

No. 7243/KOM-D/SD-S1/2025

**PEMANFAATAN INSTAGRAM @SEMULA.ID SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI JASA FOTOGRAFI DI BATUSANGKAR**



**UIN SUSKA RIAU**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**ISNA FADHILA**

**NIM. 12140323245**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**

**2025**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of 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.



UIN SUSKA RIAU



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 : Isna Fadila  
NIM : 12140323245  
Judul : Pemanfaatan Instagram @semula.id sebagai Media Promosi Jasa Fotografi di Batusangkar

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

Hari : Kamis  
Tanggal : 13 Maret 2025

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



Pekanbaru, 21 April 2025

Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., MA  
NIP. 811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Dr. Nurdin, M.Ag  
NIP. 19660920 200604 1 015

Penguji III,

Yantos, S.IP, M.Si  
NIP. 19710122 200701 1 016

Sekretaris/ Penguji II,

Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc  
NIP. 19810914 202321 2 019

Penguji IV,

Dr. Mardhiah Rubani, S.Ag, M.Si  
NIP. 19790302 200701 2 023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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.  
Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta dilindungi undang-undang  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**PEMANFAATAN INSTAGRAM @SEMULA.ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI JASA FOTOGRAFI DI BATUSANGKAR**

Disusun oleh :

**Isna Fadhila**  
NIM. 12140323245

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 4 Maret 2025

Mengetahui,  
Pembimbing,

**Julis Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIK. 130 417 019

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

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

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of 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.



### 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 : Isna Fadhila  
NIM : 12140323245  
Judul : Pemanfaatan Instagram @semula.id Sebagai Media Promosi Jasa Photography Di Batusangkar

Telah Diseminarkan Pada:

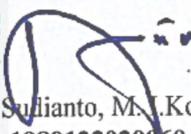
Hari : Selasa  
Tanggal : 17 Desember 2024

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.

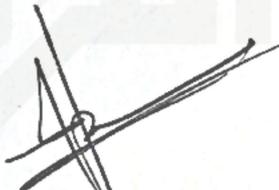
Pekanbaru, 17 Desember 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

  
Dr. Sulianto, M.I.Kom  
NIP. 198012302006041001

Penguji II,

  
Suardi, S.Sos, M.I.Kom  
NIP.197809122014111003

- 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 mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 4 Maret 2025

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

©  
Hak Cipta m  
UN Suska Riau  
Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

**Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.**

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Isna Fadhila  
NIM : 12140323245  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram @Semula.Id Sebagai Media Promosi  
Jasa Fotografi Di Batusangkar

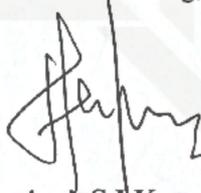
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

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.

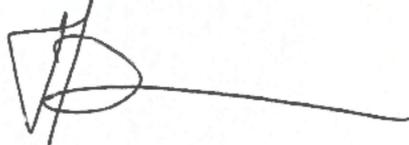
**Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.**

Mengetahui,  
Pembimbing,



**Julis Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIK. 130 417 019

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.



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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isna Fadhila  
NIM : 12140323245  
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar, 30 Maret 2003  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram @semula.id sebagai Media Promosi Jasa Fotografi di Batusangkar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 7 Maret 2025  
Yang membuat pernyataan,



Isna Fadhila  
NIM. 12140323245

## ABSTRAK

**Nama : Isna Fadhila**  
**Jurusan : Ilmu Komunikasi**  
**Judul : Pemanfaatan Instagram @semula.id Sebagai Media Promosi Jasa Fotografi di Batusangkar**

Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku bisnis dalam mempromosikan bisnisnya. Seperti pada akun @semula.id yang menggunakan instagram sebagai media promosi untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan instagram sebagai media promosi pada jasa fotografi. Metode penelitian yang digunakan dalam bentuk deskriptif kualitatif dan menggunakan teori new media Piere levy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instagram digunakan sebagai sarana promosi, portofolio digital, interaksi dengan calon konsumen serta membangun branding visual yang kuat. Fitur – fitur seperti feeds, stories, reels, dan insight dimanfaatkan secara strategis untuk meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens. Selain itu, penggunaan strategi konten yang menarik dari konsisten berperan penting dalam menarik calon konsumen dan membangun kepercayaan.

**Kata Kunci: Instagram, Media Sosial, Promosi, Fotografi**

### 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

**Nama** : Isna Fadhila  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : *Pemanfaatan Instagram @semula.id Sebagai Media Promosi Jasa Fotografi di Batusangkar*

*Instagram is one of the social media platforms that is widely used by business people to promote their businesses. Like the @semula.id account that uses Instagram as a promotional medium to reach more consumers. This study aims to determine the use of Instagram as a promotional medium for photography services. The research method used is descriptive qualitative and uses new media theory from Piere Levy. The results of the study show that Instagram is used as a means of promotion, digital portfolio, interaction with potential consumers and building strong visual branding. Features such as feeds, stories, reels, and insights are used strategically to increase audience reach and engagement. In addition, the use of an attractive content strategy in terms of consistency plays an important role in attracting potential consumers and building trust.*

**Keywords:** *Instagram, Social Media, Promotion, Photography*

### 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

Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah Robbil'alamiin, Puji serta Syukur peneliti hanturkan kehadiran Allah SWT, karena melalui Rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PEMANFAATAN INSTAGRAM @semula.id SEBAGAI MEDIA PROMOSI JASA FOTOGRAFI DI BATUSANGKAR”**. Adapun maksud dari penulisan skripsi ini ialah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Proses penyusunan skripsi ini erat hubungannya dengan bantuan berbagai macam pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, dengan penuh rendah hati, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sangat besar kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Hairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt., M.Sc., Ph.D Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Dekan III.
9. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
10. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
11. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi yang mana telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dikelas maupun selama perkuliahan.

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 mengumumikan 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.

12. Ibu Julis Suriani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) dan juga Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu serta pikiran dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Bapak Masril dan Ibu Yendri Hasni (Almh) selaku kedua orang tua saya. Terima kasih sebesar – besarnya saya ucapkan atas segala bentuk cinta, kasih sayang, do'a, motivasi dan juga menjadi alasan untuk selalu kuat hingga detik ini. Terima kasih telah melangitkan doa – doa untuk anak - anaknya baik demi studi maupun segalanya. Semoga setelah ini saya selalu bisa berhasil mewujudkan keinginan kalian.
14. Seluruh keluarga tercinta Kakak, Abang; Ivo Masriyenti dan keluarga, Evita Masriyanti dan keluarga, Ovi Sri Oktaviyanti dan keluarga, Yuni Amanda Fitra, Khotima Permata Sari dan keluarga, Eka Prima Maldy, Prima Ayu Malsa, dan Alan Ghazali yang telah banyak memberikan dukungan, bantuan, doa serta hiburan hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
15. Khairunnisa dan Indah Dwi Lestari selaku teman baik semasa perkuliahan. Terima kasih telah menemani proses saya, memberikan dukungan, motivasi dan menjadi tempat keluh kesah, serta memberikan semangat yang luar biasa sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini, terima kasih selalu ada dalam setiap masa – masa sulit saya.
16. Teman – teman seperjuangan kelas Broadcasting A atau Emissio Fantastic yang senantiasa mewarnai hari – hari penulis baik belajar didalam kelas maupun diluar kelas. Terima kasih atas dukungan dan kerja samanya selama menempuh Pendidikan serta penyelesaian skripsi ini.
17. Teman – teman kerja kuliah nyata Desa Kuala Tolam yang selalu memberikan semangat dan motivasi agar tetap kuat dan sabar dalam melewati semester akhir.
18. Teman sekampung yang tidak bisa disebutkan satu per satu dan saudari tidak sedarah kak Muthia yang senantiasa memberikan pemikiran serta nasehat yang tak henti – hentinya demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas doa dan semangatnya selama ini.
19. *Last but no least*, Terima kasih kepada Isna Fadhila yaitu saya sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang dalam keadaan apapun sejauh ini. mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan omongan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah dalam proses penyusunan skripsi ini. Tetap semangat, sabar dan bertahan melewati tahap demi tahap kedepannya, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Penegasan Istilah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Kajian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori .....	10
2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Desain Penelitian .....	27
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
3.3 Sumber Data Penelitian .....	28
3.4 Informan Penelitian .....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.6 Validasi Data .....	30
3.7 Teknik Analisis Data .....	31
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Sejarah Semula Fotografi.....	33
4.2 Bidang Usaha Semula Fotografi .....	34
4.3 Logo Semula Fotografi .....	34
4.4 Visi dan Misi Semula Fotografi .....	35
4.5 Uraian Tugas tempat Pelaksanaan Penelitian .....	35
4.6 Paket Photo <i>Wedding</i> Semula Fotografi.....	37
4.7 Informasi Media Sosial Semula Fotografi .....	38
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
5.1 Hasil Penelitian .....	39
5.2 Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi .....	40
5.3 Pembahasan .....	53
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
6.1 Kesimpulan .....	59
6.2 Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>

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 1.1 Akun Instagram Semula Fotografi .....	3
Gambar 4.3.1 Logo Semula Fotografi .....	34
Gambar 5.2.1 Instagram <i>Feeds</i> Semula Fotografi .....	44
Gambar 5.2.2 Media Sosial Instagram Semula Fotografi .....	50
Gambar 5.2.3 Instagram <i>Reels</i> Semula Fotografi .....	51
Gambar 5.2.4 Gambaran Umum Instagram Insight Semula Fotografi .....	52
Gambar 5.2.5 Jangkauan Geografis Instagram <i>Insight</i> Semula .....	53



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.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Penelitian yang Relevan .....	6
Tabel 2 Waktu Penelitian .....	26
Tabel 3 Informan Penelitian .....	27



### 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 I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sebagai produk teknologi, internet adalah teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat karena dapat memunculkan jenis interaksi sosial baru yang berbeda dengan interaksi sosial sebelumnya. Jika pada masa lalu masyarakat yang berinteraksi secara *face to face* atau bertatap muka, pada masa ini masyarakat berinteraksi dalam dunia maya atau melalui interaksi sosial *online* (Ferina, dkk, 2019). Sebagai internet, orang dapat terhubung satu sama lain di kedua tempat, bahkan di antara bagian – bagian dunia, dengan menghubungkan ke jaringan internet melalui perangkat elektronik seperti *smartphone* dan *computer*. Dalam berinteraksi, manusia memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, baik kebutuhan fisik maupun mental. Salah satu kebutuhan yang menjadi kebutuhan manusia yang sangat penting adalah kebutuhan akan informasi. Kebutuhan informasi ini perlahan – lahan terus tumbuh dan lebih mudah sejak adanya internet.

Sebagai media informasi baru, internet menunjukkan perkembangan pengguna yang sangat signifikan di seluruh dunia. Sejak diluncurkan, Instagram terus mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah pengguna. Platform ini mencapai 100 juta pengguna pada Februari 2013, meningkat menjadi 500 juta pada Juni 2016, kemudian 1 miliar pada tahun 2018, dan akhirnya mencapai 2 miliar pengguna pada Oktober 2022, di perkirakan, pada tahun 2025, jumlah pengguna Instagram akan mencapai 2.44 miliar, dengan penambahan lebih dari 70 juta pengguna baru setiap tahun sejak 2020. Penggunaan Instagram diprediksi tumbuh sebesar 3,75% pada tahun 2024 dan 3,47% pada tahun 2025, meskipun pertumbuhan ini tetap positif, Tingkat kenaikannya mengalami perlambatan, Dimana proyeksi pertumbuhan pengguna pada tahun 2024 hanya 3,7%, jauh lebih rendah dibandingkan dengan lonjakan sebesar 16,4% yang terjadi pada tahun 2021 (Statistika Instagram, 2025).

