

Bauran Pemasaran Penyedia Jasa *Wedding Photography* pada Akun Instagram @Hierosphoto

Marketing Mix of Wedding Photography Service Providers on Instagram account @hierosphoto

¹Achmad Faiz Usemahu, ²Anne Ratnasari

^{1,2}Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹faizusmh@gmail.com, ²anne_ratna@yahoo.co.id

Abstract. The Instagram @hierosphoto account is a wedding photographing service provider domiciled in the city of Bandung. The owner of this @hierosphoto Instagram account is Yusuf Maulana. This Instagram account is very helpful for people in capturing their wedding days. In marketing services that have an Instagram @hierosphoto account using 4 marketing mixes that is product, price, place, promotion. The purpose of this research is to find out how the mix of marketing services for Instagram accounts @hierosphoto, to find out how to use social media @hierosphoto Instagram accounts, and to find out why quality photos are the mainstay of marketing wedding photography services. The concept used in this research is the marketing mix on Instagram social media. The research method used is qualitative with a case study approach. The subject of this study was Yuauf Maulana, owner of the @hierosphoto Instagram account. Data collection techniques were carried out in this study with interviews and literature. The results of the marketing mix research used by the @hierosphoto Instagram account include various types of wedding photography provided, prices set according to the target market, locations that are used as very active production and promotion venues, supported by Instagram Business media features. This feature is used as a promotional medium and there are distinctive features that make photo quality the mainstay of marketing its wedding photographing services.

Keywords: Instagram @hierosphoto, Marketing Mix

Abstrak. Akun Instagram @hierosphoto merupakan penyedia jasa *wedding photography* yang berdomisili di Kota Bandung. *Owner* dari akun Instagram @hierosphoto ini adalah Yusuf Maulana. Akun Instagram ini sangat membantu orang-orang dalam mengabadikan hari-hari pernikahan mereka. Dalam memasarkan jasa yang dimilikinya akun Instagram @hierosphoto menggunakan 4 bauran pemasaran yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* Tempat, *Promotion* (Promosi). Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana bentuk bauran pemasaran jasa akun Instagram @hierosphoto, untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial akun Instagram @hierosphoto, dan untuk mengetahui mengapa foto yang berkualitas yang menjadi andalan utama dalam memasarkan jasa *wedding photography*. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bauran pemasaran pada media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Subjek dari penelitian ini adalah Yusuf Maulana, *owner* akun Instagram @hierosphoto. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan wawancara dan kepustakaan. Hasil dari penelitian bauran pemasaran yang digunakan akun Instagram @hierosphoto sudah mencakup berbagai jenis-jenis *wedding photography* yang disediakan, harga yang ditetapkan sesuai target pasar, lokasi yang digunakan sebagai tempat produksi dan promosi yang sangat aktif, dimana didukung dengan adanya fitur media Instagram *Business*. Fitur tersebut digunakan sebagai media promosi dan adanya ciri khas yang membuat kualitas foto yang dijadikan sebagai andalan utama untuk memasarkan jasa *wedding photography*-nya.

Kata Kunci: Instagram @hierosphoto, Bauran Pemasaran

A. Pendahuluan

Akun Instagram @hieorsphoto ini menjadi salah satu penyedia jasa *wedding photography* di Bandung yang kian meroket dengan memiliki keunikan dan ciri khas yang berbeda dari penyedia jasa yang lain. Keunikan

pada akun Instagram @hierosphoto ini terjadi disaat melakukan sesi foto *prewedding*, sering menyediakan properti yang unik yaitu topeng yang diambil dari beberapa wajah binatang. Dalam menggunakan topeng tersebut @hierosphoto ini mampu membuat

