

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INTAGRAM DALAM
PEMASARAN RAJA FOTO STUDIO & BRIDAL
AKSARA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai syarat untuk melengkapi dan memenuhi syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik*

Diajukan Oleh:

Nama : Rinka Amanda Putri Syifa

NPM : 71210612025

Program Studi Ilmu Komunikasi



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

MEDAN

2025

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Raja Foto Studio & Bridal Aksara Medan**

Nama : **Rinka Amanda Putri Syifa**

NPM : **71210612025**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Menyetujui :

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(Febry Ichwan Butsi, S.Sos.M.A)

(Dr.Zakaria Siregar, S.Sos, MSP)

Diketahui Oleh :

KEPALA PROGRAM STUDI

Disetujui :

DEKAN

(Febry Ichwan Butsi, S.Sos.M.A)

(Ridwan Nasution, S.Sos., M.Kom.I.)

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

LEMBARAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Panitia Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Sumatera Utara

Hari : Kamis
Tanggal : 19 Juni 2025
Jam : 09:00 Wib
Tempat : Ruang Sidang Fisip UISU

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Ketua : Dekan Fisip UISU
Sekretaris : Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
Pembimbing I : Febry Ichwan Butsi, S.Sos.M.A
Pembimbing II : Dr. Zakaria Siregar, S.Sos, MSP
Penguji I : Ridwan Nasution, S.Sos., M.Kom.I
Penguji II : Junedi Singarimbun, S.Sos, M.Si

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rinka Amanda Putri Syifa

NPM : 71210612025

Mahasiswa Prodi : Ilmu Komunikasi

Tahun Akademik : 2024/2025

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang

Berjudul :

**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Efektivitas
Pemasaran Raja Foto Studio & Bridal Aksara Medan**

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 26 Mei 2025

Rinka Amanda Putri Syifa
71210612025

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT Yang Maha Esa, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan dengan baik skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga dan para sahabatnya, karena berkat beliau pada saat ini kita berada di zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Adapun skripsi ini berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Raja Foto Studio & Bridal Aksara Medan” yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi (ILKOM), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Islam Sumatera Utara.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih terdapat kekurangan-kekurangan, Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman. Namun berkat bantuan, bimbingan, terutama kepada kedua orang tua penulis, Mama tersayang Murni Elisa dan juga Papa M. Rinto, semoga dengan adanya skripsi ini membuat mama dan papa lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak Perempuan pertamanya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. terimakasih banyak atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini. Terutama kepada ibu tercinta penulis Murni Elisa, yang senantiasa mendukung, mendoakan dan berusaha memberikan yang terbaik kepada penulis selama ini, walaupun seorang diri, hingga sampai saatnya penulis bisa sampai di titik ini berkat doa dan perjuangan beliau terselesaikannya skripsi ini, besar harapan penulis semoga mama dan papa sehat selalu, Panjang umur dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang. Dan tentunya tak terlepas dari peranan begitu banyak pihak yang telah memberikan do'a, dan dukungan baik