Instagram yang awalnya hanya dianggap sebagai media fotografi *online*, kini telah berkembang pesat di bidang periklanan, pemasaran, dan promosi. Instagram telah menjadi *platform* media yang sangat populer dan diminati masyarakat karena fitur upload foto dan videonya. Hal ini membuat pengguna Instagram tidak hanya sekedar berkomunikasi namun juga memanfaatkannya sebagai media promosi. Dalam bertransaksi melalui komunikasi masyarakat sangat terbantu melalui media internet.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengikis 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.

Penggunaan media sosial yang sering digunakan di atas menjadi salah satu wadah promosi usaha. Banyak dijumpai pada media sosial pengguna-pengguna akun yang menjadikan akun pribadi yang biasanya membagikan foto atau video yang sifatnya pribadi, saat ini juga mengunggah foto, video yang memperkenalkan jasanya kepada *followers* ataupun pengikut sosial medianya untuk mempromosikan produk yang ia miliki. Keadaan ini ditunjukkan dengan tingkat penggunaan instagram dengan pertumbuhan 3,47% pada tahun 2025 setelah Tingkat kenaikannya yang mengalami perlambatan. Maka dari itu, agar tidak ketinggalan dalam memanfaatkan media sosial sebagai wadah promosi Semula Fotografi juga memanfaatkan hal tersebut dalam bidang jasa fotografi.

@semula.id adalah akun instagram yang digunakan untuk mempromosikan jasa fotografi yang dibuat oleh sang *owner* bernama Yogi Illahi sejak tahun 2015 dengan lokasi usaha di Kota Batusangkar provinsi Sumatera Barat. Lebih kurang 10 tahun lamanya @semula.id mengembangkan jasa ini menggunakan sarana promosi melalui media sosial untuk menunjang perkembangan dan menarik minat konsumennya. Jasa yang ditawarkan @semula.id saat ini seperti: foto keluarga, foto pertunangan, foto pernikahan, *pre-wedding*, foto wisuda, ulang tahun dan lain sebagainya. Akun instagram @semula.id saat ini hampir memiliki 10.000- *followers*. Semula dapat mewakili usaha jasa fotografi lokal yang telah beradaptasi dengan era digital.

Dengan letak geografisnya yang strategis, @semula.id juga memberikan pelayanan dan harga yang terjangkau bagi masyarakat. @semula.id tidak hanya melayani jasa foto di daerah kota Batusangkar saja namun sampai keluar kota Batusangkar sesuai dengan pengguna jasa. Dalam mengembangkan jasa ini, @semula.id menyediakan beberapa paket foto dan vidio yang menarik sehingga konsumen memiliki banyak pilihan yang sesuai dengan kebutuhannya.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan dengan koordinator Semula Fotografi, kini pada tahun 2024 terdapat 8 orang yang aktif bekerja di Semula Fotografi. Semula Fotografi juga aktif mengunggah foto hasil kerjanya melalui akun *Instagram*, *Facebook* maupun *WhatsApp* dan juga menginformasikan melalui *story* yang berisi informasi diskon atau promo dari jasa fotonya.

#### 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 1.1 Akun Instagram Semula *Fotografi*

Sumber Data : [https://www.instagram.com/semula\\_id/](https://www.instagram.com/semula_id/)

Dilihat dari pelanggan atau konsumen pada postingan media sosial di akun @semula.id yang menggunakan jasanya dan juga perkembangan bisnisnya yang cukup pesat, membuat penulis tertarik untuk membuat penelitian mengenai **“PEMANFAATAN INSTAGRAM @SEMULA.ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI JASA FOTOGRAFI DI BATUSANGKAR”**.

## 1.2 Penegasan Istilah

### 1. Instagram

Instagram diluncurkan pada tahun 2010, dan menjadi terkenal berkat fitur-fiturnya seperti, filter gambar, foto, video dan kemampuan untuk berbagi cerita sementara. Pengguna dapat mengunggah konten, menyukai, berkomentar, dan mengikuti akun lain, sehingga membentuk jaringan interaksi sosial. Selain untuk berbagi foto dan video, Instagram juga digunakan oleh banyak brand dan individu ternama untuk mempromosikan produk, gaya hidup, dan konten menarik. Saat ini Instagram merupakan jejaring sosial yang sangat populer, banyak lapisan masyarakat yang aktif bergabung dan menggunakan *platform* ini (Sondakh et al, 2019).

### 2. Media Promosi

Kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk, jasa, merek dagang atau perusahaan lainnya kepada konsumen sehingga dapat membantu meningkatkan hasil penjualan. Menurut Philip Kotler



promosi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membelinya. Promosi adalah satu dari beberapa kunci kesuksesan sebuah pemasaran. Pada dasarnya, promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan *merk* dan produk perusahaan (Fandy Tjiptono, dkk 2015).

### 3. Fotografi

Fotografi (*Photography*) berasal dari Bahasa Yunani, yaitu dari kata *photo* (cahaya) dan *graphien* (menggambar). Fotografi secara umum dapat diartikan “menggambar dengan cahaya”. Prosesnya adalah foto tersebut merekam pantulan cahaya yang mengenai objek pada media yang peka cahaya. Jadi tanpa cahaya, seorang fotografi tidak akan dapat membuat sebuah foto. Alat untuk menangkap cahaya tersebut dikenal dengan kamera (R.O Kusumo, dkk, 2019).

#### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan instagram @semula.id sebagai media promosi jasa fotografi di Batusangkar?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan Instagram @semula.id sebagai media promosi Jasa Fotografi.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Praktisi
  - Menjadi bahan evaluasi oleh pelaku usaha untuk memasarkan jasa fotografinya di media instagram
- b. Akademisi
  - 1) Menjadi bahan keilmuan bagi mahasiswa dalam mempelajari analisis pemanfaatan instagram sebagai media pemasaran
  - 2) Menjadi referensi 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 mengikis 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.

## 1.6 Sistematika Penulisan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sehingga memudahkan para pembaca untuk memahaminya. Adapun Sistematika penulisan tersebut adalah;

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini penulis mengemukakan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penulisan, serta sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini penulis mengemukakan landasan teori yang mendasari pembahasan secara detail dan digunakan untuk menganalisis sebagaidasarkan, hasil dari kajian terdahulu, dan informasi yang lain dengan membentuk kerangka pemikiran dalam penyusunan penulisan ini.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini penulis mengemukakan jenis dan pendekatan penelitian, Lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Pada bab ini penulis akan menjelaskan tentang Gambaran umum lokasi penelitian.

### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dandata – data mengenai pemanfaatan instagram @semula.id sebagai media promosi jasa fotografi di Batusangkar.

### **BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini penulis akan menyampaikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

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 mengikan 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 II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Terdahulu

Pada bab ini, penulis mencantumkan ringkasan dari beberapa hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikut beberapa hasil penelitian yang relevan dengan kajian ini;

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Fitra Alfajri, Viranda Adhiazni, dan Qurrotul Aini	Pemanfaatan Social Media <i>Analytics</i> Pada Instagram Dalam Peningkatan Efektivitas pemasaran	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan adanya bentuk pemanfaatan sosial media <i>analytics</i> pada aplikasi Instagram yakni adanya fitur insight. Dengan fitur insight pengguna instagram merasa terbantu dalam menganalisis pengikut, menentukan strategi pemasaran dan waktu yang tepat untuk promosi. (Alfajri,dkk,2019)
2.	Nina Oktarina,Joko Widodo,Fachrurozie	Penguatan UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran di Kecamatan Toroh Purwodadi	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya pelatihan dibidang penggunaan media sosial bagi pelaku UMKM di Kecamatan Toroh Purwodadi dapat meningkatkan stimulus dan pengetahuan peserta akan kegiatan promosi melalui sosial media. (Oktarina,dkk,2019)
3.	Ahmad Vinza Rizkiyawan dan Rizka Miladiyah Ervianty	Penggunaan media komunikasi pemasaran digital sebagai alat mencapai kesadaran <i>Merk</i> pada produk Kitchenindo	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Seluruh responden mengetahui merek Kitchenindo dengan adanya bantuan konten atau iklan

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>			<p>melalui akun Instagram. Kitchenindo dan responden menilai iklan atau konten di Instagram Kitchenindo sudah efektif. Sehingga penggunaan media komunikasi pemasaran digital dapat digunakan sebagai alat pencapaian kesadaran merek Kitchenindo, meskipun pada penelitian ini hanya sampai pada tahap brand recognition dan belum mencapai pada tingkatan brand recall bahkan top of mind. Hal ini ternyata berdampak pada jumlah angka penjualan produk tidak terlalu signifikan menguntungkan perusahaan. (Riskawan,dkk,2019)</p>
<p>4. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>Nadiyahul Hasanah dan Rini Rinawati</p>	<p>Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi jasa dokumentasi visual studio kolektifan</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan Instagram sebagai media promosi jasa dokumentasi visual akun @kolektifan_id ini memiliki konten yang menarik dan berciri khas, adapun fitur Instagram yang digunakan seperti stories, highlight dan feed. Sedangkan hambatan dalam pemanfaatan instagram akun @kolektifan_id ini adalah kurang produktifnya admin/owner dalam membuat konten sehingga informasi kurang</p>

**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.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>5. Dinda Sekar Puspitarini dan Reni Nuraeni</p>	<p>Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (studi Deskriptif pada <i>Happy Go Lucky House</i>)”</p>	<p><i>update.</i>(Hasanah Ma’ruf,2023)</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Happy Go Lucky house</i> melakukan pemanfaatan instagram dengan baik, dilihat dari kegiatan promosi yang dilakukan sangat beragam yakni, penggunaan fitur Ads Instagram, pengadaan diskon, <i>give away</i>, pengunggahan penilaian atau testimoni, foto produk yang menarik di <i>feed</i> instagram dan penyediaan <i>website</i> belanja. (Puspitarini,dkk,2019)</p>
<p>State Islamic University of Sulthn Syarif Kasim Riau</p>	<p>6. Darshika Shah, Aryan Mittal,Deeya Bhagnari,Devans Vora,Divya Daryanani dan Anil</p>	<p>“<i>Efective Use of Instagram Algorithm for the Benefit of Small Online Businesses</i>”.</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam kegiatan pemasaran produk maupun jasa, instagram tidak hanya digunakan oleh pelaku bisnis kecil, namun juga digunakan oleh pelaku bisnis yang sudah mapan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa perlunya analisis mendalam terkait bagaimana pebisnis kecil mengikuti parameter Instagram yang diminati saat ini.(Darshika Shah, dkk,2021)</p>



- 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.

