pemasaran untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing pada Masa Pandemi Covid-19*. Journal of Economic, Business and Accounting. Volume 5 Nomor 2, Januari 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

$t < 0,05$. Dari hasil tersebut, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kapabilitas pemasaran terhadap keunggulan bersaing.

Perbedaan pada penelitian ini terlihat jelas pada pendekatan yang digunakan. Jurnal penelitian yang diteliti oleh Mochamad Maulana ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

10. Jurnal penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi,³¹ adalah jurnal penelitian yang membahas pemasaran yang dilakukan oleh perusaah kopi Morfee Coffe. Penerapan PSBB menjadi pukulan telak bagi industri kopi, khususnya industri kedai kopi. Namun kemunculan jenis kedai kopi baru yang memanfaatkan strategi pemasaran digital memiliki potensi sebagai jalan keluar dalam menjawab permasalahan yang ada. Morfee Coffee terpaksa harus menutup kedainya dan sejak 2020 imbas pandemi covid-19 hingga kini merubah model bisnisnya berfokus pada pemasaran digital dalam menjawab tantangan di masa pandemi. Hal inilah yang menjadikan alasan Morfee Coffee dilirik sebagai fokus penelitian. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretatif dan menggunakan 7 bauran pemasaran serta SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Morfee Coffee belum sepenuhnya melakukan pemasaran digital yang efektif, namun jika Morfee Coffee mengoptimalkan strategi pemasaran digitalnya, Morfee Coffee dapat memiliki model bisnis berkelanjutan di tengah pandemi.

Perbedaan jurnal penelitian ini terletak pada fokus kajian dan metode penelitian yang digunakan. Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dan menggunakan metode penelitian SWOT. Perbedaan selajutnya ada pada tempat penelitian di mana penelitian ini dilakukan pada Morfee Coffee sedangkan penelitian yang penulis lakukan berada di Studi foto Akaphotogrpahy.

³¹ Sandy Adhitia, Mega Puspita Perwira Jaya. *Strategi Pemasaran Digital Produk Minuman Kopi di Masa Pandemi*. Journal of Research on Business and Tourism. Volume 1. No.1, Juni 2021.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Landasan Teori

Dalam bab ini, disajikan kerangka teori yang nantinya akan menjadi acuan dalam penelitian ini. Sehingga dalam kerangka teori ini berupa teori—teori dengan tujuan memfasilitasi jawaban teoritis atas masalah dan dengan adanya kerangka teori ini konsep-konsepnya akan dibentuk untuk memfasilitasi implementasi studi penelitian.

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu.³²

Secara umum strategi mempunyai pengertian suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam usaha mencapai sasaran yang telah ditentukan.³³ Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Martin-Anderson merumuskan strategi adalah seni di mana membutuhkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan. Jadi strategi merupakan berpikir dan rencana yang digunakan untuk menjalankan suatu kegiatan yang pada akhirnya ingin mendapatkan tujuan yang diinginkan pada kegiatan tersebut.³⁴

³² Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008), hal 3

³³ Syaiful Bahri Djamarah dan Aswin Zain. *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), hal 5

³⁴ https://www.academia.edu/40485569/BUKU_STRATEGI_KOMUNIKASI diakses 4 Januari 2023.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Dalam menangani masalah komunikasi, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai.³⁵

Strategi dasar dari setiap usaha meliputi empat masalah, yaitu:

- a. Mengidentifikasi dan penetapan spesifikasi dan kualifikasi yang harus dicapai dan menjadi sasaran usaha tersebut dengan mempertimbangkan aspirasi masyarakat yang menemukan.
- b. Pertimbangan dan penetapan pendekatan utama yang mampu mencapai sasaran.
- c. Pertimbangan dan penetapan langkah-langkah yang ditempuh sejak awal dan akhir.
- d. Pertimbangan dan penetapan tolak ukur dan ukuran buku yang akan digunakan.

Jadi diterapkan dalam konteks bisnis keempat strategi dasar tersebut dapat digunakan dengan:

- a. Mengidentifikasi serta menetapkan spesifikasi perubahan perilaku dan pola bisnis di masa tertentu.
- b. Memilih sistem pendekatan seperti sistem pemasaran yang dinilai memiliki efektifitas yang baik dalam menjangkau target pasar di masyarakat.

Dari beberapa penjabaran di atas dapat dipahami bahwa strategi merupakan suatu rencana yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan yang

³⁵ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, 64.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diinginkan. Secara makro, lingkungan perusahaan atau lembaga tersebut dalam membentuk atau menentukan strateginya akan dipengaruhi oleh unsur-unsur kebijakan umum (*public policy*), budaya yang dianut (*culture*), sistem perekonomian dan teknologi yang sudah dikuasai. Sedangkan secara mikro, visi dan misi perusahaan, sumber daya manusia dan sumber daya lainnya yang dikuasai, sistem perorganisasian dan rencana atau program dalam jangka pendek maupun jangka panjang, serta tujuan dan sasaran yang ingin dicapai merupakan faktor komponen mikro pembentukan strategi sebuah perusahaan.³⁶

b. Tujuan Strategi

Menurut Effendy terdapat empat tujuan dalam strategi komunikasi sebagai berikut: Pertama, *To Secure Understanding* yaitu untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi. Kedua, *To Establish Acceptance*, yaitu bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik. Ketiga, *To Motivate Action* yaitu penggiatan untuk memotivasinya. Keempat, *To Goals Which Communicator Sought To Achieve* yaitu bagaimana mencapai tujuan yang hendak dicapai oleh pihak komunikator dari proses komunikasi tersebut.

Berikut adapun beberapa tujuan strategi inovasi.

a. Meningkatkan Kualitas

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu pelanggan pengguna jasa layanan mau menggunakan dan tetap bertahan pada suatu brand, merek, atau perusahaan. Seiring dengan berjalannya waktu, barang yang diproduksi akan semakin ketinggalan jaman karena tidak bisa memenuhi kebutuhan konsumen masa kini. Inovasi perlu dilakukan baik melalui

³⁶ Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal 140.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tambahan fitur atau menambahkan kemampuan baru, hal ini akan meningkatkan keunggulan produk dari produk sebelumnya.

b. Memenuhi Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan

Selain meningkatkan kualitas, tujuan strategi inovasi dilakukan adalah untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan dari pelanggan. Pelanggan akan menuntut pelaku usaha untuk melakukan inovasi pada produk atau jasa. Dengan memenuhi kebutuhan yang diinginkan atau dibutuhkan calon konsumen hal ini akan menggiring semakin banyak konsumen baru yang tertarik dengan produk yang dibuat.