kualitas warna foto yang gelap (ciri khas) dalam arti bukan berarti gelap tetapi kesannya terlihat gelap indah untuk dipandang dan didukung dengan topeng-topeng yang membuat foto semakin misterius atau bisa dibilang dengan “*beautiful dark tones*”. Akun Instagram @hierosphoto sendiri aktif dalam penggunaan Instagram, dimana sudah melakukan postingan foto sebanyak 763 *posts*, memiliki *followers* sebanyak 18.005 orang, dan *following* akun lain sebanyak 508 orang. Kebanyakan *followers* dari akun @hierosphoto ini adalah perempuan yang berusia 25-34 tahun. Jakarta merupakan *followers* terbanyak pada akun Instagram @hierosphoto dan Bandung kedua sebagai jumlah *followers* terbanyak. Ini menunjukkan bahwa jasa *wedding photography* yang disediakan akun Instagram @hierosphoto sudah meluas dan banyak peminat dari orang-orang Jakarta. Akun tersebut menunjukkan bahwa *followers* terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan dengan presentasi 51% dan berjenis laki-laki dengan presentasi 49%. Untuk usia *followers* pada akun Instagram @hierosphoto berbeda-beda dari usia 18 tahun sampai usia yang cukup matang yaitu 44 tahun. Namun kebanyakan usia *followers* pada akun Instagram @hierosphoto itu adalah 25-34 tahun, dimana usia tersebut dikatakan berusia yang sudah mencukupi untuk melakukan pernikahan dan membutuhkan informasi jasa dari akun Instagram @hierosphoto dalam mengabadikan *moment* yang sakral dalam pernikahan mereka. Saat ini media sosial Instagram memiliki fitur akun bisnis pada akun Instagram. Seperti namanya, akun bisnis pada Instagram ini ditujukan untuk orang-orang yang menggunkan Instagram untuk mengembangkan bisnisnya, baik untuk menjajakan

produk atau jasa untuk berinteraksi dengan konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Bauran Pemasaran Penyedia Jasa *Wedding Photography* Pada Akun Instagram @hierosphoto?”. Dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk program bauran pemasaran jasa akun Instagram @hierosphoto ?
2. Bagaimana penggunaan media sosial akun Instagram @hierosphoto ?
3. Mengapa foto yang berkualitas menjadi andalan utama dalam memasarkan jasa *wedding photography* ?

B. Landasan Teori

Kata komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut sebagai *Communications* berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asalusul kata komunikasi. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi juga didefinisikan secara luas sebagai “berbagi pengalaman” (Mulyana, 2005: 41-42).

Pemasaran mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen pasar sasarannya. Serta bagaimana memuaskan mereka melalui proses pertukaran dengan tetap memperhatikan semua pihak dan tujuannya terkait dengan kepentingan perusahaan (Handayani, 2012:6).

Komunikasi pemasaran merupakan dialog interaktif antara perusahaan dan pelanggannya yang

berlangsung selama tahap pra-penjualan, penjualan, pemakaian, dan pasca-pemakaian (Kotler dan Armstrong, 2003: 248).

Definisi kualitas produk sendiri menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 283), kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Perusahaan dapat membuat keputusan bauran pemasaran sesuai dengan variabel didalamnya, untuk menciptakan produk yang ditawarkan, menetapkan harga, menginformasikan konsumen, serta memilih tempat dimana penawaran dapat diakses (Kotler, 2012: 75)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam buku “Manajemen Komunikasi dan Pemasaran” , mereka menjelaskan ada empat komponen dalam bauran pemasaran sebagai berikut:

a. *Product* (Produk)

Mengelola unsur produk termasuk perencanaan dan pengembangan produk atau jasa yang tepat bagi produk atau jasa yang tepat untuk dipasarkan dengan mengubah produk atau jasa yang ada dengan menambah dan mengambil tindakan yang lain yang mempengaruhi bermacam-macam produk atau jasa. Produk berupa barang dapat dibeda-

bedakan atau diklarifikasikan menurut macamnya. Mutu produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, ciri produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing sedangkan desain dapat menyumbangkan kegunaan atau manfaat produk serta coraknya. Jadi produk barang tidak hanya memperhatikan penampilan, tetapi juga hendaknya berupa produk yang simel, aman, tidak mahal, sederhana dan ekonomis dalam proses produksi dan distribusinya.

b. *Price* (Harga)

Sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau pemasar dan harus menentukan strategi yang mneyangkut dengan berbagai potongan harga, pembayaran biaya pengangkutan (transportasi) serta berbagai variabel biaya lain yang terkait. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjualan melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

c. *Place* (Tempat, distribusi)

Sebagian besar produsen menggunakan perantara pemasaran untuk memasarkan produk, khususnya barang dengan cara membangun suatu saluran distribusi yaitu sekelompok organisasi yang saling tergantung dalam keterlibatan mereka dalam proses yang menungkinkan suatu produk tersedia bagi pengguna atau konsumsi oleh pelanggan atau pengguna industrial.

d. *Promotion* (Promosi)

Pemasaran tidak hanya memnicarakan produk, harga produk, dan mendistribusikan produk tetapi juga

mengkomunikasikan produk kepada masyarakat agar produk itu dikenal dengan ujung-ujungnya dibeli. Untuk mengkomunikasikan produk perlu disusun suatu strategi yang sering disebut dengan strategi bauran promosi yang terdiri dari empat komponen utama yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), dan penjualan perseorangan (*personal selling*). Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan meyakinkan pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan, baik dengan iklan, penjualan pribadi maupun dengan publisitas.