<p>7.</p> <p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>	<p>Nadia Ferina Ananda Agung dan Gede Sri Dharma</p>	<p><i>“Opportunities and Challanges of Instagram Algorhythm in Improving Competitive Advantage”</i>.</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Algoritma instagram dapat membantu pelaku bisnis menganalisa dan menemukan strategi bisnis yang tepat dalam melakukan pemasaran produk dan jasa. Algoritma instagram mempermudah pelaku bisnis mengawasi bagaimana kondisi dan situasi pasar, sehingga membantu pelaku bisnis untuk berinovasi dan memilih strategi pemasaran yang tepat sekaligus mencegah timbulnya kerugian. (Ferina,dkk,2019)</p>
<p>8.</p> <p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>William Khosasi dan Septia Winduwati</p>	<p><i>“Utulization of Instagram Media Premiere Wedding Orgnizer In Promoting Activities”</i></p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penggunaan jasa <i>Premiere Wedding Organizer</i> karena aktivitas dan interaksi yang aktif di sosial media ads instagram dan <i>sales promotion</i> melalui unggahan konten yang menarik.(Khosasi,dkk,2020)</p>
<p>9.</p> <p>State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau</p>	<p>D. Ahmadi dan A.V. Adhani</p>	<p><i>“The Use Instagram with Visiting Interest: The correlation between the use @littlecollins.bdg instagram with visiting interest”</i>.</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis terhadap hubungan antara @littlecollins.bdg dengan pengikutnya memiliki kolerasi yang signifikan. Hal ini dibuktikann dengan adanya kegiatan promosi di media sosial instagram untuk meingkatkan kinerja bisnis</p>



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	10. Ni Putu Novia Periantini dan Gede Sri Dharma	Memiliki persepsi perilaku milenial pengguna instagram di era <i>New Normal</i>	dari sebuah organisasi ataupun perusahaan. (Ahmadi,dkk,2019)  Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi perilaku kaum milenial sebagai pengguna instagram di era <i>New Normal</i> , dinilai mampu menyadari keberadaan suatu merek produk yang dipasarkan melalui media sosial instagram. Sehingga kaum milenial ditargetkan menjadi konsumen potensial dalam pemasaran suatu produk di media sosial instagram. (Periantini,dkk,2021)
----------------------------------	--	---	--

**Tabel 1: Hasil Penelitian yang Relevan**

## 2.2 Landasan Teori

### 1. Pemanfaatan

Pemanfaatan merupakan turunan kata dari kata manfaat, yang imbuhan pe dan an yang berarti proses, cara, perbuatan memanfaatkan. Pemanfaatan adalah aktifitas menggunakan proses dan sumber – sumber belajar. Menurut Davis kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Kemanfaatan merupakan penentu yang kuat terhadap penerimaan pengguna suatu sistem informasi, adopsi, dan perilaku para pengguna.

Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang artinya guna, faedah. Kemudian mendapatkan imbuhan “pe” dan “an” yang berarti proses, cara, perbuatan, pemanfaatan. Dengan demikian pemanfaatan dapat diartikan suatu cara atau proses dalam memanfaatkan suatu benda atau objek.

Defenisi lain dari manfaat yang dikemukakan oleh Dennis Mc Quail dan Sven Windahl, yaitu: “Manfaat merupakan harapan sama artinya dengan *explore* (penghadapan semata – mata menunjukkan suatu kegiatan menerima)”. Selain itu Dennis juga mengatakan ada dua hal yang mendorong munculnya suatu pemanfaatan, yakni:



- 1) Adanya oposisi terhadap pandangan deterministik tentang efek media massa
- 2) Adanya keinginan untuk lepas dari debat yang berkepanjangan tentang selera media massa.

Adapun pengertian pemanfaatan menurut para ahli adalah sebagai berikut:

- 1) Menurut Poerwadarminto, Pemanfaatan adalah suatu kegiatan, proses, cara atau perbuatan menjadikan suatu yang ada menjadi bermanfaat. Istilah pemanfaatan berasal dari kata dasar manfaat yang berarti faedah, yang mendapat imbuhan pe-an yang berarti proses atau perbuatan memanfaatkan.
- 2) Menurut Davis dan Adam mendefinisikan pemanfaatan sebagai tingkatan Dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi orang tersebut. Pengukuran kemanfaatan tersebut berdasarkan frekuensi dan diversitas teknologi yang digunakan.
- 3) Menurut Chin dan Todd kemanfaatan dapat berupa kemanfaatan satu factor seperti pekerjaan lebih mudah, bermanfaat, meningkatkan produktifitas, efektifitas, dan meningkatkan kinerja pekerjaan. Pemanfaatan adalah hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna.

Bila dikaitkan dengan masalah penelitian ini, maka pemanfaatan disini berarti menggunakan atau memakai sesuatu media yang berguna dalam hal ini memanfaatkan instagram sebagai media promosi suatu jasa fotografi. Dengan memanfaatkan instagram sebagai media promosi untuk mendapatkan jangkauan konsumen yang lebih luas.

## 2. Media Sosial

Di era globalisasi saat ini, media sosial memegang peranan besar dalam berbagai aktivitas. Media sosial adalah *platform* digital yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi konten, dan berkomunikasi secara online. *Platform* ini memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan teman, keluarga, rekan kerja, dan bahkan orang asing di internet. Secara umum media sosial mencakup *website* dan aplikasi seperti *Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, TikTok* dan lain-lain. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi telah mendorong pesatnya perkembangan media sosial. Selain itu, hampir seluruh pengguna internet juga aktif di media sosial yang mencakup sekitar 56% total penduduk Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia telah terlibat dalam penggunaan media sosial (Afra Azzahra,dkk,2024).



Kemunculan berbagai aplikasi media sosial membuka peluang baru bagi masyarakat dalam berbisnis. Peluang tersebut tidak hanya terbatas pada produk, namun juga mencakup pelaku usaha jasa dan pariwisata. Media sosial merupakan hasil perkembangan teknologi berbasis internet yang memudahkan interaksi langsung antar pengguna dalam berbagai kalangan. Berbeda dengan periklanan konvensional yang bersifat satu arah, media sosial memungkinkan pengguna dan konsumen berinteraksi, bertanya, memberikan komentar, menyampaikan masukan dan memberikan umpan balik. Saat ini media *online* khususnya media sosial telah mengalami pertumbuhan yang pesat di Indonesia. Kemudahan akses media sosial melalui *gadget* membuat kita bisa mendapatkan banyak informasi dari berbagai sumber. Kebutuhan akan informasi sangat penting bagi mereka untuk membantu pekerjaannya atau mencapai tujuan lain, seperti mengikuti perkembangan, mencari hiburan, mendapatkan pendidikan, dan lain sebagainya (Ayutiani,dkk,2018).

Saat ini *platform* media sosial instagram tidak hanya digunakan oleh individu saja melainkan juga oleh berbagai kalangan, komunitas, organisasi, perusahaan bahkan pemerintah. Menurut Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika, pemerintah mengkhawatirkan pemanfaatan media sosial oleh instansi pemerintah sebagai sebuah inovasi dalam memaksimalkan teknologi. Misalnya instagram yang digunakan oleh pemerintah kota atau kabupaten sebagai media penyebaran informasi mengenai daerahnya. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai wadah ekspresi diri, namun juga sebagai penyalur informasi kepada masyarakat luas. Dengan terus meningkatnya jumlah pengguna instagram, terjadi peningkatan akun yang digunakan sebagai media promosi dan informasi (Feroza, dkk, 2020).

Pertumbuhan pesat dalam penggunaan internet telah mempercepat pertukaran informasi, mendorong masyarakat untuk lebih memilih berkomunikasi melalui internet. Hal ini memungkinkan komunikasi tanpa terbatas oleh waktu, lokasi, atau jarak. Karena kenyamanan ini, jutaan orang di seluruh dunia berinteraksi melalui internet, yang mendorong lahirnya situs-situs media sosial. Kebanyakan media sosial memiliki batasan usia paling tidak 13 tahun untuk memiliki akun. Tetapi, media sosial tidak memiliki sistem yang memadai untuk menghindarkan anak-anak di bawah usia 13 tahun untuk memalsukan usianya. Padahal, media sosial melibatkan iklan yang kontennya kurang cocok untuk anak-anak, selain itu, sifat media sosial yang publik juga menambah risiko seperti risiko pada privasi anak dan remaja.

Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

#### 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 mengikinkan 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 Syarif Kasim Riau

- a. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi *web*.
- b. Media sosial juga dapat digunakan sebagai sumber penghasilan karena dalam menggunakan media sosial dapat menampilkan berbagai macam iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, membuat konten-konten kreatif dan lain sebagainya.

Menurut Nasullah ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

- 1) Media Jejaring Sosial (*Social networking*)  
 Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang biasa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (*offline*) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah *facebook*.
- 2) Jurnal *online (blog)*  
*Blog* merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan *web* lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya *blog* merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, *blog* banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengguna. Secara mekanis, jenis media sosial ini bias dibagi menjadi dua, yaitu kategori personal *homepage*, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti (.*com*) atau (.*net*) dan yang kedua dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman *weblog* gratis, seperti *wordpress* atau *blogspot*.
- 3) Jurnal *online* sederhana atau *microblog (micro-blogging)*  
 Tidak berbeda dengan jurnal *online (blog)*, *microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contoh *microblogging* yang paling banyak digunakan adalah *Twitter*.
- 4) Media berbagi (media *sharing*)  
 Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video,



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 mengikan 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

audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: *Youtube, Flickr, Photo-bucket*, atau *snappfish*.

5) Penanda sosial (*social bookmarking*)

Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Beberapa situs sosial *bookmarking* yang populer adalah *delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com*, dan untuk di Indonesia ada *LintasMe*.

6) Media konten bersama atau *wiki*.

Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau *ensiklopedi, wiki* menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam prakteknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung, artinya ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.

Media sosial memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dari media lainnya, yaitu :

1) Jaringan

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk oleh jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

2) Informasi

Informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten, hingga interaksi yang berdasarkan informasi. Dari kegiatan interaksi inilah akan membentuk jaringan yang disebut (*network society*).

3) Arsip

Arsip ini merupakan sebuah karakter media sosial Dimana informasi yang sudah disimpan bisa di akses Kembali kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4) Interaksi

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut namun juga membentuk interaksi yang terjadi antar pengguna media sosial. Contoh sederhananya seperti saling memberikan komentar pada postingan masing- masing.



### 5) Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia *virtual*. Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali.

### 6) Konten oleh Pengguna

Karakteristik ini menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya memproduksi konten melainkan juga mengkonsumsi konten dari pengguna lainnya.

### 7) Penyebaran

Penyebaran adalah karakter lainnya dari media sosial, karakter ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menghasilkan dan mengkonsumsi konten tetapi juga pengguna aktif menyebarkan sekaligus mengembangkan konten tersebut.

## 3. Instagram

Instagram diluncurkan pada tahun 2010 dan sejak itu menjadi salah satu *platform* media sosial paling populer di seluruh dunia. Saat ini instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga untuk mempromosikan merek atau produk, serta membangun jejaring sosial yang luas. Di era saat ini, instagram telah mengubah perilaku masyarakat dengan menjadi wadah ekspresi diri, dimana identitas seseorang seringkali tercermin melalui akun instagramnya. Oleh karena itu, banyak pengguna yang menganggap penting untuk menjaga tampilan *feed* akun mereka tetap konsisten dan menarik. Instagram merupakan suatu bentuk komunikasi yang relatif baru dimana pengguna dapat dengan mudah berbagi informasi dalam bentuk foto atau video yang sering disebut dengan istilah “*update*”. Kemudahan penggunaan aplikasi instagram membuat pengguna cenderung menggunakannya sebagai sumber informasi untuk memenuhi berbagai kebutuhannya. Pemanfaatan instagram sebagai media informasi edukasi juga menjadi fenomena baru yang semakin banyak terjadi di kalangan anak muda saat ini (Sari,dkk,2020).

*Instagram* adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan aplikasi sosial media lainnya, perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunaannya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus (Darmawan,2022).

Orang – orang yang telah bekerja di bidang fotografi pasti akan mendapat manfaat dari aplikasi ini. Instagram memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya karena banyaknya fungsi aplikasi Instagram untuk mengolah foto.

Instagram mempunyai berbagai fitur yang banyak ditawarkan sebagai layanan yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna dalam rangka memudahkan berinteraksi, fitur – fitur tersebut adalah:

#### a. Foto

Kegunaan utama instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto. Pengguna kamera instagram dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh pengguna.