secara moril maupun materil kepada penulis. Untuk itu Dengan segala kemurahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Kepada Bapak Febri Ichwan Butsi, S.Sos., MA Dosen Pembimbing (1) saya, yang dengan sabar, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi ini. Dan kepada dosen pembimbing (2) saya Bapak Zakaria Siregar, S.Sos, MSP, yang telah meluangkan waktunya dan membimbing saya dengan sabar selama penyusunan skripsi ini.
2. Kepada nenek dan adik-adik tersayang, Sariani, Mikho Ahmad Al-Hasani, dan Michaila Maorin yang telah memberikan dukungan, semangat serta doa kepada penulis, dan selalu menghibur penulis saat penulis mengalami kendala dan masalah selama mengerjakan skripsi ini. Hingga tiba saatnya penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Kepada om tersayang penulis, Alm. Herman Hakim, dan Alm. Lukman Hakim yang selama hidupnya selalu memotivasi penulis, membimbing penulis agar penulis bisa menjadi anak yang sukses, berbakti kepada orang tua dan berguna untuk orang disekitar nya.
4. Kepada Adil Purnomo terimakasih untuk bantuannya karena mengajarkan saya dalam menyusun skripsi ini, agar lebih rapi dan tersusun dengan baik.
5. Kepada dua sahabat penulis, Tristian Fiona Sasti yang menemani penulis dari semester awal hingga saat ini, membantu penulis saat penulis mengalami kendala, bersedih dan lainnya, memberi semangat berupa memarahi penulis sebagai bagian dari memberi motivasi dengan cara yang berbeda, agar kami bisa lulus bersama-sama tepat waktu. dan tidak lupa kepada Zulhelmi Rahman Nst, yang dari semester awal senantiasa membantu dan menghibur penulis, juga meluangkan waktunya untuk mengantar dan menemani penulis saat penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Ibu Janice dan Saudari Chintia selaku narasumber di Raja Foto Studio dan Bridal Medan, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas waktu, bantuan, serta informasi berharga yang telah diberikan

selama proses wawancara. Dukungan dan kerelaan Ibu dan Saudari Chintia dalam berbagi pengetahuan serta menjawab setiap pertanyaan dengan jelas sangat membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

7. Kepada rekan-rekan seprogram studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sumatera Utara, penulis ucapkan terima kasih atas kebersamaan dan semangat yang telah dibagikan selama masa perkuliahan. Meskipun tidak terlibat langsung dalam penyusunan skripsi ini, kehadiran kalian tetap menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis.
8. Kepada diri sendiri, terima kasih telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah dalam menghadapi setiap proses dan tantangan selama masa perkuliahan hingga akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini pun menjadi saksi bisu dari banyak hal yang tak terlihat, pikiran yang tak tenang, waktu tidur yang terpotong, dan rasa takut yang sering datang tanpa diundang. Semoga langkah ini menjadi awal dari pencapaian-pencapaian yang lebih baik ke depannya.

Akhir kata, saya sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu, mendukung, dan memberikan semangat dalam perjalanan panjang penyusunan skripsi ini. Bagi mereka yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu per satu, ketahuilah bahwa setiap dukungan, doa, dan kebaikan yang diberikan sangat berarti dan menjadi kekuatan bagi saya untuk terus melangkah. Tanpa kalian, perjalanan ini tentu tidak akan bermakna ini. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun dengan segala usaha dan ketulusan, saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bagian dari perjalanan hidup saya menuju masa depan yang lebih baik. Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapat balasan yang berlipat dari Allah SWT.

Medan, 26 Mei 2025

Penulis
(Rinka Amanda Putri Syifa)

DAFTAR ISI

LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBARAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Teori Komunikasi	8
2.2 Teori AIDDA	14
2.3 Komunikasi Pemasaran Digital	19
2.4 Instagram sebagai Media Promosi Visual	22
2.5 Penelitian Terdahulu	26
2.6 Kerangka Berpikir	29
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Metodologi Penelitian	34

3.2 Tempat dan Waktu	35
3.3 Subjek Penelitian.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
4.2 Hasil.....	47
4.2.1 Attention	47
4.2.2 Interest	56
4.2.3 Desire	63
4.2.4 Decision	69
4.2.5 Action.....	77
4.3 Pembahasan.....	84
4.3.1 Analisis Teori AIDDA Terhadap Pemasaran Raja Foto Medan.....	84
4.3.2 Pemasaran dalam Digitalisasi	89
BAB V PENUTUP.....	93
5.1 . Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian terdahulu.....	27
Table 2 Aspek Attention Manager.....	48
Table 3 Respon Attention Digital Marketing	50
Table 4 Respon Attention Pada Pelanggan.....	53
Table 5 Respon Interest Manager.....	56
Table 6 Respon Interest Tim Digital Marketing.....	58
Table 7 Respon Interest Pelanggan	60
Table 8 Respon Desire Manager	63
Table 9 Respon Desire Tim Digital Marketing	65
Table 10 Respon Desire Pelanggan.....	67
Table 11 Respon Decision Manager.....	70
Table 12 Respon Decision Tim Manager.....	72
Table 13 Respon Decision Pelanggan	74
Table 14 Respon Action Manager	77
Table 15 Respon Action Tim Digital Marketing.....	79
Table 16 Respon Action Pelanggan.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Instagram Rajafotomedan	2
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4 Analisis Teori.....	86