2. Pengelolaan

a. Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan adalah proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijaksanaan dan pencapaian tujuan. Secara umum pengelolaan merupakan kegiatan merubah sesuatu hingga menjadi baik berat memiliki nilai-nilai yang tinggi dari semula. Pengelolaan dapat juga diartikan sebagai untuk melakukan sesuatu untuk melakukan sesuatu agar lebih sesuai serta cocok dengan kebutuhan sehingga lebih bermanfaat.

Nugroho mengemukakan bahwa Pengelolaan merupakan istilah yang dipakai dalam ilmu manajemen.³⁷ Secara etomologi istilah pengelolaan berasal dari kata kelola (*to manage*) dan biasanya merujuk pada proses mengurus atau menangani sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Jadi pengelolaan merupakan ilmu manajemen yang berhubungan dengan proses mengurus dan menangani sesuatu untuk mewujudkan tujuan tertentu yang ingin dicapai.

³⁷ Nugroho, Bunafit. 2013. Dasar Pemograman Web PHP – MySQL dengan Dreamweaver. Yogyakarta : Gava Media. Hal 119.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan menurut Syamsu menitikberatkan pengelolaan sebagai fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, pengorganisasian dan pengontrolan untuk mencapai efisiensi pekerjaan.

Sementara Terry mengemukakan bahwa pengelolaan sama dengan manajemen sehingga pengelolaan dipahami sebagai suatu proses membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni agar dapat menyelesaikan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.³⁸

Pengelolaan atau yang sering disebut manajemen pada umumnya sering dikaitkan dengan aktivitas-aktivitas dalam organisasi berupa perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pengarahan, dan pengawasan. Istilah manajemen berasal dari kata kerja *to manage* yang berarti menangani, atau mengatur. Dari pengertian pengelolaan di atas, dapat disimpulkan bahwa Pengertian Pengelolan yaitu bukan hanya melaksanakan suatu kegiatan, yang meliputi fungsi-fungsi manajemen, seperti perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien.

b. Tujuan Pengelolaan

Tujuan pengelolaan adalah agar segenap sumber daya yang ada seperti, sumber daya manusia, peralatan atau sarana yang ada dalam suatu organisasi dapat digerakan sedemikian rupa, sehingga dapat menghindarkan dari segenap pemborosan waktu, tenaga dan materi guna mencapai tujuan yang diinginkan. Pengelolaan dibutuhkan dalam semua organisasi, karena tanpa adanya pengelolan atau manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit.

Disini ada beberapa tujuan pengelolaan :

³⁸ George Terry, 2009, Dasar-Dasar Manajemen, Bumi Aksara, Jakarta, hal 9



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Untuk pencapaian tujuan organisasi berdasarkan visi dan misi.
2. Untuk menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan. Pengelolaan dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran dan kegiatan yang saling bertentangan dari pihak yang berkepentingan dalam suatu organisasi.
3. Untuk mencapai efisien dan efektivitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara yang berbeda. Salah satu cara yang umum yaitu efisien dan efektivitas.

Tujuan pengelolaan akan tercapai jika langkah-langkah dalam pelaksanaan manajemen di tetapkan secara tepat, Afifiddin,³⁹ menyatakan bahwa langkah- langkah pelaksanaan pengelolaan berdasarkan tujuan sebagai berikut:

1. Menentukan strategi
2. Menentukan sarana dan batasan tanggung jawab
3. Menentukan target yang mencakup kriteria hasil, kualitas dan batasan waktu.
4. Menentukan pengukuran pengoperasian tugas dan rencana.
5. Menentukan standar kerja yang mencakup efektivitas dan efisiensi
6. Menentukan ukuran untuk menilai
7. Mengadakan pertemuan
8. Pelaksanaan
9. Mengadaan penilaian
10. Mengadakan review secara berkala.
11. Pelaksanaan tahap berikutnya, berlangsung secara berulang-ulang

³⁹ Afifiddin 2010, Pengantar administrasi Pembangunan, Bandung : Alfabeta, hal 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan uraian diatas bahwa tujuan pengelolaan tidak akan terlepas dari memanfaatkan sumber daya manusia, sarana dan prasarana secara efektif dan efisien agar tujuan organisasi tercapai.

c. Fungsi Pengelolaan

Menurut Terry dalam Sobri, dkk, mengartikan fungsi pengelolaan sebagai usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya melalui usaha orang lain. Fungsi pengelolaan atau manajemen terdiri dari :

1. Perencanaan (*Planning*) Perencanaan mempunyai arti penentuan mengenai program tenaga kerja yang akan mendukung pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
2. Pengorganisasian (*Organizing*) Organisasi dibentuk untuk merancang struktur hubungan yang mengaitkan antara pekerjaan, karyawan, dan faktor-faktor fisik sehingga dapat terjalin kerjasama satu dengan yang lainnya.
3. Pengarahan (*Directing*) Pengarahan terdiri dari fungsi staffing adalah penempatan orang-orang dalam struktur organisasi, sedangkan fungsi leading dilakukan pengarahannya SDM agar karyawan bekerja sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.
4. Pengawasan (*Controlling*) Adanya fungsi manajerial yang mengatur aktivitas-aktivitas agar sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan oleh organisasi sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, bila terjadi penyimpangan dapat diketahui dan segera dilakukan perbaikan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Teori Pengelolaan George R. Terry

Manajemen sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen berorientasi pada proses (*process oriented*) yang berarti bahwa manajemen membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan agar aktivitas menjadi lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam mencapai kesuksesan. Oleh sebab itu, tidak akan ada organisasi yang akan sukses apabila tidak menggunakan manajemen yang baik.

George R. Terry, 1958 dalam bukunya *Principles of Management* membagi empat fungsi dasar manajemen, yaitu *Planning* (Perencanaan), *Organizing* (Pengorganisasian), *Actuating* (Pelaksanaan) dan *Controlling* (Pengawasan). Keempat fungsi manajemen ini disingkat dengan POAC.