Foto-foto yang akan diunggah melalui instagram tidak terbatas atas jumlah, tapi memiliki terbatas ukuran foto. Ukuran foto rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja. Terdapat fitur tambahan pada unggahan foto, yakni *Tilt-shift* merupakan fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan yang fungsinya sama dengan efek kamera melalui instagram, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto dan sekelilingnya menjadi buram. Aplikasi *Tilt-Shift* memiliki 2 bentuk yaitu: persegi panjang dan bulat dan dapat di perkecil ataupun diperbesar. *Tit-Shift* juga mengatur rupa foto di sekeliling titik fokus tersebut sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat keburaman pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.

#### b. Video

Video memiliki fungsi sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi video-video kepada pengguna lainnya. Video yang diunggah dapat diperoleh melalui Smartphone atau video-video yang ada di album video di Smartphone. Namun, pada video instagram menambahkan beberapa fitur lainnya, yaitu:

##### 1. Sampul

Fungsinya untuk memilih gambar dalam video yang digunakan menjadi sampul depan pada saat video telah di unggah. Pemilihan gambar menjadi daya tarik *Followers* untuk menontonnya dan membuat rasa penasaran. Dalam hal ini pengunggah harus pintar memanfaatkan peluangnya agar banyak yang menonton.

##### 2. *Sound or Not Use Sound*

Pada pengunggahan file video Instagram terdapat pemilihan fitur akan menggunakan suatu atau tidak menggunakan suara.

##### 3. *Live Video Instagram*

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 Syarif Kasim Riau

Fitur terbaru adalah *Go Live* di Instagram. Pengguna akan melakukan siaran langsung dan pengguna akan mendapatkan notifikasi jika akun tertentu mereka ikuti mulai *live Streaming* di aplikasi. Fitur ini tidak ada alat untuk memberi judul video anda sebelum memulai dan video lenyap begitu anda selesai menyiarkannya.

#### 4. Pengikut (*Followers*) dan Mengikuti (*Following*)

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya dan memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka (*like*) dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. *Follower* juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para *Follower* sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak.

#### 5. Tanda suka (*Like*)

*Like* merupakan tanda Dimana pengguna lain dapat menyukai video atau foto yang telah di unggah, dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah keterangan foto yang bersebelahan dengan kolom komentar atau dengan mengetuk dua kali pada postingan tersebut.

#### 6. *Arroba*

Instagram memiliki fitur yang dapat menyebut pengguna lain dengan menambahkan tanda *arroba* (@) dan memasukkan akun instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyebut orang lain didalam judul foto maupun bagain komentar foto dikarenakan semua pengguna instagram memiliki *arroba* nya masing – masing.

#### 7. *Geotagging*

Bagian ini akan muncul Ketika para pengguna mengaktifkan GPS mereka pada *smartphone*-nya. Dengan demikian *smartphone* tersebut dapat mendeteksi lokasi Dimana para pengguna instagram tersebut berada. dengan *Geotagging* para pengguna dapat terdeteksi dimana mereka telah mengambil foto tersebut atau Dimana foto tersebut telah di unggah.

#### 8. *Hashtag*

Fitur *hashtag* berfungsi untuk mengelompokkan foto dalam satu label artinya sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci. Bila pengguna memberikan label ada sebuah foto, maka foto tersebut akan lebih mudah untuk ditemukan.



- 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

#### 9. Terhubung dengan media sosial lain

Dalam membagi foto tidak hanya ke instagram saja, melainkan foto atau video dapat dibagi juga melalui media sosial lainnya seperti *facebook*, *twitter* yang tersedia di halaman untuk membagi foto tersebut.

#### 10. Instagram Stories

Ini merupakan fitur terbaru yang ditawarkan oleh instagram, pengguna dapat mengunggah foto atau video secara langsung dan setelah di unggah foto maupun video tersebut akan bertahan dalam waktu 24 jam. Setelah 24 jam foto maupun video tersebut akan hilang dengan sendirinya dan tersimpan pada arsip instagram.

Dalam instagram *Stories* terdapat fitur tambahan yang membuat tampilan menjadi lebih menarik yaitu:

- a. Normal, yaitu jika pengguna ingin mengunggah foto maupun video dengan apa adanya.
- b. *Boomerang*, yaitu jika pengguna ingin mengunggah foto maupun video dengan efek maju mundur.
- c. *Rewind*, yaitu jika pengguna ingin mengunggah foto maupun video dengan efek mundur saja.
- d. *Hand-free*, yaitu pengguna mengunggah hanya perlu menekan tombol instagram stories sekali saja tanpa perlu menekan sampai batas waktu yang ditentukan habis.

#### 11. Upload Foto (Mengunggah Foto)

Kegunaan utama dari instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto – foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak di unggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto – foto yang ada di album foto iDevice tersebut.

#### 12. Komentar

Komentar memudahkan untuk menjaga tali silaturahmi dengan komunikasi didalamnya, karena komentar tidak hanya kritik, saran, dan pujian tetapi masukan sesuai konten apa yang kita bagikan. Komentar adalah wujud dari respon pengguna instagram terhadap konten yang dilihat dan dinikmati.

#### 13. Caption

*Caption* atau judul berfungsi sebagai pemberi keterangan pada foto yang telah di sunting dan siap untuk di unggah ke dalam instagram. selain itu dalam *caption* juga dapat mencantumkan lokasi dan menandai pengguna lain dengan mencantumkan nama akun penggunanya..



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.

Instagram erat kaitannya dengan konten visual yang menarik. Sejak lama masyarakat sudah tertarik pada hal-hal visual yang menarik perhatian, dan hal ini bisa dijadikan indikasi bahwa penggunaan konten visual memberikan dampak positif dalam mencapai tujuan tertentu. Mengingat fokus Instagram pada foto dan video, pendekatan yang efektif adalah dengan menggunakan metode *storytelling* yang dapat menarik perhatian audiens dan menghasilkan interaksi yang signifikan. Strategi ini biasanya diikuti dengan *call to action* yang dapat mendorong konversi atau tindakan lebih lanjut dari pengguna. (Aripradono, 2020).

Instagram memiliki beberapa tujuan dan manfaat:

- a) Saling Interaksi antar pengguna
- b) Sebagai media hiburan
- c) Mencari inspirasi dan ide kreatif
- d) Mendapatkan rekomendasi tempat wisata
- e) Menjadi media promosi
- f) dan lain sebagainya.

#### 4. Media Promosi

Promosi berasal dari kata "*promote*" dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai pengembangan atau meningkatkan. Promosi merupakan seni dan Teknik untuk berhubungan dengan Masyarakat, memperkenalkan produk yang dihasilkan, pelayanan serta fasilitas yang disediakan agar calon pengguna mengetahuinya.

Menurut Philip Kotler mendefinisikan promosi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh Perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membelinya. Julian Cummins mendefinisikan promosi sebagai rangkaian Teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada perantara atau pemakai langsung. Biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu (Fandy Tjiptono, dkk 2015).

Dari pemahaman diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi tidak hanya membantu perusahaan berhubungan dengan pelanggan tetapi dapat mempengaruhi pembelian sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Promosi adalah cara bagi bisnis untuk menarik pelanggan baru, mencoba produk baru, atau mendorong pelanggan untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut

##### A. Fungsi Promosi

Menurut Terence A. Shimp promosi memiliki fungsi-fungsi seperti:



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 mengikan 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) *Informing* (memberikan informasi),

Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra sebuah Perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa. Promosi menampilkan pesan informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan maupun konsumennya, dengan mengajarkan manfaat – manfaat baru dari merek yang telah ada.

2) *Persuasing* (membujuk)

Media promosi atau iklan yang baik akan mampu mempersuasi pelanggan untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan. Terkadang persuasi berbentuk mempengaruhi permintaan primer, yakni menciptakan permintaan bagi keseluruhan kategori produk. Lebih sering, prmosi berupaya untuk membangun permintaan sekunder, permintaan bagi merek perusahaan yang spesifik.

3) *Reminding* (mengingatnkan)

Iklan menjaga merek Perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang di iklankan, dampak promosi dimasa lalu memungkinkan merek pengiklanan hadir di benak konsumen. Periklanan lebih jauh di demonstrasikan untuk mempengaruhi pengalihan merek dengan mengingatkan para konsumen ang diakhir – akhir ini belum membeli merek yang tersedia dan mengandung atribut – atribut yang menguntungkan.

4) *Adding Value* (menambah ilmu)

Terdapat tiga cara mendasar dimana Perusahaan bisa membeli nilai tambah bagi penawaran mereka yaitu: inovasi, penyempurnaan, kualitas, atau mengubah persepsi konsumen. Ketiga komponen nilai tambah tersebut benar – benar independent. Promosi yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi dan bisa lebih unggul.

## B. Tujuan Promosi

Sedangkan menurut Boone dan Kurtz tujuan promosi adalah sebagai berikut:

a) Menyediakan informasi

Menyediakan informasi ini merupakan tujuan strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan hanya menyebabkan informasi yang memberitahukan calon pembeli tentang produk atau jasa yang akan di pasarkan.

b) Mendiferensikan sebuah produk

Tujuan dari promosi ini adalah mendiferensiasikan produk atau tujuan jasa perusahaan dengan produk atau jasa pesaing. Dengan jasa mengaplikasikan konsep yang disebut *positioning*. Pemasar berupaya

meraih tempat didalam benak konsumen, maksudnya yaitu mengkomunikasikan perbedaan-perbedaan signifikan mengenai atribut, harga, kualitas, atau manfaat dari produk atau jasa konsumen.

c) Meningkatkan penjualan

Menaikan penjualan adalah tujuan paling umum dari strategi promosi. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, beberapa strategi berkonsentrasi pada merangsang permintaan primer walaupun sebagian menstabilkan penjualan.

d) Menstabilkan penjualan

Stabilitas penjualan adalah tujuan lain dari promosi, perusahaan biasanya mempromosikan konten penjualan selama periode penurunan penjualan, dan memotivasi tenaga penjualan dengan menawarkan hadiah- hadiah seperti liburan, televis, dan beasiswa kepada mereka yang meraih target tertentu.

e) Menonjolkan nilai produk

Sejumlah promosi diajukan untuk menonjolkan nilai produk dengan menjelaskan manfaat- manfaat kepemilikan dari produk yang kurang dikenal pembeli.

## 5. Fotografi

Fotografi (*photography*) berasal dari bahasa Yunani, Yaitu dari kata photo (cahaya) dan *graphien* (menggambar). Fotografi secara umum dapat diartikan "menggambar dengan cahaya". Prosesnya adalah foto tersebut merekam pantulan cahaya yang mengenai objek pada media yang peka cahaya. Jadi tanpa cahaya, seorang fotografi tidak akan dapat membuat sebuah foto. Alat untuk menangkap cahaya tersebut dikenal dengan kamera. (Satri and Seabtian, 2019)

Menurut Elliott Erwit, Fotografi adalah sebuah seni yang mengamati. menemukan sesuatu yang menyenangkan ditempat biasa adalah kuncinya. Hal ini tidak akan ada hubungannya dengan apa yang kamu lihat dan semua harus dilakukan dengan cara kamu melihat mereka.

Fotografi kini telah berkembang menjadi sebuah *lifestyle* atau gaya hidup, dimulai dengan munculnya era digital dan berkembangnya media sosial. Fotografi telah berkembang menjadi gaya hidup atau gaya hidup, karena banyaknya klasifikasi fotografi, ada banyak peluang untuk bisnis fotografi. di antaranya adalah foto pernikahan, *prewedding*, foto produk, foto makanan, fotografi *landscape* dan lain-lain. Diantara banyak pilihan bisnis fotografi, bisnis fotografi pernikahan dan sebelum pernikahan yang paling banyak diminati. Jika ditekuni fotografi tidak hanya menjadi *lifestyle* atau gaya hidup saja melainkan bisa menjadi pemasukan yang sangat menjanjikan bagi para fotografer.