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N, N A Hutari, And L M Nasir, 'Efektivitas Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Menggunakan Media Sosial Facebook', *Jurnal Ilmu Sosial Dan ...*, 2024
- Akpabio, E, *Indigenous Communication: A Global Perspective* (Books.Google.Com, 2023)
- Alhuda, A, F Y Dharta, And F M Lubis, 'Aplikasi Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Wedding Photography "Serenity Photoworks"', *Jurnal Ilmiah Wahana ...*, 2024
- Alvarhesa, V R, 'Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Wbx Studio)', *Jimsi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2023
- Amalia, L A, Z Zulistiani, And ..., 'Strategi Pemasaran Melalui Social Media Instagram Dan Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan', *Prosiding Seminar ...*, 2023
- Aziz, R A, And W A Wiksana, 'Fotografi Dalam Promosi Produk Di Instagram', *Bandung Conference Series: Communication ...*, 2025
- Azka, G, *Strategi Kreatif Pembuatan Konten Instagram Creative Agency Gagah Studio Dalam Menumbuhkan Minat Klien Pemasang Iklan* (Repository.Stikomjogjakarta.Ac.Id, 2024)
- Evelina, L W, 'Model Komunikasi Personal Branding Professional Selegram', *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 2023
- Febrianita, R H, S Nursanti, And ..., 'Pengaruh Konten Instagram Food Vlogger@ Gina_Angelia Terhadap Minat Kuliner Pada Followers', *Da'watuna: Journal Of ...* (Journal.Laaroiba.Com, 2024)
- Fitriyani, T, And M A Pribadi, 'Strategi Komunikasi Pemasaran@ Jasafotoprodukjkt Di Instagram' (Pdfs.Semanticscholar.Org, 2023)
- Fung, A L C, M K Wong, And L Fu, 'A Qualitative Method To Examine The Positive Impact Of A Storytelling Intervention In Reducing Reactive And Proactive Aggression In Young Schoolchildren', *Applied Research In Quality Of Life*, 18.4 (2023), 1989–2010 <<https://doi.org/10.1007/S11482-023-10174-Z>>
- Furqani, A A, S Nursanti, And F O Lubis, 'Strategi Komunikasi Pemasaran Sip Studio Photography Melalui Media Instagram', *Komversal*, 2025
- Hall, B J, P O Covarrubias, And K A Kirschbaum, *Among Cultures: The Challenge Of Communication, Fourth Edition*, *Among Cultures: The Challenge Of Communication, Fourth Edition* (Department Of Communication Studies And Philosophy, Utah State University, United States: Taylor And Francis, 2022)