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Rulli Nasrullah, 2015:11).

Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagikan foto membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis online turut mempromosikan produk-produknya lewat Instagram. Dan bisa disimpulkan Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung. Melalui Instagram-lah produk barang atau jasa ditawarkan dengan meng-upload foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang atau jasa yang ditawarkan (M Nisrina, 2015: 137).

Fitur yang hadir dari Instagram yang akhir-akhir ini sering dimanfaatkan pembisnis online adalah fitur dengan “Akun Instagram Bisnis”. Ini ditujukan untuk orang-orang yang menggunakan Instagram untuk mengembangkan bisnisnya, baik untuk menjajakan produk atau jasanya untuk berinteraksi dengan konsumennya. Dengan fitur ini

pelaku bisnis bisa dikenali sebagai perusahaan di Instagram. Pemilik akun instagra bisnis bisa memilih metode yang mereka gunakan untuk berhubungan dengan konsumen melalui telepon, SMS atau email.

Tidak hanya itu penawaran yang menarik dari fitur ini yaitu dengan adanya Insight pada akun Instagram bisnis, dimana berfungsi untuk mengetahui informasi tentang pengikut mereka. Misalnya demografi dan perilaku dari pengikut serta informasi seperti kiriman yang paling disukai. Dengan begitu para pelaku bisnis bisa membuat konten yang sesuai dengan tujuan awalnya dan mengunggahnya di waktu yang sesuai. Tentunya dengan fitur Instagram sebagai akun bisnis ini juga bisa sebagai alat promosi yang akan terhubung dengan media sosial Facebook, dan membutuhkan biaya disaat melakukan promosi di Instagram.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berikut adalah hasil penelitian mengenai Bauran Pemasaran Penyedia Jasa Akun Instagram @hirosphoto:

1. Bagaimana bentuk program bauran pemasaran jasa akun :Instagram @hierosphoto ?
 - a. *Product*: Jasa foto *engagement, prewedding, pengajian siraman, akad resepsi, maternity* dan *family*.
 - b. *Price*: Harga dari jasa foto dan video mulai dari foto *engagement* Rp. 3.000.000 sampai dengan *full package wedding* Rp. 41.000.000.
 - c. *Place*: Jl. Ph Mustofa Gg. Pelita II No., 32 Rt04/Rw02.
 - d. *Promotion*: Adanya potongan harga dari Rp.

- 500.000 – Rp. 2.000.000, dengan membeli *full package wedding* yang ditawarkan atau dengan promosi yang diberikan.
2. Bagaimana penggunaan media sosial akun Instagram @hierosphoto ?
 - a. Sangat aktif dalam menggunakan Instagram sebagai media promosi.
 - b. Memanfaatkan fitur dari Instagram seperti fitur Instagram *Business*
 3. Mengapa foto yang berkualitas menjadi andalan utama dalam memasarkan jasa *wedding photography* ?
 - a. Memiliki warna yang berciri khas yaitu *beautiful dark tones*.
 - b. *Moment* yang langkah terjadi sumur hidup sekali.
 - c. Terjadi pengulangan pembelian.

Dapat diketahui bahwa bauran pemasaran yang dilakukan oleh akun Instagram @jajanangarut meliputi bauran pemasaran 4P yaitu *product, price, place, dan promotion*. Produk yang ditawarkan oleh akun Instagram @hierosphoto memiliki beberapa jenis foto *engagement*, foto *prewedding*, foto pengajian siraman, foto *wedding* (akad dan resepsi), foto *maternity* dan foto *family*. Harga dari berbagai jenis foto yang disediakan akun Instagram @hierosphoto mulai dari Rp. 3.000.000 – Rp. 41.000.000. Target dari @hierosphoto adalah kelas menengah atas. Tempat kantor dari @hierosphoto berada di Jl. Ph Mustofa Gg. Pelita II No., 32 Rt.04/Rw.02, Kota Bandung atau kalau sesuai lokasi dalam peta bisa di *search* Jl. Cikutra (suci), Bandung.