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.

Dalam dunia fotografi terdapat beberapa komposisi. Komposisi dalam fotografi adalah suatu susunan dari lambang-lambang fotografi yang dibentuk dari unsur-unsur gambar. yang meliputi cahaya kontras, tekstur, ruang ketajaman, gerakan, dan garis yang diatur dalam suatu format.(Darmawan, dkk, 2022)

### 1. Cahaya

Cahaya dalah penting dalam fotografi, dan perlu diperhatikan fotografer dalam pengolahan gambar. Hal ini disebabkan karena cahaya memiliki ciri-ciri yang berbeda dengan menampilkan bentuk yang bermacam-macam yang dapat dipilih untuk menciptakan pengaruh yang spesifik.

### 2. Warna

Warna adalah gejala psikofisik yang terkena dampak cahaya, dengan kata lain warna dari suatu benda tidak akan terlihat bila tidak ada cahaya yang meneranginya. Dalm fotografi campuran warna cahaya adalah menjelaskan keadaan temperature warnanya, temperatur warna dinyatakan Kelvin (K) yaitu satuan keilmuan yang bersifat internasional tentang ukuran warna.

### 3. Kontras

Kontras merupakan perbedaan yang sangat besar antara satu nada dengan nada yang lain. menempatkan nada tengah atau *half tone* dapat membantu mengurangi kontras yang berlebihan. Pengaturan kontras dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Mempengaruhi kontras objeknya atau dengan teknik pencahayaan.
- Mengatur langsung dari menu kamera.
- Pada proses *editing* menggunakan *software*.

### 4. Ruang Ketajaman atau *Depth of Field*

Ketajaman adalah daerah di antara depan dan belakang objek yang masih terekam tajam. Fungsi ruang ketajaman ini adalah mengaburkan hal yang tidak perlu dan menonjolkan hal yang dianggap perlu. Jarak ketajaman yang dapat dicapai adalah sebagai berikut.

### 5. Jarak Pemotretan

Semakin jauh jarak objek maka ruang ketajaman semakin luas, demikian sebaliknya semakin dekat dengan objek maka jarak ruang ketajaman semakin sempit.

### 6. Kecepatan Sedang

Objek biasa dikenali waktu objek diam.

### 7. Kecepatan tinggi

Objek sama sekali nampak buram, bahkan tidak kelihatan.

## 6. Teori New Media

Penelitian ini menggunakan teori media baru atau dikenal juga dengan sebutan “media baru” sebagai kerangka teori utama. Istilah ini secara umum



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 mengikan 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.

mengacu pada semua jenis media massa yang berbasis pada teknologi komunikasi dan informasi, dengan internet sebagai salah satu contoh utamanya. Teori media baru ini berkembang seiring dengan tumbuhnya internet dan pemanfaatannya sebagai saluran komunikasi antar manusia. Dengan adanya internet, interaksi antar individu menjadi lebih mudah dilakukan, bahkan tanpa memerlukan pertemuan tatap muka sebelumnya.

kekuatan *new media* adalah teknologi komunikasi yang melibatkan komputer, agar mempermudah dan mempercepat mendapatkan informasi dari internet serta mempunyai karakteristiknya yang sangat mudah di akses dan juga mudah digunakan tanpa melalui komputer, dengan perkembangan zaman sekarang bisa melalui *smartphone*, *tablet* dan lainnya.

Teori yang diperkenalkan oleh Pierre Levy membahas evolusi media dari dua perspektif utama. Pertama, perspektif interaksi sosial, yang membedakan media berdasarkan tingkat kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Levy melihat *World Wide Web (www)* sebagai lingkungan informasi yang terbuka, *fleksibel*, dan dinamis, yang memungkinkan berkembangnya orientasi pengetahuan baru oleh manusia.

Perspektif kedua adalah integrasi sosial, yang menggambarkan media tidak hanya sebagai penyedia informasi atau alat interaksi, namun juga sebagai sarana menciptakan masyarakat dan memenuhi kebutuhan individu dengan berbagai bentuk masyarakat yang ditampilkan . Menurut Levy, media baru, termasuk media sosial, telah mengubah cara kita mengeksplorasi, menafsirkan, dan berinteraksi dengan dunia informasi dan budaya di era digital. Teori ini menyoroti pentingnya teknologi komunikasi modern dalam mempengaruhi cara kita berinteraksi, berkomunikasi dan berpromosi, terutama dalam konteks pemasaran. Pierre Levy, selaku peneliti yang mengembangkan teori media baru, menegaskan bahwa teori ini mengulas perubahan dalam media dan komunikasi *modern*. (Isyana, dkk, 2015).

Menurut pandangan Pierre Levy, ada dua perspektif dalam teori media baru:

#### F. Pandangan Interaksi Sosial

Dalam konsep ini, media dikategorikan berdasarkan sejauh mana kemiripannya dengan interaksi tatap muka langsung. Interaksi sosial merupakan hubungan – hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan dengan kelompok manusia. interaksi sosial juga dapat dikatakan sebagai sebuah bentuk hubungan yang dibangun antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok dalam kehidupan bermasyarakat.



Interaksi merupakan suatu proses sosial yang secara sengaja dibangun untuk memenuhi berbagai kebutuhan dalam kehidupan. Interaksi sosial muncul sebagai hasil dari tindakan sosial yang dilakukan oleh individu atau kelompok. Dalam proses ini, terjadi kontak sosial yang melibatkan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Selain itu, interaksi sosial diatur berdasarkan komitmen setiap anggota terhadap norma – norma sosial, yang berfungsi sebagai mekanisme untuk menyelaraskan perbedaan pendapat kepentingan di antara mereka.

Levy melihat *World Wide Web (www)* sebagai lingkungan informasi yang terbuka, *fleksibel*, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan baru. Dengan demikian, interaksi sosial di media baru menjadi hal yang lumrah. Perbedaan utama antara model interaksi media baru dan model interaksi tatap muka langsung adalah media baru menciptakan ruang yang lebih *fleksibel* dan terbuka bagi pengguna untuk berinteraksi dan memperoleh informasi.

## 2. Pandangan Integrasi Sosial

Pandangan ini menggambarkan media tidak hanya sebagai penyedia informasi atau alat interaksi, namun juga sebagai ritual atau cara manusia menggunakan media untuk membentuk masyarakat, menciptakan berbagai bentuk interaksi sosial, dan merasakan rasa. hubungan antara satu sama lain. satu sama lain. Dengan kata lain, media sosial dan teknologi komunikasi modern memfasilitasi terbentuknya komunitas dan interaksi sosial yang berbeda dari cara-cara tradisional (Eka AnandaPutri, 2019).

Integrasi adalah suatu proses dan hasil dari kehidupan sosial yang bertujuan menciptakan keseragaman dalam budaya. Integritas sosial atau integrasi masyarakat mengacu pada kerja sama yang terjalin di antara seluruh anggota masyarakat, mulai dari individu, keluarga, lembaga, hingga komunitas secara keseluruhan, sehingga terbentuk kesepakatan bersama dalam menjunjung nilai – nilai yang disepakati.

Dalam proses ini, terjadi akomodasi, asimilasi, serta pengurangan prasangka antar anggota masyarakat. Integrasi sosial dapat terwujud jika Masyarakat mampu mengendalikan prasangka yang ada, sehingga menghindari terjadinya konflik, dominasi, atau sistem yang saling bertentangan. Oleh karena itu, dalam Masyarakat yang beragam, upaya integrasi perlu dilakukan dengan cara mengatasi dan mengurangi prasangka agar tercipta keselarasan tanpa adanya paksaan.

### 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 mengizinkan 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.

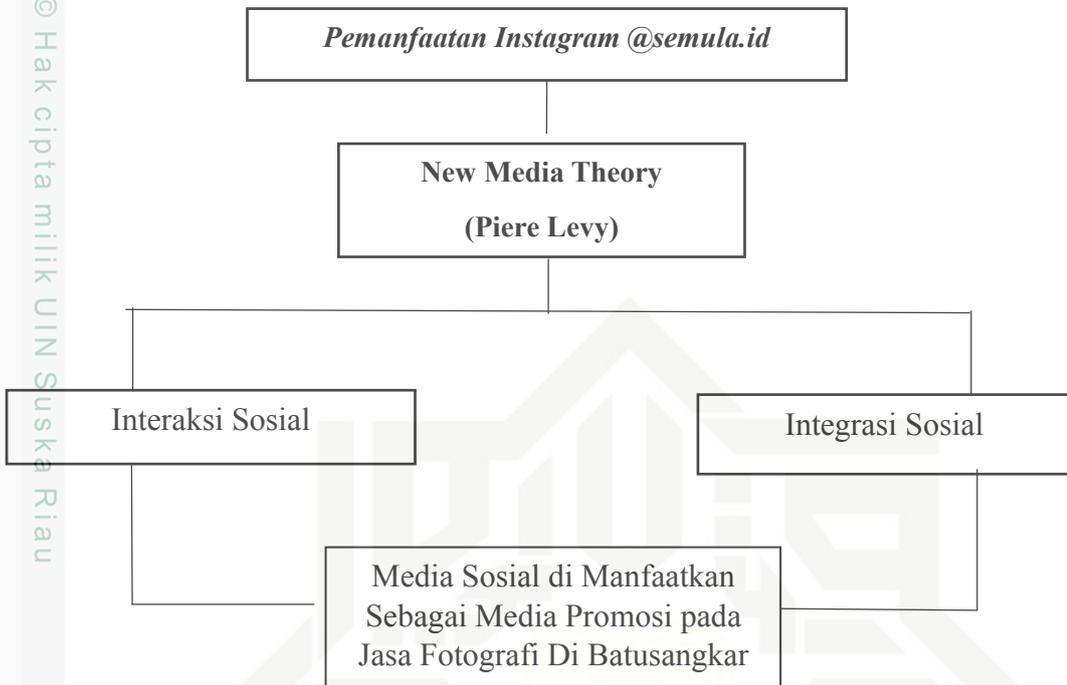
Media baru sebagai alternatif media tradisional mencerminkan ciri budaya digital dengan berbagai *platform*nya. Ini termasuk *blog*, *podcast*, *streaming* video, layanan berbagi konten seperti *YouTube*, dan jejaring sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Media baru ditandai dengan hadirnya fitur multimedia, interaktivitas tinggi, dan penggunaan *hipertekstualitas*. Proses komunikasi pada media baru dikenal dengan kecepatan penyebaran informasi, keterbukaan, dan kecenderungan singkat yang membedakannya dengan media tradisional.

Media baru mengacu pada teknologi komunikasi yang muncul seiring dengan kemajuan komputer digital. Hal ini mencakup berbagai platform seperti jejaring sosial yang mencakup tidak hanya *Facebook*, *Twitter*, *blog*, *YouTube*, dan *Flickr*, tetapi juga aplikasi lain yang terus berkembang di internet. Interaksi sosial merupakan ciri utama media sosial, menurut Smith J. Walker yang menggambarkan bagaimana media sosial memungkinkan orang berinteraksi secara luas di seluruh dunia. (Ratmono, 2021).