<<https://doi.org/10.4324/9781003107453>>

- Iriadi, M I, And S Fachruddin, 'Analisis Promosi Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok Shop Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Impulsif Di Kota Kendari', *Newcomb: Jurnal Ilmu Komunikasi ...*, 2024
- Jannah, L, R B R Saragih, And ..., 'Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Comedy Event Di Kota Bengkulu', *Sibatik Journal ...*, 2023
- Jensen, K B, *A Handbook Of Media And Communication Research: Qualitative And Quantitative Methodologies* (Books.Google.Com, 2020)
- Kautsar, I, 'Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Produk Studio Kode', *Jurnal Web Informatika Teknologi*, 2021
- Maharani, D, *Eksistensi Influencer Tasya Farasya Dalam Meneguhkan Keputusan Pembelian Produk Skincare Di Tiktok* (Repository.Uisu.Ac.Id, 2024)
- Martiah, F, E Murdiati, And ..., 'Komunikasi Persuasif Pengelola Wisata Dalam Meningkatkan Kepuasan Pengunjung Pada Wisata Candi Bumiayu Di Desa Bumiayu', *Jurnal Pariwisata Dan ...*, 2025
- Marwah, A, And Y Yuniati, 'Komunikasi Pemasaran Studio Foto Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Mengenai Komunikasi Pemasaran Studio Foto "Paradox ..."', *Bandung Conference Series: Public Relations*, 2023
- Masril, M, And F W Lubis, 'Analisis Penggunaan Media Sosial Dan Penyebaran Hoax Di Kota Medan', *Jurnal Simbolika Research And Learning In ...*, 2020
- Meivanda, R M, And S Zuhri, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Akun@ Photose. Id', *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2024
- Nurlela, N, M Ramdhani, And ..., 'Strategi Komunikasi Persuasif Member Bisnis Mlm Millionaire Club Indonesia (Mci) Untuk Meningkatkan Penjualan Di Kabupaten Karawang', *Da'watuna: Journal Of ...*, 2024
- Prasetyo, D, M M Widiyanti, And ..., 'Strategi Komunikasi Pemasaran "Lensa Samid" Dalam Meningkatkan Pelanggan Melalui Instagram', *Indonesian Social Science ...*, 2024
- Razak, A, And S T Sumanti, 'Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Dalam Penyebaran Informasi Pada Dinas Kominfo Kota Medan', *Communication & Social ...*, 2023
- Restianah, A, 'Pengaruh Brand Awareness, Service Quality, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Studio Foto Blacksweet' (Eprints.Universitaspurabaya.Ac.Id, 2023)
- Rina, N, Bcsa Pradana, And ..., 'Analisis Iklan Spotify Dalam Mengubah Keputusan Pembelian Langganan Premium', *Prosiding ...*, 2024
- Rings, G, And S Rasinger, *The Cambridge Handbook Of Intercultural Communication, The Cambridge Handbook Of Intercultural Communication*

- (Anglia Ruskin University, United Kingdom: Cambridge University Press, 2020) <<https://doi.org/10.1017/9781108555067>>
- Risdayanti, R, *Analisis Strategi Komunikasi Genpi Pada Media Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Wisatawan Di Luwu Utara= An Analysis Communication ...* (Repository.Unhas.Ac.Id, 2024)
- Saleh, S R, And J Suherman, 'Kualitas Pengaruh Konten Instagram Dan Sosial Media Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rio Home Studio', *Jurnal Dimamu*, 2024
- Sela, A, A Merita, M Ikom, And D Puspita, 'Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Fotografi Dalam Menarik Minat Konsumen Melalui Instagram (Studi Kasus Pada ...)' (Universitas Baturaja, 2022)
- Servaes, Jan, *Communication For Development And Social Change, Communication For Development And Social Change*, 2008 <<https://doi.org/10.4135/9788132108474>>
- Sibuea, F D, '... Instagram@ Photose. Id Dalam Membangun Brand Awareness.(Marketing Communication Strategy Through Social Media Instagram@ Photose. Id In ...)' (Universitas 17 Agustus 1945 ..., 2023)
- , 'Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram@ Photose. Id Dalam Membangun Brand Awareness.(Marketing Communication Strategy ...)' (Universitas 17 Agustus 1945 ..., 2023)
- Teguh, M, B Bungin, H Y Wono, And T J Santoso, 'Study Of Dual Brand In Indonesia Tourism Communication', *Jurnal Komunikasi*, 2022
- Vyarsa, A K, I Danadharta, And ..., 'Penggunaan Media Sosial Instagram Inframe Photo&Studio Dalam Membentuk Customer Engagement', *Prosiding ...* (Conference.Untag-Sby.Ac.Id, 2024)
- Weaver, D B, B Moyle, And C J Mclennan, 'The Citizen Within: Positioning Local Residents For Sustainable Tourism', ... *Of Sustainable Tourism*, 2022 <<https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903017>>