Promosi yang dilakukan @hierosphoto dimana diberikan potongan harga mulai dari Rp. 500.000 –

Rp. 2.000.000 untuk konsumen yang membeli *full package* tertentu. Unikunya potongan ini tidak hanya berlaku untuk konsumen, tapi untuk keluarga atau teman yang akan melakukan foto bersama @hierosphoto pada kemudian hari. Instagram yang digunakan @hierosphoto sebagai media promosi dengan benar-benar memanfaatkan fitur yang dimiliki dari Instagram. Salah satunya adalah fitur Instagram *Business*. Tidak hanya itu, bagi @hierosphoto dalam memasarkan jasanya foto menjadi andalan utama. Karena dalam dunia *wedding* merupakan *moment* yang langkah dan sakral, hanya terjadi sekali seumur hidup. @hierosphoto juga memiliki ciri khas warna yang dikenal dengan “*beautiful dark tones*”, menyiapkan topeng yang diambil dari berbagai macam wajah binatang, memberikan pelayanan yang baik contohnya menyiapkan bunga secara gratis dan *brainstorming* bersama *team*. Ini berdampak agar konsumen merasa pelayanan yang baik dan mereka puas agar terjadi pengulangan pembelian.

D. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran pada akun Instagram @hierosphoto mencakup produk atau jasa yang terdiri dari berbagai penyedia jasa *wedding photography* yang disediakan dengan jangkauan harga yang berbeda-beda dan tempat sebagai proses produksi, serta didukung dengan saluran mendistribusikan jasa akun Instagram @hierosphoto pada rekan bisnis yang sama yaitu ke *wedding organaizer* seperti (Kanaya WO dan GY WO) dan

- gedung- gedung pernikahan di kota Bandung seperti (Bumi Sangkuriang, Bumi Samama, dan Gedung Pusdai) dengan ketentuan *sharing* profit 5% dari keuntungan yang dihasilkan.
2. Media sosial akun Instagram @hierosphoto digunakan sebagai tempat menampilkan hasil karya foto dan video dan dimanfaatkan dengan fitur-fitur yang dimiliki Insatgram dan fitur yang sering digunakan @hierosphoto adalah fitur Instagram *Business*, ini dimanfaatkan untuk mempromosikan jasa yang dimiliki @hierosphoto untuk dikenal kepada konsumen yang akan datang dan untuk meningkatkan penjualan.
 3. Foto yang berkualitas menjadi andalan utama dalam memasarkan jasa *wedding photography* dengan mempunyai ciri khas foto yang yang berbeda dengan penyedia jasa yang ada. Yang membedakan dengan penyedia jasa *wedding photography* yang lain bisa dilihat dari ciri khas warna foto yang dikenal dengan warna “*beautiful dark tones*”, memberikan bunga secara gratis yang , dan adanya foto yang berkualitas dalam dunia *wedding* ini menjadi andalan utama karena *moment-moment* yang terjadi merupakan *moment* yang sakral dan terjadi sekali seumur. Dan dengan foto yang berkualitas bisa menjadi daya tarik konsumen untuk melakukan pengulangan pembelian.

Saran

1. Dengan temuan penelitian yang dilakukan akun Instagram @hierosphoto dalam pemasaran dari segi produk harus lebih dikembangkan dan berinovasi,

- dari segi harga @hierosphoto harus membuat paket harga foto yang hemat, dari segi tempat harus memiliki cabang diberbagai kota, dan segi promosi lebih dikembangkan dengan mengikuti pameran *wedding* agar lebih dikenal luas.
2. Bagi akun Insatgram @hierosphoto dalam menggunakan Instagram harus lebih aktif dalam penggunaan fitur-fitur yang ada pada Instagram. Dalam penggunaan Instagram @hierosphoto harus lebih aktif dalam mengunggah foto konsumen, agar konsumen yang akan datang tahu dengan Instagram yang digunakan.
 3. Foto yang menjadi andalan utama dalam memasarkan jasa *wedding photography* saat ini sudah bagus dengan memanfaatkan media Instagram sebagai media pemasaran. Diharapkan untuk kedepan Instagram @hierosphoto selalu meningkatkan kualitas foto yang diberikan.

Daftar Pustaka

- Armstrong dan Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT.Indeks Gramedia.
- Armstrong, dan Kotler 2003. “*Dasar – dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*” Jakarta : Indeks Gramedia.
- Handayani, Tri.2012:6. Bauran Pemasaran. Edisi 12, Jilid 2. Jakarta Erlangga.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Kotler, dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip and Gary Armstrong.
2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1.* Jakarta: Erlangga.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.