Apa yang membuat media baru berbeda adalah peran komunikatif pengguna yang baru, di mana mereka tidak hanya membuat konten mereka sendiri tetapi juga mendistribusikannya dan mengonsumsi konten dari pengguna lain. Media sosial sebagai contoh media baru telah mengubah paradigma komunikasi. Dengan hadirnya media baru, peluang komunikasi semakin luas dan memungkinkan interaksi yang lebih dinamis antar individu di seluruh dunia (Varena, dkk, 2022).

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikir adalah bagaimana kita melihat dan mengkonsepkan suatu objek dengan hasil yang logis atau lebih sederhananya, bagaimana kita mengatasi masalah dengan hasil yang mudah dicerna oleh akan manusia.



Sumber : Kerangka Pikir Peneliti 2025

**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 III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan juga rumusan masalah yang telah dipaparkan peneliti sebelumnya, maka pada kesempatan kali ini penelitian akan dilakukan dalam bentuk deskriptif kualitatif. Melalui penelitian deskriptif kualitatif, dinilai mampu memberikan jawaban krisis terhadap masalah yang berkaitan dengan objek material dan objek berupa manusia dan budaya yang dimilikinya. Hal ini selaras dengan objek fotografi Semula sebagai studi kasus dan juga fenomena pemanfaatan instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu untuk menjelaskan bagaimana fenomena, peristiwa, sehingga tidak diperlukan lagi adanya pemaparan hubungan dan juga tanpa tes hipotesis (Wibowo, W. 2011).

Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menruntunkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi didalam masyarakat, pertentangan dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel, perbedaan antar fakta, pengaruh terhadap suatu kondisi, dan lain-lain. Penelitian kualitatif adalah proses pada penelitian yang berkesinambungan sehingga pada tahap pengumpulan data, pengolahan data, serta analisis data dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian. (Bagong, 2005). Masalah yang diteliti dan diselidiki oleh penelitian adalah deskriptif kualitatif mengacu pada studi kualitatif, studi komperatif, serta dapat juga menjadi sebuah studi korelasional satu unsur bersama lainnya. Biasanya kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, menganalisis data, menginterpretasikan data dan diakhiri dengan sebuah kesimpulan yang mengacu pada penganalisan data tersebut (Sugiyono, 2018).

Metode penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Penelitian ini dimulai dengan pertanyaan umum, kemudian diarahkan agar lebih mengerucut sehingga mendapatkan detail dari suatu penelitian. Dikatakan pertanyaan umum karena penelitian ini memberikan peluang yang besar kepada partisipan untuk mengungkapkan penilaian dan pendapat kepada peneliti. Pendapat dan penilaian ini merupakan informasi penting bagi peneliti. Informasi yang didapat kemudian dirundingkan, diharapkan mampu memusatkan permasalahan yang ada dalam sebuah penelitian. Sehingga, dapat dikumpulkannya data yang selaras melalui proses wawancara dan data sekunder dari penelitian terkait.

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.



### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah salah satu aspek pokok dalam melakukan penelitian. Penelitian yang tidak memiliki lokasi yang jelas tentu tidak akan valid atau berjalan dengan baik. Lokasi telah menjadi aspek pokok dalam penelitian. Maka penelitian harus memiliki lokasi atau tempat yang dijadikan untuk diteliti. Lokasi penelitian ini berkaitan dengan di mana penelitian dilakukan dan berkaitan juga dengan kapan penelitian dimulai dan berakhir. Tempat dan waktu penelitian berguna dengan membatasi daerah dan waktu dari variabel yang diteliti. (Akbar, P.S, 2008). Adapun penelitian ini dilakukan sesuai judul di Kota Batusangkar, Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November, Desember 2024 dan Januari 2025.

Minggu	November				Desember				Januari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kegiatan												
Bimbingan												
Revisi												
Ujian Sempro												
Ujian Kompre												

*Tabel 2: Waktu Penelitian*

### 3.3 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data yang dikumpulkan, yakni data primer dan data sekunder. Sugiyono menuturkan dalam buku berjudul “Metode Penelitian kualitatif, kualitatif dan kombinasi” bahwa data sekunder diartikan sebagai sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data sehingga, dapat disimpulkan bahwasanya data sekunder diartikan sebagai data yang didapatkan langsung dari sumber data yang tengah diteliti. Sedangkan data primer diartikan sebagai prosedur penelitian suatu pendekatan praktik, menurut Suharsimi Arikunto dalam buku yang berjudul “Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik”.

#### 1. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber pertama, baik individu maupun kelompok. Peneliti menggunakan berbagai metode untuk mengumpulkan data primer, seperti wawancara, observasi, dan survei. Wawancara adalah metode yang umum digunakan untuk mengumpulkan data primer, di mana peneliti mengajukan pertanyaan langsung kepada responden dan mencatat atau merekam jawaban mereka. Observasi juga merupakan metode yang efektif, di mana peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas atau kejadian tertentu yang terkait dengan variabel penelitian (Lince, dkk, 2022). Adapun data primer pada penelitian ini yakni pemilik semula dan rekan kerjanya.

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 mengumumikan 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.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk dokumen, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs web, dan internet. Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data sekunder, seperti mencari dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, peneliti juga dapat menggunakan referensi buku, jurnal, dan internet untuk mendapatkan data sekunder yang diperlukan (Ariyaningsih,dkk,2022). Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan melalui wawancara langsung.

### 3.4 Informan Penelitian

Penelitian ini juga menggunakan beberapa kriteria yang akan disesuaikan dengan kebutuhan peneliti. Adapun kriteria yang menjadi subjek penelitian ini untuk anggota adalah minimal sudah bekerja minimal 1 tahun dan aktif diberbagai kegiatan Semula Fotografi.

Pada penelitian ini peneliti akan mengambil informan dari owner dan partner kerja Semula Fotografi sebagai berikut :

No.	Nama	Usia	Lama Bekerja	Jabatan
1	Yogi Illahi	33 Tahun	10 Tahun	Owner @semula.id
2	Afrinaldi	24 Tahun	2 Tahun	Partner Kerja
3	Rahmat Hidayat	25 Tahun	3 Tahun	Partner Kerja
4	Abdul Gani	28 Tahun	4 Tahun	Partner Kerja
5	Iwan Fals	29 Tahun	4 Tahun	Partner Kerja

**Tabel 3: Informan Penelitian**

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Karena penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif maka pengumpulan data penelitian terdiri dari sebagai berikut :

#### 1) *Interview* (Wawancara)

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang diperoleh, oleh karena itu dalam melakukan wawancara, peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan – pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan.

Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas Dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara



yang digunakan hanya berupa garis – garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. (Sugiyono, 2012).

## 2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan pengambilan data yang didapatkan melalui dokumen-dokumen (Akbar,P.S. 2008). Dokumentasi merupakan sebuah cara yang digunakan untuk menelusuri data histori. Dokumentasi dapat berupa buku, arsip, tulisan angka ataupun gambar, dan juga dokumen yang mendukung penelitian dalam memperoleh data tambahan. Melirik dari sifat data yang tidak memiliki keterbatasan ruang dan waktu, serta mampu memberikan peluang kepada peneliti secara luas sehingga mampu ditampilkan dalam bentuk dokumentasi. Dengan ini, data penelitian yang bersifat sekunder dapat ditemukan dalam jejak digital yang sejalan dengan penelitian ini, baik berupa photo dan juga laporan ilmiah.

## 3) Observasi

Observasi ialah metode mendapatkan data dengan mengamati secara langsung dan mencatat fenomena yang terjadi di lapangan. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan dari suatu penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat mengontrol keadaan (reliabilitas) dan kesasiannya (validitasnya) dengan melakukan teknik observasi atau pengamatan secara langsung ke lapangan,peneliti dapat memperoleh bagaimana interaksi komunikasi Semula Fotografi. Observasi diperkuat dengan alat tulis, alat perekam, video atau handphone (Akbar,P.S. 2008).

### 3.6 Validasi Data

Pemeriksaan terhadap validitas data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif. Validitas data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Untuk menjaga validitas data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Triangulasi yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Disini jawaban subjek di check dengan dokumen yang ada (Kriyantono,2007:70).

Peneliti bermaksud menguji data primer yang diperoleh dari satu sumber (untuk dibandingkan) dengan data dari sumber lain. Peneliti akan sampai pada salah satu kemungkinan, data yang diperoleh ternyata konsisten, tidak konsisten, atau berlawanan (Pawito,2007:99).



- 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. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang secara umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis data penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan konstruktivisme. Presentasi rinci dan interpretasi digunakan untuk menganalisis data lapangan, pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan merupakan bagian dari analisis data ini.

Metode analisis data penelitian ini adalah:

1. Pengumpulan data Sugiyono menyatakan bahwa teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Ia menekankan pentingnya memilih teknik yang sesuai dengan jenis penelitian dan tujuan yang ingin dicapai. Data pertama masih bersifat mentah yang diperoleh dari hasil wawancara, penelitian kepustakaan serta dokumentasi dan data sekunder lainnya yang berhasil diperoleh.
2. Reduksi Data Moleong, 2017 menyatakan bahwa reduksi data adalah proses seleksi, pemfokusan, dan pengorganisasian data yang akan dianalisis. Ia menekankan bahwa reduksi data diperlukan untuk menghilangkan data yang tidak penting dan untuk menonjolkan informasi yang penting dalam penelitian. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan, kedalaman, dan wawasan yang tinggi. Peneliti dapat mendiskusikan dengan responden melalui diskusi tersebut.
3. Penyajian Data Moleong, 2017 menjelaskan bahwa penyajian data adalah tahapan di mana peneliti menyusun data yang telah dikumpulkan dalam bentuk yang terstruktur dan sistematis. Ia menekankan bahwa penyajian yang baik harus mencakup aspek-aspek penting dari data dan memudahkan pembaca untuk memahami hasil penelitian. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Data yang paling digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah data

berupa teks yang bersifat naratif. Peneliti menyajikan data data dlm bentuk uraian singkat untuk menggambarkan strategi komunikasi konten edukatif di media sosial Instagram.

4. Kesimpulan Moleong, 2017 mendefinisikan kesimpulan penelitian sebagai pernyataan yang merangkum hasil penelitian dan memberikan interpretasi terhadap data yang telah dianalisis. Ia menekankan bahwa kesimpulan harus relevan dengan tujuan penelitian dan dapat memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Penarikan kesimpulan, dalam penelitian kualitatif merupakan deskripsi atau gambaran objek yang diteliti menjadi lebih jelas.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of 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.



UIN  
SUSKA  
RIAU

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### 4.1 Sejarah Semula Fotografi

Adapun Sejarah dari Semula fotografi didapat melalui wawancara secara langsung dengan pemilik sekaligus CO dari Semula Fotografi yakni, Yogi Illahi. Semula fotografi merupakan penyedia layanan jasa fotografi berbasis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Untuk Lokasi kantor sekaligus studio photo dari Semula fotografi berada di Komp. Graha Sandeni, Jalan Sudirman Jorong Dusun tuo lima kaum, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. Semula fotografi pertama kali berdiri pada tahun 2015 dengan nama Giezella, namun seiring waktu berganti menjadi Ogie Motret, yang terinspirasi dari nama pemiliknya. Setelah beberapa waktu, pemilik merasa bahwa nama tersebut terlalu berfokus pada dirinya secara pribadi, sehingga diputuskan untuk menggantinya menjadi Semula fotografi. Nama baru ini dipilih dengan harapan mencerminkan awal yang baru dan semangat untuk membangun usaha dengan pondasi yang lebih kuat serta identitas yang lebih universal.