1. Perencanaan (*planning*) adalah memilih fakta dan penghubungan fakta-fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan-perkiraan atau asumsi-asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.
2. Pengorganisasian (*organizing*)
Pengorganisasian tidak dapat diwujudkan tanpa ada hubungan dengan yang lain dan tanpa menetapkan tugas-tugas tertentu untuk masing-masing unit. George R. Terry dalam bukunya *Principles of Management* mengemukakan tentang *organizing* sebagai berikut, yaitu “*Organizing is the determining, grouping and arranging of the various activities needed necessary for the attainment of the objectives, the assigning of the people to these activities, the providing of suitable physical factors of environment and the indicating of the relative authority delegated to each respective activity.*” Artinya: pengorganisasian adalah tindakan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengusahakan hubungan- hubungan kelakuan yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat bekerja sama secara efisien, dan dengan demikian memperoleh kepuasan pribadi dalam hal melaksanakan tugas-tugas tertentu dalam kondisi lingkungan tertentu guna mencapai tujuan atau sasaran tertentu.

3. Actuating (*Pelaksanaan /Penggerakan*)

Menurut George R. Terry Penggerakan adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan.

4. Controlling (*Pengawasan*) Control mempunyai peranan atau kedudukan yang penting sekali dalam manajemen, mengingat mempunyai fungsi untuk menguji apakah pelaksanaan kerja teratur tertib, terarah atau tidak. Walaupun planning, organizing, actuating baik, tetapi apabila pelaksanaan kerja tidak teratur, tertib dan terarah, maka tujuan yang telah ditetapkan tidak akan tercapai. Dengan demikian control mempunyai fungsi untuk mengawasi segala kegiatan agar tertuju kepada sasarannya, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standard, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bilamana perlu melakukan perbaikan-perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan standard (ukuran).⁴⁰

⁴⁰<https://www.hestanto.web.id/teori-manajemen-menurut-george-r-terry/> diakses tanggal 4 Januari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dapat didefinisikan sebagai kecenderungan untuk melakukan respon dengan cara tertentu disekitarnya. Minat dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri. Sehingga apa yang telah dilihat seseorang tersebut tentu akan membangkitkan minat seseorang sejauh apa yang telah diliahtnya dan mempunyai hubungan dengan kepentingannya sendiri. Menurut De Vesta dan Thompson bahwa minat terbentuk melalui identifikasi. Prosesnya bermula sejak individu mencari perhatian dari orang yang disukainya, seperti orang tua, guru, dan lain sebagainya. Sebagai konsekuensinya ia berusaha untuk menjadi seperti mereka.⁴¹

Menurut Sardiman,⁴² minat diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhan sendiri, oleh karena itu apa yang dilihat seseorang sudah tentu akan membangkitkan minatnya sejauh apa yang dilihat itu mempunyai hubungan dengan kepentingannya sendiri.

Menurut Shaleh, minat adalah hal yang mengarahkan perbuatan pada suatu tujuan dan merupakan dorongan bagi perbuatan itu.⁴³ Dan menurut Makmun, minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan bahwa minat adanya pengertian subyek terhadap obyek yang menjadi sasaran karena obyek tersebut menarik perhatian dan menimbulkan

⁴¹ Cosynook, "Teori Minat", <https://cosynook.wordpress.com/2013/02/14/teori-minat/htm>, diakses tanggal 01 November 2022.

⁴² Sardiman, *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2012), Hlm. 76.

⁴³ Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004), Hlm. 42.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perasaan senang sehingga cenderung kepada obyek tersebut.⁴⁴ Minat pada diri kita tidak terjadi, apabila tidak ada yang mendorongnya.

Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat adalah sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan suatu yang diinginkan bila mereka bebas memilih. Dan minat juga merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka dan rasa takut. Karena minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respons yang tertarik pada situasi atau objek.

b. Ciri-ciri Minat

Dari beberapa pengertian minat, diketahui bahwa minat memiliki ciri-ciri dan karakteristik tertentu yang akan membedakan dengan pengertian lain seperti motivasi dan dorongan emosional lainnya. Menurut Crow dan Crow,⁴⁵ ciri-ciri minat antara lain:

1. Faktor terhadap obyek yang diminati secara sadar dan spontan, wajar tanpa paksaan. Faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak goyah oleh orang lain selama mencari barang yang disenangi.
2. Perasaan senang terhadap obyek yang memiliki perhatian. Faktor ini ditunjukkan dengan perasaan puas setelah mendapatkan barang yang diinginkan.
3. Konsistensi terhadap obyek yang diminati selama oyek tersebut efektif bagi dirinya.
4. Pencarian obyek yang diminati, faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak putus asa untuk mengikuti model yang diinginkan .

⁴⁴ Makmun, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: Aswaja Pressindo, 2013), Hlm. 137

⁴⁵ Elizabeth Bergner Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 1991), hlm 215.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Pengalaman yang didapat selama perkembangan individu dan bersifat bawaan, yang dapat menjadi sebab atau akibat dari pengalaman yang lalu, individu tertarik pada sesuatu yang diinginkan karena pengalaman yang dirasa menguntungkan bagi dirinya.

Dengan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat diperoleh dari adanya konsistensi terhadap obyek secara sendiri, spontan, wajar dan tanpa adanya paksaan. Adanya konsistensi tersebut diperoleh dari pengalaman yang diperoleh selama masa perkembangan individu dan tidak bersifat bawaan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Banyak hal yang dapat mempengaruhi minat, baik dari individu maupun lingkungan masyarakat, berikut beberapa faktor yang mempengaruhi minat.⁴⁶

1. Faktor dorongan dari dalam (Internal), merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit dan sebagainya. Jika individu merasa lapar ini akan menimbulkan minat untuk mencari makan.
2. Faktor motif sosial, merupakan faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktifitas demi memenuhi kebutuhan sosial, seperti contoh kebutuhan Hunting Foto demi memenuhi tugas pameran, dan sebagainya.
3. Faktor emosional, atau perasaan. Faktor faktor ini dapat memacu minat individu, apabila menghasilkan emosi atau perasaan senang, perasaan ini akan membangkitkan minat dan memperkuat minat yang sudah ada.

⁴⁶ Ibid, hlm 216

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat bersifat pribadi yang berkembang dimulai sejak kanak-kanak yang tertanam dalam diri individu ataupun dari lingkungan masyarakat.