LAMPIRAN

1. Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara Manager

Data Informan

Nama : Janice Jong

Umur :56 Tahun

Jabatan : Pemilik (manager)

Tahapan AIDDA	Pertanyaan	Jawaban Manager
Attention (Perhatian)	Menurut Anda, seberapa penting peran Instagram dalam menarik perhatian calon pelanggan?	Instagram sangat penting karena menjadi etalase utama kami dalam menarik perhatian pelanggan. Namun, kami juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan konsistensi kualitas visual dan bersaing dengan algoritma Instagram yang berubah-ubah.
Attention (Perhatian)	Apa ada strategi khusus agar akun Instagram Raja Foto Studio lebih mudah dikenal banyak orang?	Strategi kami mencakup penggunaan tone warna yang seragam dan pemanfaatan momen spesial seperti musim wisuda. Tapi, menjangkau pengguna baru tetap menjadi tantangan karena keterbatasan promosi berbayar yang kami lakukan.
Attention (Perhatian)	Apa yang biasanya dilakukan tim untuk membuat konten Instagram lebih menarik?	Tim berusaha membuat konten menarik dengan mengikuti tren dan menampilkan hasil foto terbaik. Meski begitu, proses kreatif kadang terhambat oleh waktu dan keterbatasan sumber daya desain internal.
Interest (Ketertarikan)	Apakah Anda rutin mengevaluasi konten yang diposting agar tetap menarik?	Evaluasi rutin kami lakukan menggunakan fitur insight Instagram. Namun, tidak semua konten yang menurut kami menarik selalu mendapat respons tinggi dari audiens, jadi kami harus terus menyesuaikan pendekatan.

Interest (Ketertarikan)	Apa jenis konten yang menurut Anda paling membuat orang tertarik dengan jasa Raja Foto?	Konten behind the scenes dan hasil prewedding memang paling diminati, tapi konten lain seperti promosi seringkali kurang mendapat perhatian, sehingga kami perlu strategi untuk menyeimbangkan konten informatif dan visual.
Interest (Ketertarikan)	Menurut Anda, penting tidak, konsisten upload konten agar orang tetap tertarik?	Konsistensi unggah sangat penting untuk mempertahankan eksistensi kami. Walau begitu, menjaga konsistensi ini cukup menantang karena padatnya jadwal pemotretan dan editing.
Desire (Keinginan)	Apakah Anda sering membuat promo atau diskon khusus untuk membangkitkan minat calon pelanggan?	Kami rutin membuat promo musiman, namun terkadang promo tersebut tidak langsung berdampak pada peningkatan penjualan karena banyak calon pelanggan yang hanya tertarik melihat tanpa melakukan tindakan lebih lanjut.
Desire (Keinginan)	Menurut Anda, bagaimana cara membuat orang benar-benar ingin menggunakan jasa Raja Foto setelah melihat Instagram?	Kami membangun kepercayaan lewat konten berkualitas dan responsif, tapi membuat orang benar-benar ingin membeli tetap bergantung pada faktor eksternal seperti budget dan preferensi pribadi.
Desire (Keinginan)	Mengapa konten yang bersifat estetik bisa lebih membangkitkan keinginan?	Konten estetik memang efektif membangun keinginan, tetapi jika terlalu fokus pada aspek visual, kadang pesan informatif bisa kurang tersampaikan dengan baik kepada audiens.
Decision (Keputusan)	Menurut Anda, apakah pelayanan melalui Instagram, seperti balasan pesan, memengaruhi keputusan pelanggan?	Pelayanan via Instagram sangat menentukan, terutama dalam kecepatan balasan. Namun, saat traffic tinggi, respons bisa melambat dan menurunkan kepuasan pelanggan.
Decision (Keputusan)	Apa yang biasanya membuat calon pelanggan akhirnya memutuskan untuk menggunakan jasa perusahaan?	Keputusan pelanggan banyak dipengaruhi oleh kualitas hasil kerja dan testimoni. Namun, beberapa pelanggan tetap membandingkan kami dengan kompetitor, terutama dari sisi harga.
Decision (Keputusan)	Langkah apa yang dilakukan saat pelanggan ragu sebelum membeli?	Kami mencoba memberi edukasi dan klarifikasi saat pelanggan ragu, tapi tidak semua calon pelanggan merespons secara terbuka atau cepat terhadap pendekatan tersebut.