Pada awal berdirinya Semula fotografi, bisnis ini dijalankan langsung secara mandiri oleh pemiliknya, Yogi Illahi. Karena keterbatasan biaya operasional, Semula fotografi saat itu tidak memiliki karyawan, sehingga semua kegiatan *operasional* dan juga pemasaran dilakukan sendiri oleh pemilik Semula fotografi saat itu, persaingan jasa *wedding* fotografi terbilang sempit, sehingga pemilik terbantu dalam aspek pemasaran.

Pemakai jasa fotografi Semula fotografi pertama kali digunakan oleh teman dekat pemilik. Pemakai layanan jasa fotografi yang awalnya digunakan oleh teman pemilik, kemudian berkembang dengan adanya promosi mulut ke mulut, menjadikan bisnis ini mulai memenuhi permintaan pasar dari luar daerah secara bertahap. Menyadari bahwa perlu adanya perluasan target pasar, Semula fotografi melakukan kerja sama dengan bergabung dalam satu paket penyedia pelaminan dan beberapa vendor *wedding organizer* yang ada di Batusangkar.

Pada tahun 2017, bisnis Semula fotografi mengalami perkembangan, sehingga pemilik memutuskan untuk mencari seorang anggota untuk membantu operasional Semula fotografi. Setelah melalui pertimbangan dan efisiensi pekerjaan, pemilik memiliki seorang anggota yang mampu membantu jalannya pelayanan jasa *wedding* fotografi. Penambahan anggota dijadikan sebagai momentum batu pijakan baru bagi Semula fotografi dalam pembentukan personalia. Pembagian tanggung jawab dan kerja sama menjadi kunci membangun bisnis Semula fotografi, agar kedepannya dapat memperbesar skala bisnis pada jasa layanan *wedding* fotografi di Batusangkar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
State Islamic University of Sultan Saifuddin Syarif, Pekanbaru, Riau

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 mengikis 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.

Pada tahun ini pula, pemilik Semula fotografi melakukan pemasaran di media sosial Instagram dan facebook yang dikelola secara pribadi demi kepentingan komersial Semula fotografi. Penggunaan media sosial dilatar belakangi oleh persebaran target pasar Semula fotografi yang cukup unik, pemasaran secara *offline* terbilang cukup efektif, namun tetap saja perlu adanya pemasaran secara massa, demi menjangkau konsumen lebih luas. Penggunaan media sosial menjadi pilihan terbaik demi menekan anggaran pemasaran Semula fotografi.

#### 4.2 Bidang Usaha Semula Fotografi

Berdiri sejak tahun 2015, dan telah melakukan pergantian nama sebanyak tiga kali, Semula fotografi merupakan sebuah UMKM yang bergerak di pelayanan jasa *wedding* fotografi yang berlokasi di Batusangkar. Adapun layanan jasa yang ditawarkan oleh Semula fotografi mencakup layanan jasa *wedding* fotografi, *wedding videography*, dan juga layanan photo studio. Untuk saat ini, layanan yang disediakan oleh Semula fotografi dilakukan oleh beberapa anggota, dengan minimal 2 orang anggota terjun secara langsung untuk melayani konsumen, baik layanan *wedding* fotografi, *wedding videography*, dan juga photo studio. Layanan *wedding* fotografi Semula Fotografi memuat beberapa layanan opsi yang dapat dipilih oleh konsumen. Opsi tersebut dikemas dalam beberapa paket layanan, yakni: 1) *wedding fotografi*, 2) *wedding videography*, 3) photo studio.

#### 4.3 Logo Semula Fotografi



S E M U L A . I D  
Picture

Gambar 4.3.1 Logo Semula Fotografi

Logo yang digunakan oleh Semula Fotografi ialah logo jenis *lettermark*, yaitu logo yang berfokus pada penggunaan inisial huruf dari nama *brand*. dalam hal ini, Semula mencantumkan huruf “S” dan “M” sebagai elemen utama desainnya.



Meskipun logo ini dibuat dengan desain yang sederhana, namun memiliki harapan besar sebagai identitas utama dari Semula itu sendiri. Diharapkan penggunaan inisial, logo ini diharapkan dapat:

- a) Membangun identitas *visual* yang kuat, sehingga mudah dikenali banyak orang,
- b) Mewakili *brand* Semula, mencerminkan filosofi dan nilai yang terkandung dalam Namanya
- c) Meningkatkan daya ingat masyarakat, sehingga setiap kali melihat logo ini, mereka langsung menghubungkannya dengan Semula.

#### 4.4 Visi dan Misi Semula Fotografi

1. Visi

Menjadi penyedia jasa foto dan video unggulan dan terkesan

2. Misi

- a) Memberikan ketersediaan waktu dan ruang untuk mengabadikan momen berharga
- b) Memberikan pelayanan yang ramah dan komunikatif
- c) Meningkatkan pelayanan sesuai dengan perkembangan teknologi
- d) Memberikan pelayanan yang professional dan penuh tanggung jawab.

#### 4.5 Uraian Tugas Tempat Pelaksanaan Penelitian

Berikut uraian tugas dari Semula fotografi:

1. Pemilik (*Owner*)

Pemilik Semula fotografi memiliki tanggung jawab terhadap kinerja tim agar bisnis yang dijalankan mampu ke arah positif di masa depan. Pemilik bertugas memberikan instruksi terkait motivasi atau evaluasi kerja kepada tim untuk menjaga produktivitas dan kualitas layanan.

2. Konten Kreator

Konten kreator Semula fotografi memiliki peran utama dalam mengelola dan menghasilkan konten untuk akun media sosial Semula fotografi. Tanggung jawabnya mencakup pembuatan konten yang orisinal, kreatif dan menarik agar dapat meningkatkan minat *audiens* dalam mengikuti akun tersebut. Selain itu, konten creator juga berperan dalam membangun citra Semula fotografi sebagai penyedia jasa fotografi dan videografi yang *profesional* serta menjalankan strategi pemasaran melalui media sosial.

3. Koordinator Lapangan

Koordinator lapangan Semula Fotografi ditunjuk berdasarkan jadwal kerja, terdapat dua orang untuk bertugas di lapangan dan salah satunya menjadi koordinator, koordinator memiliki tanggung jawab sebagai berikut:



- a) Memastikan seluruh proses pengambilan foto dan video berjalan dengan baik
- b) Mengarahkan anggota yang berada dibawah koordinasinya tersebut
- c) Menjamin bahwa setiap anggota melaksanakan tugas dengan benar dan professional
- d) Mengawasi jalannya kegiatandi lapangan
- e) Menyampaikan laporan setelah satu hari kerja terkait proses pengambilan foto dan video yang telah dilakukan kepada pemilik.

#### 4. *Photographer*

*Photographer* Semula memiliki beberapa tugas yakni:

- a) Melakukan pemotretan pada paket layanan yang diambil konsumen
- b) Melakukan pengaturan cahaya tambahan pada objek yang di ambil
- c) Merakit peralatan fotografi
- d) Melakukan pengeditan terhadap photo yang diambil
- e) Melakukan laporan kegiatan dan kerja kepada pemilik Semula fotografi.

#### 5. *Videographer*

*Videographer* Semula memiliki beberapa tugas yakni:

- a) Membuat konsep pengambilan video
- b) Mengambil dokumentasi video sesuai dengan paket layanan yang diambil konsumen
- c) Memilih spot video yang menarik
- d) Melakukan pengeditan video
- e) bertanggung jawab terhadap kegiatan dan kinerja dan melaporkannya kepada pemilik Semula fotografi.

### 4.6 Paket Photo *Wedding* Semula Fotografi

Dalam melayani konsumen, Semula fotografi memiliki beberapa pilihan paket *wedding* yang dikemas dalam beberapa pilihan;

- 1) *Prewedding Package 1* seharga Rp.1.500.000,00 yang berisi; satu lembar foto cetak ukuran besar ukuran 16RS, satu buah *frame* ukuran 16RS, tiga lembar cetakan ukuran 12R, tiga buah *frame* ukuran 12R, semua file *original* foto dalam *flashdisk* 16GB, pemotretan tergantung waktu.
- 2) *Prewedding Package 2* seharga Rp.2.500.000,00 yang berisi; dua lembar foto cetak ukuran besar ukuran 20RS, dua buah *frame* ukuran 20RS, dua lembar cetakan ukuran 12R, dua buah *frame* ukuran 12R, semua file *original* foto dalam *flashdisk* 16GB dan pemotretan selama satu hari kerja.
- 3) Akad *Only* seharga Rp.2.000.000,00 yang berisi; satu lembar foto berukuran 16R+ dan *frame*, dua buah foto ukuran 12R, sepuluh file foto



yang sudah di edit, dan semua file *original* foto dalam *flashdisk* 16GB, pengambilan oleh dua *photographer*.

- 4) Paket *Wedding Only* seharga Rp.2.750.000,00 yang berisi; satu lembar foto berukuran 20R+ dan *frame*, dua buah foto ukuran 12R dan *frame*, sepuluh file foto yang sudah di edit dan semua file *original* foto dalam *flashdisk* 16GB, pengambilan oleh dua *photographer*.
- 5) Paket *Bronze* seharga Rp. 3.000.000,00 yang berisi; seratus lembar foto ukuran 4R, dua lembar foto ukuran 12R dan *frame* nya, satu buah album lima belas lembar, semua file *original* foto dalam *flashdisk* 16GB, gratis *postwedd*. Pengambilan oleh dua *photographer* di dua sesi yaitu akad dan *wedding*.
- 6) Paket *Gold* seharga Rp.4.500.000,00 yang berisi; seratus lima puluh lembar foto ukuran 4R, dua lembar foto ukuran 12R dan *frame* nya, satu buah album lima belas lembar *exlusive*, satu buah album ukuran 30x30, satu *box album*, semua file *original* foto dalam *flashdisk* 32GB, gratis undangan digital. Pengambilan oleh dua *photographer* di tiga sesi yaitu *prewedding*,akad dan *wedding*.
- 7) Paket *Platinum* seharga Rp.6.000.000,00 yang berisi; seratus lima puluh lembar foto ukuran 4R, dua lembar foto ukuran 12R dan *frame* nya, dua lembar foto ukuran 20R+, satu buah album lima belas lembar *exlusive*, satu buah album ukuran 30x30, satu *box album*, video *teaser* di instagram, semua file *original* foto dalam *flashdisk* 32GB, gratis undangan digital. Pengambilan oleh dua *photographer* dan satu *videographer* di tiga sesi yaitu *prewedding*,akad dan *wedding*.
- 8) Paket *Ultimate* seharga Rp.8.500.000,00 yang berisi; seratus lima puluh lembar foto ukuran 4R, dua lembar foto ukuran 12R dan *frame* nya, dua lembar foto ukuran 20R+, satu buah album lima belas lembar *exlusive*, satu buah album ukuran 30x30, satu *box album*, video *teaser* di instagram, sebuah video dokumentasi durasi 30-45 menit, semua file *original* foto dalam *flashdisk* 32GB, gratis undangan digital. Pengambilan oleh dua *photographer* dan dua *videographer* di tiga sesi yaitu *prewedding*,akad dan *wedding*.
- 9) Paket *Package wedding book* seharga Rp. 10.000.000,00 yang berisi; sebuah *wedding book* ukuran 20x30, satu buah album dua puluh lembar *exlusive* , dua ratus dua puluh lembar foto ukuran 4R, dua lembar foto ukuran 20R+ dan *frame* nya, dua lembar foto ukuran 16R+, empat lembar foto ukuran 10R+ *frame* nya, satu buah album ukuran 30x30, satu *box album bludru grafis* nama penganten , semua file *original* foto dalam *flashdisk* 32GB, gratis undangan digital. Pengambilan oleh tiga *photographer* di tiga sesi yaitu *prewedding*, akad dan *wedding*.

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.