Menurut Adityaromantika seseorang dikatakan berminat terhadap sesuatu bila individu itu memiliki beberapa unsur antara lain.⁴⁷

- a. Perhatian, seorang dikatakan berminat apabila seseorang disertai adanya perhatian, yaitu kreativitas jiwa yang tinggi yang semata-mata tertuju pada suatu objek, jadi seseorang yang berminat terhadap sesuatu objek pasti perhatiannya akan memusat terhadap sesuatu objek tersebut.
- b. Kesenangan, perasaan senang terhadap sesuatu objek baik orang atau benda akan menimbulkan minat pada diri seseorang, seseorang merasa tertarik kemudian pada saatnya timbul keinginan yang dikehendaki agar objek tersebut menjadi miliknya. Dengan demikian individu yang bersangkutan berusaha untuk mempertahankan objek tersebut.
- c. Kemauan, kemauan yang dimaksud adalah dorongan yang terarah untuk tujuan yang dikehendaki oleh akal pikiran. Dorongan ini akan melahirkan timbulnya sesuatu perhatian terhadap suatu objek. Sehingga dengan demikian akan muncul minat seseorang yang bersangkutan.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir dalam penelitian sangat dibutuhkan demi memudahkan penjelasan serta gambaran konsep alur mengenai sebuah

⁴⁷ Adityaromantika. 2010. Dalam Andayani, S.W. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Dalam Mengonsumsi Makanan Tradisional Daerah Tegal Di Warung Tegal (Warteg) Balek Maning Yogyakarta. www.Journal.ustjogja.ac.id. 08 Maret 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rumusan masalah yang ditampilkan dalam bentuk gambar. Pada penelitian ini gambar yang dimaksud mengacu pada bagaimana peneliti memahami dan membatasi fenomena atau masalah yang dibahas. Masalah utama yang akan dibahas pada penelitian ini adalah hanya berfokus pada Strategi Inovasi Studio Foto Akaphotography dalam menarik minat masyarakat di masa pandemi melalui media sosial. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model teori Pengelolaan George R. Terry.

Teori Pengelolaan George R. Terry digunakan untuk melihat dan menganalisis bagaimana rangkaian inovasi yang digunakan Akaphotography mampu menarik minat masyarakat ditengah masa pandemi. Dalam hal ini terdapat 4 tahapan utama yang akan menjadi fokus kajian penelitian ini, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Berdasarkan wacana diatas maka dapat secara sederhana dapat dijelaskan dalam gambar berikut ini.

Gambar 2.1 Kerangka Fikir



Sumber: Olahan Peneliti 2022

BAB 3 METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Ditinjau berdasarkan jenis pendekatan pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif berdasarkan pemikiran Strauss dan Corbin mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.⁴⁸ Dengan kata lain metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang mengumpulkan dan menganalisis data berupa kata-kata (lisan maupun tulisan) dan perbuatan-perbuatan manusia serta peneliti tidak berusaha menghitung atau mengkuantifikasikan data yang telah diperoleh dan dengan demikian tidak menganalisis data.⁴⁹

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau sampling sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman data (kualitas data) bukan banyaknya data (kuantitas).⁵⁰

Alasan penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif ialah, masih kurangnya data yang ditemukan mengenai strategi inovasi yang dilakukan oleh Akaphotography. Maka dari itu, penulis ingin melaksanakan pengamatan atau observasi untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif yang dilakukan pada sebuah sistem sosial. Penelitian deskriptif kualitatif juga diperkirakan tepat digunakan dalam penelitian yang membahas berbagai

⁴⁸ Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1996), 12.

⁴⁹ *Op, Cit.* 13.

⁵⁰ Rächmat Kriyanto. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta: Kencana, 2008) halaman 56-57.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Permasalahan yang dianggap membutuhkan studi menyeluruh seperti penelitian tingkah laku dari konsumen, imbas media, dan pelaksanaan suatu kebijakan. Tujuan dari penelitian kualitatif sendiri ialah mampu menggambarkan dan meringkas berbagai kejadian riil yang tengah terjadi di masyarakat yang menjadi sebuah objek penelitian. Penelitian yang dilakukan secara kualitatif berupaya menarik kejadian asli kepermukaan sebagai ciri khusus, watak, tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena tertentu.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Akaphotography, Jalan Perbatasan, Simpang Kerang, Sumber Jaya II (Dekat kantor KUA Siantar Martoba), Kec. Siantar Martoba, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara, pada srentang waktu bulan Juli hingga Agustus 2022.

C. Sumber Data Penelitian

Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.⁵¹ Sumber data penelitian selanjutnya terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut S, Nasution data primer adalah daya yang bisa didapatkan langsung dari lapangan atau tempat penelitian.⁵² Sedangkan menurut Lofland bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan merupakan sumber yang diperoleh dari lapangan dengan observasi, teknik sampling, dan foto-foto serta wawancara. Adapun dalam penelitian ini sumber data primer adalah pendiri sekaligus pemilik Studio Akaphotography.

⁵¹ *Op. Cit.* 112

⁵² Jalaludin Rachmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005),



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat-surat pribadi, buku harian, notula rapat perkumpulan, dan dokumen-dokumen resmi dari berbagai perusahaan atau instansi. Dapat dikatakan, bahwa informasi pada data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya harus didapatkan melalui orang lain yang berhubungan dan berbagai dokumen pendukung. Sumber data sekunder dapat memudahkan peneliti dalam mencari berbagai data-data serta mampu memberikan penjabaran dari hasil penelitian yang dapat meningkatkan berbagai kesimpulan, juga menghasilkan penelitian yang mempunyai tingkat keabsahan dan kebenaran yang tinggi.

D. Informan Penelitian

Persoalan besar yang dihadapi setiap penelitian adalah terbatasnya sumber daya khususnya dana dan waktu. Oleh karena itu berlaku prinsip efisiensi tanpa melemahkan penelitian itu sendiri.⁵³ Cara yang lazim digunakan untuk menekan biaya dan menghemat waktu adalah dengan tidak meneliti semua elemen (individu) dalam suatu populasi atau menentukan sampel penelitian yang menggambarkan sifat populasi yang hendak diteliti.

Informan dalam penelitian ini akan ditentukan secara purposive sampling. Teknik purposive sample adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini dapat diartikan sebagai suatu proses pengambilan sampel dengan cara menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang hendak diambil, kemudian pemilihan sampel dilakukan dengan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu, asal tidak menyimpang dari ciri-ciri sampel yang ditetapkan.