Action (Tindakan)	Setelah promosi di Instagram, tindakan apa yang paling sering dilakukan oleh pelanggan? (misalnya: booking, datang langsung, atau tanya-tanya)	Tindakan paling sering adalah tanya-tanya lewat DM. Sayangnya, tidak semuanya berlanjut ke booking, jadi kami terus berupaya mengoptimalkan call-to-action yang lebih efektif.
Action (Tindakan)	Bagaimana Anda menilai bahwa promosi di Instagram benar-benar berhasil?	Kami menilai promosi berhasil jika ada interaksi dan peningkatan booking, tapi kadang engagement tinggi tidak sebanding dengan konversi nyata, yang menjadi tantangan tersendiri.
Action (Tindakan)	Dari pengalaman Anda, sejauh mana peran Instagram dalam menghasilkan penjualan?	Peran Instagram besar dalam menghasilkan penjualan, namun kami juga menyadari pentingnya memperkuat layanan offline dan rekomendasi dari mulut ke mulut sebagai pelengkap saluran digital.

Transkrip wawancara digital marketing

Nama : Sintia
 Umur : 29 Tahun
 Jabatan : Admin Instagram
 Lama Bekerja : 6 Tahun

Tahapan AIDDA	Pertanyaan	Jawaban Digital Marketing
Attention (Perhatian)	Apakah ada waktu tertentu untuk mengupload konten agar lebih banyak dilihat oleh pengguna?	Ya, biasanya kami unggah konten pada pukul 11.00-“13.00 dan 19.00-“21.00 saat traffic pengguna tinggi, meskipun tetap ada variasi tergantung hari dan momen tertentu.
Attention (Perhatian)	Apakah ada trik khusus untuk membuat tampilan feed Instagram lebih menarik dan profesional?	Kami menggunakan grid planning dan tools seperti Canva dan Preview untuk memastikan feed terlihat rapi, senada secara tone warna, dan memperkuat identitas brand.
Attention (Perhatian)	Seberapa penting tampilan visual (warna, desain, layout) dalam menarik perhatian audiens di Instagram?	Sangat penting, karena visual adalah kesan pertama. Kombinasi warna yang harmonis dan layout simetris memicu orang untuk berhenti scroll dan memperhatikan.
Interest (Ketertarikan)	Bagaimana cara tim membuat orang yang melihat menjadi tertarik dengan isi konten?	Kami buat konten yang relatable, storytelling ringan, dan visualisasi yang menampilkan emosi positif dari pelanggan atau suasana studio yang menarik.