10) Paket *Royal Wedding* seharga Rp.15.000.000,00 yang berisi; tiga ratus foto ukuran 4R, empat foto ukuran 12R dan *frame* nya, dua album lima belas lembar, dua box album *grafis* nama penganten, dua album ukuran 30x30, sebuah video *teaser* di instagram, sebuah *wedding cinema*, sebuah video dokumentasi *full moment*, semua *file* foto dalam dua *falshdisk* 32GB, gratis undangan *digital*. Pengambilan oleh tiga *photographer* dan tiga *videographer* di semua sesi.

#### 4.7 Informasi Media Sosial Semula Fotografi

Semula fotografi memiliki akun media sosial yang dignakan sebagai sarana penyebaran informasi mengenai layanan jasa yang disediakan, sarana mempresentasikan produk Semula fotografi dalam bentuk foto dan video yang ditawarkan sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan. Berdasarkan visual yang ditampilkan Semula fotografi dalam akun *profile* instagramnya, Semula Fotografi dapat menggambarkan produk jasa layanan yang diberikan. Profile akunnya juga memberikan informasi secara menyeluruh kepada konsumen seputar lokasi, bagaimana cara menghubungi dan konsultasi tentang layanan, hasil dari produk foto dan video diikuti dengan layanan apa saja yang disediakan oleh Semula fotografi.

Berdomisili di Kota Batusangkar, Semula fotografi memiliki keunikan akan jangkauan akun media sosial instagramnya. keunikan ini terdapat pada luasnya jangkauan instagram Semula fotografi yang mampu mendapatkan interaksi dari luar daerah Batusangkar.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi mengenai pemanfaatan instagram @semula.id sebagai media promosi jasa fotografi di Batusangkar. Dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram ketika digunakan dengan metode yang tepat, dapat menjadi sarana promosi yang interaktif, informatif, ekonomis dan fleksibel. Berbagai fitur yang disediakan instagram sangat mendukung pelaku bisnis fotografi dalam menjangkau dan berinteraksi dengan calon konsumen dari berbagai daerah tanpa batasan ruang dan waktu.

Penggunaan instagram memberikan beragam manfaat bagi pelaku bisnis fotografi, yang dapat dilihat dari berbagai aspek. Pertama, instagram membantu memperluas jaringan bisnis dengan meningkatkan jumlah pengikut. Kedua, platform ini memungkinkan peningkatan jangkauan calon konsumen melalui unggahan. Ketiga, instagram juga menjadi sumber pembelajaran bagi pelaku bisnis lainnya, baik dalam hal strategi maupun teknik fotografi, melalui edukasi, tips, dan trik dari penyedia layanan serupa.

Bagi pelaku bisnis dibidang fotografi yang mendapat kesulitan dalam mengembangkan bisnisnya, instagram dapat menjadi referensi untuk belajar dari konten kreator lainnya yang ada dibidang yang sama. Dengan mempelajari dan mengamati strategi mereka, pelaku bisnis dapat menerapkan teknik yang relevan untuk mengoptimalkan promosi terhadap bisnis mereka kedepan.

#### 6.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, dapat dilihat bahwa pelaku fotografi dapat menggunakan instagram sebagai media promosi nya agar di kenal banyak orang. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran. Adapun saran tersebut yakni, diharapkan adanya konsistensi yang dilakukan oleh pelaku bisnis fotografi dalam menggunakan media sosial instagram. Penggunaan instagram sebagai media promosi dinilai cukup baik, namun, alangkah baik lagi apabila penggunaannya lebih bijak, agar tidak menimbulkan kerugian pada pihak lain. Sehingga, bisnis fotografi mendapatkan kepercayaan dari banyak pihak lain. Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu, diharapkan adanya peneliti selanjutnya yang sejalan dengan penelitian ini, sehingga dapat dikembangkan dan ditindak lanjuti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengikan 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

### Buku

- Akbar, P.S., & U. (2008). *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana.
- Faisal, S. (1990). *Penelitian Kualitatif (dasar-dasar dan aplikasi)*. Ya3 Malang
- Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 1995), 388
- Hariyanto, Didik. 2016. *Buku Komunikasi Pemasaran. Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*. Vol. 6.
- Martono.Nanang. (2017). Metode Penelitian Sosial konsep-Konsep Kunci. In *Metode Penelitian Kualitatif* (Issue 17).
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pemanfaatan, A., Sosial, M., Sports, D., Pada, B., Klub, I., Madani, N., Nur, J., Gono, S., Lukmantoro, T., Management, R., & Branding, S. (2021). *1, 2, 3*.
- Ratmono, M. S. & D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Agusta. (2003). *Teknik Pengumpulan Data dan Analisa Data Kualitatif*. Disampaikan pada pelatihan Metode Kualitatif di Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Litbang Bogor.

### Jurnal

- Ahmadi, D., and A. V. Adzhani. 2019. "The Use Instagram with Visiting Interest: The Correlation between the Use @littlecollins.Bdg Instagram with Visiting Interest." *Journal of Physics: Conference Series* 1375 (1). .
- Alfajri, Muhamad Fitra, Viranda Adhiazni, and Qurrotul Aini. 2019. "Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan." *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 8 (1): 34.
- Ferina, Nadia, Ananda Agung, Gede Sri, and Darma Professor. 2019. "Opportunities and Challenges of Instagram Algorithm in Improving Competitive Advantage." *International Journal of Innovative Science and Research Technology* 4 (1): 743–47.
- Oktarina, Nina, Joko Widodo, and Fachrurrozie. 2019. "Penguatan UMKM

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 mengikan 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

Site Islamic University of Sultan Saifudin Kasim Riau

Melalui Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Jangkauan Pemasaran Di Kecamatan Toroh Purwodadi.” *Jurnal Abdimas* 23 (2): 170–74.

Periantini, Ni Putu Novia, and Gede Sri Darma. 2021. “Menelisik Persepsi Perilaku Milenial Pengguna Instagram Di Era New Normal.” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 10 (12): 1087.

Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. 2019. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi.” *Jurnal Common* 3 (1): 71–80.

Rahayu, Sri, Novie Al Muhairah, and Nazipawati. 2021. “Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Pada Masa Pandemi COVID-19.” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 5 (5): 2217–30.

Riskyawan, Ahmad Vinza, and Rizka Miladiah Ervianty. 2019. “The Use of Digital Marketing Communication Media as a Tool to Achieve Brand Awareness of Kitchenindo Products.” *TIJAB (The International Journal of Applied Business)* 3 (1): 59

Setiamey, A. A., & Deliani, E. (2019).

Satri, & Seabtian, D. T. (2019). Sistem Informasi E-Marketplace Pada Pemesanan Jasa Fotografi Berbasis Web Di Kotawaringin Timur. *Jurnal Penelitian Dosen FIKOM (UNDA)*, 10(2), 1–8. Retrieved from

Darmawan, A., & Djauhari, M. (2022). Strategi Komunikasi Instagram Hybool Dalam Pemasaran Wedding Fotografi. *DIGICOM: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(1), 8–14

Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada pkun @yhoophii\_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41

### Website

Suprianto, Puji Sugeng. 2018. “Promosi Festival Budaya Nyangku Panjalu.” *Repository Universitas Pasundan*, 1–51..

Wahyuni, Hermin Indah. 2018. “Kebijakan Media Baru Di Indonesia.” *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 3 (April): 240.

Jesslyn, J., & Winduwati, S. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada Online Shop @ivoree.id dalam Memasarkan Produk. *Prologia*, 5(1), 135. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8178>

Kurnianto, Y. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa. kopi). *Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB*

Mahardhika, E. S., & Tutiasri, R. P. (2023). Pemanfaatan Konten Promosi Akun

Instagram @aslisuroboyo dalam Penyebaran Informasi Kuliner. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 8663–8667. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.3183>

Sari, D. N., & Basit, A. (2020). *Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting*. 3, 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v>.  
<https://affmaven.com/id/instagram-statistics/>

© Hak Cipta Elektronik UIN Suska Riau

State Islamic University of 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.



UIN SUSKA RIAU



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.

© Hascipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## Lampiran 1

### NASKAH WAWANCARA PENELITIAN

#### PEMANFAATAN INSTAGRAM @semula.id SEBAGAI MEDIA PROMOSI JASA FOTOGRAFI DI BATUSANGKAR

##### Identitas Informan:

Nama :  
 Alamat :  
 Jabatan :  
 No. HP :

##### Interaksi Sosial

1. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap pelayanan jasa Semula Fotografi?
2. Bagaimana cara anda mempromosikan jasa Semula Fotografi?
3. Apakah anda menggunakan media sosial sebagai sarana promosi?
4. Mengapa anda memilih instagram dalam mempromosikan Semula Fotografi?
5. Bagaimana cara anda menggunakan instagram untuk mempromosikan Semula Fotografi?
6. Apa kelebihan dan kekurangan instagram selama anda menggunakan sebagai media promosi?
7. Apakah ada peningkatan konsumen setelah anda melakukan promosi melalui instagram?
8. Bagaimana cara anda mempertahankan minat konsumen agar tidak berpaling pada penyedia jasa Fotografi lain?
9. Berapa rata – rata konsumen yang anda dapatkan dalam pemasaran melalui instagram?
10. Apa pendapat anda terhadap aplikasi instagram?
11. Apakah instagram memiliki manfaat bagi pelaku bisnis Fotografi?
12. Berapa lama anda menggunakan instagram?
13. Mengapa anda memilih untuk menggunakan aplikasi instagram?
14. Apakah instagram berdampak bagi bisnis anda?
15. Apa yang bisnis anda dapatkan dari aplikasi instagram?
16. Bagaimana keaktifan bisnis anda sebagai pemilik akun instagram?
17. Bagaimana pendapat anda mengenai instagram sebagai media promosi?
18. Apakah instagram cukup efektif sebagai media promosi?



#### 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.

19. Apa alasan anda menggunakan instagram sebagai media promosi?
20. Bagaimana cara anda menggunakan instagram sebagai media promosi?
21. Bagaimana cara anda menjangkau calon konsumen melalui instagram?
22. Apakah ada peningkatan jumlah konsumen setelah anda memanfaatkan instagram sebagai media promosi?
23. Fitur apa saja yang anda gunakan pada aplikasi instagram?
24. Apa manfaat yang anda rasakan setelah menggunakan instagram bisnis?
25. Apakah fitur instagram bisnis membantu anda dalam kegiatan promosi?

#### Integrasi Sosial

26. Bagaimana latar belakang berdirinya Semula Fotografi?
27. Jelaskan struktur personalia dari Semula Fotografi?
28. Bagaimana gambaran pelayanan jasa dari Semula Fotografi?
29. Apa saja pelayanan jasa Semula Fotografi?
30. Berapa harga pelayanan jasa Semula Fotografi?
31. Pelayanan jasa mana yang paling diminati oleh konsumen Semula Fotografi?
32. Bagaimana cara anda menentukan harga jasa Semula Fotografi?
33. Apa saja faktor yang mempengaruhi harga jasa Semula Fotografi?
34. Bagaimana cara anda menghadapi persaingan harga?
35. Apakah ada penawaran khusus pada jasa Semula Fotografi?
36. Bagaimana pemilihan lokasi kantor atau studio Semula Fotografi?
37. Apakah Lokasi kantor atau studio yang anda miliki mendukung aspek pemasaran Semula Fotografi?

## Lampiran 2

### 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 1 : Wawancara dengan Pemilik Semula Fotografi



Gambar 2 : Wawancara dengan Konten Kreator Semula Fotografi



Gambar 3 : Wawancara dengan Partner Kerja Semula Fotografi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of 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.



UIN SUSKA RIAU