⁵³ Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 78



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Informan Kunci (*Key Informan*) merupakan para ahli yang sangat memahami dan dapat memberikan penjelasan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian dan tidak dibatasi dengan wilayah tempat tinggal. Informan kunci pada penelitian ini adalah pemilik jasa fotografi Akaphotography, yaitu Bapak Amri.
2. Informan Tambahan yaitu siapa saja yang ditemukan di wilayah penelitian yang diduga dapat memberikan informasi tambahan mengenai masalah yang diteliti. Informan tambahan pada penelitian ini yaitu pengguna jasa Akaphotography pada masa pandemi dan vendor seperti *Wedding Organizer* yang menggunakan Akaphotography.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara (*interview*) dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi (data) dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka (*face to face*).⁵⁴ Namun demikian, teknik wawancara dalam perkembangannya tidak harus dilakukan secara berhadapan langsung, melainkan dapat saja dengan memanfaatkan sarana komunikasi lain, misalnya telepon dan internet. Wawancara dilakukan dengan bertanya langsung kepada pemilik Akaphotography sebagai key informan yaitu Bapak Amri dan Saudari Trikanti.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian. Data yang diperoleh dari metode penelitian ini berupa cuplikan, kutipan, atau penggalan-penggalan dari catatan-catatan organisasi, klinis atau program; memorandum-memorandum dan korespondensi; terbitan

⁵⁴ Suyanto, Bagong. Sutinah,dkk. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. (Jakarta:Kencana, 2007), 69.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dan laporan resmi, buku harian pribadi, dan jawaban tertulis yang terbuka terhadap kuesioner dan survei.⁵⁵ Dalam hal ini dokumentasi yang didapatkan atau diambil adalah yang berkaitan dengan Akaphotography yang didapatkan melalui media sosial akaphotography.

F. Validitas Data

Validitas adalah persoalan yang berhubungan pertanyaan sejauh mana suatu alat ukur telah mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu alat pengukur dapat dikatakan valid atau sah apabila alat ukur tersebut telah digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁵⁶

Validitas membuktikan bahwa apa yang diamatai oleh peneliti sesuai dengan kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan sesuai dengan yang sebenarnya terjadi. Validitas data juga dikenal dengan keabsahan data, sehingga instrumen atau alat ukur yang digunakan akurat dan dapat dipercaya. Untuk menguji validitas data yang dikumpulkan menggunakan teknik triangulasi data atau triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain sebagai pembanding, yaitu dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian kualitatif.⁵⁷

Penulis akan membandingkan hasil wawancara informan dengan dokumentasi serta observasi kegiatan yang dilakukan oleh fotografer sekaligus pemilik Akaphotography dalam menerapkan strategi inovasi bisnis mereka sehingga dapat diperoleh data yang akurat mengenai bagaimana Strategi Inovasi Akaphotography Dimasa Pandemi Dalam Mempertahankan Bisnis Fotografinya.

⁵⁵ Suyanto, Bagong. Sutinah,dkk. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. (Jakarta:Kencana, 2007), 186.

⁵⁶ Jusuf Soewadi. *Pengantar Metode Penelitian*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012). Hal, 173

⁵⁷ Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1996). Hal 330.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

G. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, kemudian dilaksanakan pengolahan data dengan metode kualitatif. Setelah itu dilaksanakan analisis secara kualitatif dengan langkah-langkah sebagaimana dikemukakan oleh Lexy J. Moelong berikut.⁵⁸

- 1) Klasifikasi data, yakni mengelompokkan data sesuai dengan topik pembahasan.
- 2) Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari kembali data yang masih kurang dan mengesampingkan data yang kurang relevan.
- 3) Deskripsi data, yaitu menguraikan data secara sistematis sesuai dengan topik pembahasan.
- 4) Menarik kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian penjelasan ke dalam susunan yang singkat dan padat.

Berdasarkan langkah-langkah yang dilaksanakan dalam pengolahan data, maka analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah pengolahan data melalui analisis deskriptif kualitatif. Yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka serta dijelaskan dengan kalimat sehingga data yang diperoleh dapat dipahami maksud dan maknanya. Memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

⁵⁸ Lexy J. Moelong, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 11.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 4

GAMBARAN UMUM PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan

Akaphotography didirikan oleh bapak Amri, lulusan D3-Manajemen Komputer dari AMIK Tunas Bangsa Pematangsiantar. Ide mendirikan akaphotography muncul dari pengalaman pribadi bapak Amri pada saat melihat fotografer yang mendokumentasikan pernikahan salah seorang anggota keluarganya.

“Kayaknya kalo liat orang tersenyum di momen pentingnya gitu, dan kita ambil bagian sebagai pembuat dan perekam momen itu”, dari hal itu kemudian bapak Amri mulai tertarik dengan fotografi. Selain itu bapak Amri memikirkan peluang di lingkungan keluarga belum ada yang menjadi profesi fotografer serta ia pasti akan banyak membantu saudara-saudara untuk dokumentasikan acaranya karena jumlah saudara yang tinggal di Pematangsiantar cukup banyak.

Pada saat itu bapak Amri masih bekerja sebagai guru komputer di salah satu pesantren di Kab. Simalungun. Sebagai orang yang mulai tertarik dengan fotografi, dan memiliki ilmu editing pengolahan gambar saat ia menjadi mahasiswa, bapak Amri mulai mencicil untuk membeli peralatan yang dibutuhkan seperti kamera, Flash, dan yang lainnya. Serta ia mulai mengasah keterampilannya di bidang fotografi dengan ikut menjadi fotografer pembantu di acara pernikahan dan acara non-formal lainnya sampai pada akhirnya ia memberanikan diri untuk terjun langsung menjadi fotografer utama.

Pada tanggal 10 Oktober 2014, Akaphotography resmi berdiri. Pada saat itu, Akaphotography masih mengandalkan tetangga hingga sanak saudara sebagai pelanggannya. Pada pertengahan 2016, akaphotography mulai terjun fokus di wedding photography melalui kerjasama dengan penata rias pengantin. Seiring waktu Akaphotography mulai di kenal banyak orang, hingga kini Studio Foto Akaphotography berfokus pada konsep foto yang mengedepankan nilai estetika



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dan ketajaman foto dengan pelayanan foto *indoor* dan *outdoor*. Akaphotography juga melakukan pelayanan foto pra-wedding, wedding dan foto kegiatan formal maupun non-formal dengan tetap mengedepankan kepuasan pelanggan. Tujuan akaphotography yaitu untuk mencari profit dengan cara memberi kepuasan lebih kepada pelanggan melalui ide-ide untuk hasil foto yang memuaskan.