Interest (Ketertarikan)	Seberapa sering audiens memberikan respon (seperti like, komen, atau DM) pada konten yang dibuat?	Responnya cukup beragam. Untuk konten promo dan behind the scenes biasanya mendapatkan lebih banyak likes dan komentar, sementara reels meningkatkan DM.
Interest (Ketertarikan)	Seberapa penting penggunaan caption yang informatif dalam meningkatkan minat pengguna?	Sangat penting. Caption yang menjelaskan proses, benefit layanan, dan ajakan bertindak bisa menggiring minat audiens untuk menyimpan atau membagikan konten.
Desire (Keinginan)	Bagaimana tim membangun citra positif agar orang merasa yakin dan tertarik?	Citra positif dibangun lewat konsistensi branding, interaksi hangat dengan followers, serta unggahan hasil kerja nyata yang bisa dipercaya.
Desire (Keinginan)	Apakah Anda membuat konten yang menampilkan proses atau suasana pemotretan untuk membangkitkan keinginan calon pelanggan?	Ya, konten proses seperti saat makeup atau sesi pemotretan kami tampilkan untuk memberi gambaran nyata tentang layanan dan meningkatkan daya tarik emosional.
Desire (Keinginan)	Bagaimana penggunaan testimoni atau before after memengaruhi kepercayaan audiens?	Before-after sangat efektif untuk menunjukkan transformasi. Testimoni juga kami rancang dalam format story dan feed, meski pengumpulan testimoni belum optimal.

Decision (Keputusan)	Bagaimana Anda merespons pesan dari calon pelanggan yang mulai menanyakan harga atau paket layanan?	Kami prioritaskan balasan cepat dan ramah, serta memberikan link katalog atau harga. Kami juga follow-up jika pesan belum dibalas oleh calon pelanggan.
Decision (Keputusan)	Apakah Anda membuat highlight khusus (seperti daftar harga, testimoni, promo) untuk membantu pelanggan memutuskan?	Ya, kami buat highlight khusus agar pengguna baru bisa langsung melihat informasi penting tanpa harus scroll panjang di feed.
Action (Tindakan)	Apakah terdapat peningkatan jumlah pesan masuk atau pemesanan setelah konten diunggah?	Ada peningkatan, terutama setelah posting reels atau promo. Namun tidak semua interaksi berujung pada konversi pemesanan.
Action (Tindakan)	Pernah tidak dapat komentar negatif dari konten yang diunggah?	Pernah, terutama terkait harga atau kualitas layanan. Kami respon dengan terbuka, menjelaskan kebijakan, dan mengajak diskusi yang sopan.
Action (Tindakan)	Langkah apa yang Anda ambil agar audiens langsung bertindak setelah melihat konten?	Kami pasang CTA yang jelas, misalnya 'Klik link bio' atau 'DM kami sekarang'. Kami juga pakai template visual yang mendorong sense of urgency.

Transkrip Wawancara Pelanggan / *Followes Instagram*

Nama : Fathia

Umur : 25 Tahun

Alamat : -

Tahapan AIDDA	Pertanyaan	Jawaban Follower
Attention (Perhatian)	Apakah konten seperti video pemotretan, rias pengantin, atau tema pernikahan menarik minat Anda?	Ya, konten seperti video rias dan tema pernikahan sangat menarik, apalagi kalau konsepnya unik atau berbeda dari yang lain.
Attention (Perhatian)	Menurut Anda, apakah tampilan feed mereka menarik?	Iya, tampilan feed mereka cukup rapi dan estetik. Saya suka dengan tone warna dan cara penempatan kontennya.
Attention (Perhatian)	Apa yang membuat Anda pertama kali memperhatikan akun Instagram Raja Foto Studio?	Pertama kali saya tertarik karena melihat hasil foto wisuda teman saya yang ditandai ke akun mereka, fotonya bagus banget.

Interest (Ketertarikan)	Setelah melihat konten mereka, apa yang membuat Anda tertarik untuk melihat lebih lanjut?	Biasanya kalau ada konten yang menampilkan proses makeup atau interaksi lucu antara fotografer dan klien, itu bikin saya tertarik untuk scroll lebih jauh.
Interest (Ketertarikan)	Apakah Anda pernah menyimpan atau membagikan konten dari akun Raja Foto Studio?	Pernah, beberapa kali saya menyimpan konten yang menurut saya estetik atau cocok dijadikan referensi untuk prewedding.
Interest (Ketertarikan)	Apa yang membuat Anda terus mengikuti akun Raja Foto Studio & Bridal?	Saya terus mengikuti karena kontennya konsisten, dan saya merasa gaya mereka cocok dengan selera saya, apalagi untuk ide wedding.
Desire (Keinginan)	Seberapa penting testimoni atau review di Instagram dalam membangkitkan keinginan Anda untuk mencoba?	Penting sih, soalnya dari testimoni saya jadi tahu apakah pelayanannya benar-benar oke atau tidak dari sisi pelanggan langsung.