B. Letak Geografis Perusahaan

Studio Akaphotography merupakan studio foto yang berlokasi di jalan Medan, simpang kerang KM, 4,5, Kelurahan Sumber Jaya, Kecamatan Siantar Martoba, Kota Pematangsiantar. Akaphotography.

C. Visi dan Misi Akaphotography

Visi

Studio Foto Akaphotography mempunyai visi yaitu “Menjadikan Moment Spesial Bertambah Spesial”.

Misi

Studio Foto Akaphotography mempunyai misi yaitu:

1. Memberikan pelayanan maksimal pada setiap kegiatan pemotretan
2. Menyediakan fasilitas yang lengkap kepada pelanggan
3. Memberikan hasil terbaik dari setiap foto yang di cetak

D. Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing posisi dari struktur organisasi Studio Foto Akaphotography:

a. Pemilik

Pemilik dari akaphotography adalah bapak Amri sekaligus merupakan manager di Studio Foto Akaphotography. Tugas serta tanggung jawab pemilik adalah mengatur jadwal pemotren di dalam studio foto dan di luar

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

studio, memastikan seluruh rangkaian pemotretan berjalan dengan lancar, mengatur keuangan perusahaan, memberikan kompensasi kepada karyawan.

b. Fotografer

Posisi fotografer diisi oleh bapak Amri sendiri dan seorang pegawai tetap Trikanti. Selain itu apabila permintaan pemotretan sedang over atau ada jadwal bertabrakan maka bapak amri akan memperkerjakan fotografer lepas atau freelancer.

c. Videographer

Videograper atau kamerawan pada akaphotography bukan merupakan fokus utama, tetapi apabila ada permintaan dari pelanggan, akaphotography menyanggupi. Sejauh in posisi videographer diisi oleh freelancer videographer dan bapak amri sendiri dengan catatan tidak ada jam pemotretan.

d. Editor

Posisi editor sendiri diisi oleh bapak Amri dan Trikanti. Editor memiliki tanggung jawab untuk menyelesaikan proses editing pekerjaannya masing-masing, seperti melakukan cropping, retouch dan resampling. Kemudian hasil editing akan dicetak dan diberi kepada pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Logo

Gambar 4.1 Logo Akaphotography

Sumber: Dokumen milik Akaphotography tahun 2022

F. Jam Operasional

Jam operasional Studio Foto Akaphotography adalah sebagai berikut:

NO	Hari	Jam Operasional (WIB)
1	Senin	08.00-20.00
2	Selasa	08.00-20.00
3	Rabu	08.00-20.00
4	Kamis	08.00-20.00
5	Jum'at	08.00-20.00
6	Sabtu	08.00-20.00
7	Minggu	09.00-21.00

Tabel 4.1 Jam Operasional

Sumber: Olahan peneliti berdasarkan Jadwal Jam Operasional Akaphotography

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dan analisis serta pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa strategi pengelolaan studio foto Akaphotography dalam menarik minat pelanggan berdasarkan teori George R. Terry yang dimana terdapat empat fungsi dasar pengelolaan atau manajemen yaitu Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan dan Pengawasan POAC (*Planning, Organizing, Actuating and Controlling*).

Dalam proses pertama POAC, pemilik Studio Foto Akaphotography dalam proses perencanaan terlebih dahulu merumuskan strategi untuk menarik minat pelanggan dengan mengadakan diskon dan pelayanan foto pada bidang baru yaitu *babyborn* dan foto produk. Pada tahap pengorganisasian pemilik Akaphotography menentukan target pasar dari strategi yang telah ditentukan. Masyarakat yang menjadi target pasar adalah masyarakat daerah kota Pematangsiantar dengan segmen usia milenial dan generasi 90-an. Pada tahap ketiga yaitu pelaksanaan pemilik Akaphotography melakukan pemasaran menggunakan media sosial. Media sosial menjadi pilihan karena merupakan media promosi gratis dan memiliki efektifitas dan efisiensi dalam penggunaannya dalam menarik minat pelanggan. Tahap terakhir yaitu pengawasan, pemilik akaphotography melakukan kontrol terhadap aktifitas media sosialnya untuk mengetahui apakah target pasar terpenuhi dengan aktifitas promosi yang dilakukan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat saran yang dapat peneliti berikan kepada Studio Foto Akaphotography dalam menarik minat pelanggan sebagai berikut:

1. Hendaknya pengelolaan yang telah dilakukan dan diterapkan terus digunakan dan dikembangkan agar semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan tertarik untuk menggunakan jasa pemotretan yang ditawarkan studio foto akaphotography.
2. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya yang tertarik dengan permasalahan yang sama dapat mengkaji permasalahan ini lebih dalam dan dengan jangkauan yang lebih luas lagi dengan menambahkan variabel lain yang belum terungkap pada penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan sumbangan fungsi yang berarti bagi penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityo Susilo et al., "Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini Coronavirus Disease 2019: Review of Current Literatures," *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia* 07, no. 01 (2020).
- Amalia Zul Hilmi, dkk., Efektifitas Komunikasi dalam Pembelajaran Daring selama Pandemi Covid-19 di Kota Makassar. *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 10 no 2 Desember 2021.
- Anggi Sirka Rinta, dkk., *Strategi Pengelolaan Pemasaran Pendidikan Anak Usia Dini*. *Jurnal Multidisipliner Bharasumba*. Volume 01 No 01, April 2022
- Arifin, Anwar. 1984. *Strategi Komunikasi*. (Bandung: Amrico)
- Arin Tentrem Mawati, dkk. *Inovasi Pendidikan: Konsep, Proses dan Strategi*. 2020. (Yayasan Kita Menulis)
- Aruf Yusuf Alghifari. *Pengaruh Diskon, Kualitas Website, Persepsi Risiko dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Shopee*. *Derivatif : Jurnal Manajemen*. Vol 15 No 2 November 2021.
- Asep Ediana Latip, dkk. *Difusi Inovasi Pembelajaran Tematik*. 2021. (Jakarta: UNJ Press)
- Bull, S. (2010). *Photography*. New York: Routledge
- Bungin, Buran. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Rajawali Pers)
- Calen, Beatrice Nathania, dan William Liang. *Pengaruh Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Minat Mengajukan Pinjaman Kredit pada CUM Caritas HKBP Pematangsiantar*. *Jurnal EK&BI*, Volume 4, Nomor 2, Desember 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Deddy Mulyana. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. 2013. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)
- Dewi, S.T. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. Tesis Undip. Semarang.
- Dinda Sekar Puspitarini, dkk., *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. Jurnal Common. Vol 3 No 1, Juni 2019
- Dita Rimbawati Dewi, Dian Anita Nuswantara. Upaya Peningkatan Keunggulan Bersaing Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Medan di Masa Pandemi Coovid 19". Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia. Volume 04, Nomor 03, Juni 2021
- Eman Supriatna, Wabah Corona Virus Disease Covid 19 Dalam Pandangan Islam, SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-i 07, no. 06 (2022)
- Evan Prima Garwita. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi Jasa Fotografi*. Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial. Vol 9 no 5 tahun 2022
- Fadzriani Nur, dkk., *Kecepatan Adopsi Program Fasilitasi Hak Kekayaan Intelektual Merek Dagang untuk Usaha Kecil Menengah*. Jurnal Manajemen IKM. Vol 11 No 2, September 2016.
- Fandy Tjiptono. Strategi Pemasaran. 2008. (Yogyakarta : CV. Andi Offset)
- Fanji Tjiptono, (2000). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: AndiEfriza. Covid-19. (2021). Baiturrahman Medical Journal. Volume 1 No 1, September 202
- Fitri Alam Nasyroh, *Pengelolaan Instagram @infoponorogo Sebagai Media Informasi Tentang Kabupaten Ponorogo*. Skripsi IAIN Ponorogo. 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Gadis Felinia Herina, dkk. Jurnal penelitian Strategi Promosi Stuju Coffee Jakarta Selama Pandemi Covid-19 Melalui Media Sosial. Jurnal Universitas Telkom Bandung. Vol 7 No 4, Agustus 2021.
- Gilbert J.T., Choosing an Innovation Strategy; Theory and Practice, Business Horizon, November-Desember 1994
- Gina Shafira Nurimani, dkk., *Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian*. Jurnal Riset Manajemen Komunikasi. Vol 2 No 1, Juli 2022.
- Hafield Cangara. Pengantar Ilmu Komunikasi. 2016. (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Hamzah. Dunia Fotografi. 2012. (Jakarta: Raja Garfindo Persada). http://eprints.undip.ac.id/15810/1/Sensi_Tribuana_Dewi.pdf. Hal.1-74
- Jalaluddin Rakhmat, Idi Subandy Ibrahim. Metode Penelitian Komunikasi-Edisi Revisi Kedua. 2017. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media)
- Jalaluddin, Psikologi Komunikasi. (Bandung : PT. Remaja Karya Nusantara,1986)
- Jalaludin Rachmat. 2005. Metode Penelitian Komunikasi. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)
- Jessica Li, Rajashi Ghosh & Stefanos Nachmias. “In a Time of Covid-19 Pandemic, Stay Healthy, Connected, Productive and Learning : Words from the Editorial team of HRDI, Human Resource Development International”. Vol. 23, No. 3
- Jusuf Soewadi. Pengantar Metode Penelitian. 2012. (Jakarta: Mitra Wacana Media)
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Institute of Islamic Studies of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Kunandar. (2014). Penilaian autentik (penilaian hasil belajar peserta didik berdasarkan berdasarkan kurikulum 2013). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lexy J. Moelong. Penelitian Kualitatif. 2000. (Jakarta: Rineka Cipta)
- M. Wawan Kurniawan. *Strategi Pengelolaan Air Limbah Sentra UMKM Batik yang Berkelanjutan di Kabupaten Sukoharjo*. Jurnal Ilmu Lingkungan. Volume 11 No 2, 2013
- Makmun, Psikologi Belajar, (Jakarta: Aswaja Pressindo, 2013)
- Meddy Nurpratama, Agus Yudianto. Strategi Inovasi dan Rencana Implementasi Untuk Mendorong SDM Unggul di masa Pandemi. Jurnal Indonesia Sosial Sains. Vol. 2 No. 1, Januari 2021.
- Moh. Kasiram. Metode Penelitian: Refleksi Pengembangan Pemahaman dan Penguasaan Metodologi Penelitian. 2010. (Malang: Uin-Maliki Press)
- Moleong, Lexy J. 1996. Metode Penelitian Kualitatif. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya)
- Muhammad Irhamni, dkk. *Pengaruh Promosi melalui Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Barang Alat Tulis Kantor dan Jasa Fotografi di Toko Aneka Foto Tamiang Layang*. Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis. Vol 4 No 1, 2021.
- Muhammad Rizky. *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Bisnis Fotografi di Studio Foto La Vanilla Banjarmasin*. Repository Universitas Islam Kalimantan Muhammaf Arsyad Albanjari.
- Nurul Aida. *Strategi Pengelolaan Usaha Fotokopi Cahaya di Banjarmasin*. Skripsi UIN Antasari. 2017
- Onong Ucjhana Effendi. 2004. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik. (Bandung: PT. Rosda Karya)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Pratama, N. A., & Hidayat, D. (2020). Pengetahuan dan Perilaku Masyarakat Memaknai Social Distancing. *Jurnal Digital Media & Relationship*
- Rachmat Kriyanto. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*.(Jakarta: Kencana, 2008)
- Rangga Alfara, Dasrun Hidayat. Sistem Kerja Virtual Photoshoot Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ranah Komunikasi*. Vol 5 No 1, 2021.
- Rita Gani, Ratri Rizki Kusumalestari. (2013). *Jurnalistik Foto: Suatu Pengantar*.Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. 2007. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada)
- S. I. Dewi dan F. Arbi.*Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Kamera Indonesia Malang*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, vol. 6, no. 2, 2017
- Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2004)
- Sophian Nawawi, dkk. The Influence of Strategy, Innovation and Development of MSMEs in the Culinary Sector in Banfung during the Covid-19 Period. *International Journal Administration, Business and Organization*. Vol. 2 No 3, Tahun 2021.
- Suayanto, Bagong. Sutinah, dkk. 2007. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. (Jakarta: Kencana)
- Sujanto, *Psikologi Kepribadian*, 2001. (Jakarta : Bumi Aksara)
- Sumardjo, M.S. *Komunikasi Inovasi*. (pustaka.ut.ac.id)
- Syaiful Bahri Djamarah dan Aswin Zain. *Strategi Belajar Mengajar*. 1997.(Jakarta: Rineka Cipta)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Stasiun Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Taufik Hidayat, dkk., *Strategi Pemasaran Seven Studio Manna Bengkulu Selatan*. Jurnal Ekombis Review. Vol 10 no 2, Juli 2022
- Tintin Suhaeni. *Pengaruh Strategi Inoovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (studi kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi, Politeknik Negeri Bandung. Vol. 4, No,1 April 2018.
- Tjin, E. (2020). Dunia Fotografi Tak Akan Sama Lagi Setelah Corona? <https://Inet.Detik.Com/>.
- Universitas Gajah Mada: *Industri Jasa Berpotensi Besar Terhadap Peningkatan Ekonomi Indonesia*, ugm.ac.id/id/berita/11510-industri-jasa-berpotensi-besar-terhadap-peningkatan-ekonomi-indonesia diakses pada tanggal 25 Januari 2022.
- Wempy Shidiq Purwadi, Dr. Anne Maryani, Dra. M.Si. *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Shafira*. Dalam Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bandung. Vol.4, No, 02, Tahun 2018.
- Widiatmojo, R. (2018). Kekerasan Simbolik Terhadap Perempuan Dalam Fotografi Portrait di Group Facebook: Studi pada Komunitas Fotografi Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(2). <https://doi.org/10.7454/jki.v5i2.8906>
- Yenti Sumarni. *Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Al-Intaj. Volume 5, No 2, 2020.
- Yunus, N. R., & Rezki, A. (2020). Kebijakan Pemberlakuan Lockdown Sebagai Antisipasi Penyebaran Corona Virus Covid19? *Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(3), 227. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i3.15048>

LAMPIRAN

“Penelitian: Strategi Pengelolaan Studio Foto Akaphotography dalam Menarik Minat Pelanggan”

Lampiran 1: Dokumentasi Penelitian

Gambar 1

Foto Mini Studio Akaphotography



Sumber: Dokumen Milik Pengelola Akaphotography (Agustus 2022)

Gambar 2

Dokumentasi Sosial Media Akaphotography



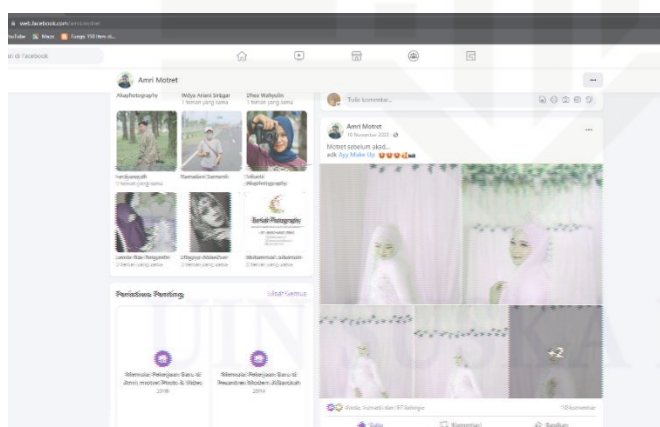
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sumber: Tangkapan Layar dari Media Sosial Akaphotography (Agustus 2022)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 3

Pricelist Studio Foto Akaphotography Periode Tahun 2021-2022



Sumber: Dokumen milik Pengelola Akaphotography

Gambar 4

Poster Promosi Akaphotography Periode Juni 2021 – Januari 2022



Sumber: Dokumentasi milik Pengelola Akaphotography

Lampiran 2: Draft Wawancara Informan Kunci

Penelitian: “Strategi Pengelolaan Studio Foto Akaphotography dalam Menarik Minat Pelanggan

Informan Penelitian: Bapak Amri (Informan Kunci)

A. Perencanaan (*Planning*)

1. Bagaimana kondisi bisnis Akaphotography sebelum Covid-19?
 - a. Bagaimana dengan grafik tingkat pelanggan yang ada pada saat itu?
 - b. Bagaimana Akaphotography mengelola Media Sosialnya?
2. Bagaimana kondisi bisnis akaphotography pasca pemberlakuan aturan PSBB selama masa pandemi?
3. Apa perencanaan yang akaphotography lakukan untuk menangani masalah tersebut?
4. Apakah kemudian perencanaan yang akaphotography lakukan digunakan vendor lain yang bergerak pada bidang yang sama?
5. Bagaimana kemudian anda menangani persaingan bisnis yang terjadi saat ini?

B. Pengorganisasian (*Organizing*)

1. Bagaimana cara akaphotography menentukan target market dari perencanaan yang telah dilakukan?
2. Mengapa membagi target market dalam dua segmentasi?
3. Bagaimana reaksi target market terhadap pemasaran yang dilakukan?

C. Pelaksanaan (*Actuating*)

1. Apa media yang digunakan untuk menyebarluaskan perencanaan yang akaphotography lakukan?
2. Apa alasan menggunakan media tersebut?
3. Dari media sosial yang digunakan, mana yang lebih banyak menarik minat pelanggan?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Pengawasan (*Controlling*)

1. Apakah dalam penggunaan media sosial ada kendala yang terjadi?
2. Bagaimana kemudian pengelola mengatasi masalah tersebut?
3. Bagaimana efek yang ditimbulkan setelah pengelola menggunakan media sosial sebagai wadah promosi aktif?
4. Apakah terjadi perubahan target pasar?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 3: Draft Wawancara Informan Tambahan

Penelitian: “Strategi Pengelolaan Studio Foto Akaphotography dalam Menarik Minat Pelanggan

Informan Penelitian:

1. Bambang (Pemilik By.Decoration)
2. Yayang Alvira (Pemilik Yayang Make-Up)
3. Tri Wahyuningsih (Pelanggan)
4. Refaldi Kusuma (Pelanggan)

1. Di mana saudara/i pertama kali berkenalan/menemukan akaphotography?
2. Apa yang membuat anda berminat untuk menggunakan jasa akaphotography?
3. Apakah anda mendapati perubahan terhadap pelayanan akaphotography sebelum dan setelah pandemi covid-19 terjadi?
4. Hal apa yang membuat anda tertarik untuk bekerjasama dengan studio akaphotography? (untuk vendor yang bekerjasama seperti MUA, Dekorasi dan WO)
5. Apakah anda mendapatkan perubahan pelayanan dari Akaphotography sebelum dan sesudah pandemi terjadi?
6. Bagaimana tanggapan anda tentang inovasi yang dilakukan akaphotography? (vendor dan pelanggan)
7. Apa saran anda untuk akaphotography? (vendor dan pelanggan)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.