Desire (Keinginan)	Apakah promo atau diskon yang ditawarkan membuat Anda lebih ingin segera booking jasa mereka?	Iya, promo atau diskon bikin saya jadi lebih mikir untuk booking karena harganya jadi lebih terjangkau.
Desire (Keinginan)	Apakah Anda merasa tertarik karena hasil makeup atau konsep fotonya?	Tertarik banget, karena makeup-nya halus dan konsep fotonya kreatif, beda dari studio lain yang saya lihat di Medan.
Decision (Keputusan)	Pernahkah Anda membandingkan konten Raja Foto Studio & Bridal dengan penyedia jasa lain sebelum memutuskan?	Iya, saya sempat bandingkan dengan dua studio lain lewat Instagram, dan saya nilai dari konsep visual dan kualitas foto.
Decision (Keputusan)	Apakah ada promo atau penawaran yang bikin Anda yakin?	Penawaran paket bundling dan diskon khusus saat promo yang biasanya bikin saya makin yakin buat pilih mereka.
Decision (Keputusan)	Informasi apa saja yang membantu Anda mengambil keputusan?	Informasi tentang harga, detail paket, dan testimoni dari pelanggan sebelumnya sangat membantu saya dalam ambil keputusan.

Action (Tindakan)	Berkomunikasi lewat Instagram menurut Anda cepat dan mudah tidak?	Menurut saya cukup cepat dan ramah, saya pernah DM dan dijawab dalam beberapa menit dengan jelas.
Action (Tindakan)	Bagaimana pelayanan mereka setelah Anda booking lewat Instagram?	Pelayanannya oke, dari booking sampai hari H-nya mereka cukup komunikatif dan terbuka soal konsep yang saya mau.
Action (Tindakan)	Apakah Anda pernah langsung membeli produk setelah melihat konten promosi di Instagram?	Pernah, saya langsung booking sesi foto wisuda setelah lihat hasil foto teman-teman yang mereka upload.
Action (Tindakan)	Jika pernah, apakah Anda berminat menggunakan kembali jasa mereka kembali?	Kalau ada kesempatan, pasti. Saya merasa puas dengan hasilnya dan ingin coba layanan prewedding mereka selanjutnya.

Transkrip Wawancara Pelanggan / *Followes Instagram*

Nama : Stevie Tan

Umur : 21 tahun

Alamat : -

Tahapan AIDDA	Pertanyaan	Jawaban Follower
Attention (Perhatian)	Apakah konten seperti video pemotretan, rias pengantin, atau tema pernikahan menarik minat Anda?	Tidak selalu. Kadang videonya terlalu panjang dan tidak fokus, jadi saya lewati saja.
Attention (Perhatian)	Menurut Anda, apakah tampilan feed mereka menarik?	Feed-nya lumayan, tapi kadang ada foto yang resolusinya kurang bagus atau tidak konsisten tone-nya.
Attention (Perhatian)	Apa yang membuat Anda pertama kali memperhatikan akun Instagram Raja Foto Studio?	Saya justru tahu akun mereka dari iklan, tapi waktu itu tidak langsung tertarik karena kesannya seperti studio biasa.

Interest (Ketertarikan)	Setelah melihat konten mereka, apa yang membuat Anda tertarik untuk melihat lebih lanjut?	Beberapa kontennya terasa repetitif, jadi tidak selalu bikin saya ingin scroll lebih jauh.
Interest (Ketertarikan)	Apakah Anda pernah menyimpan atau membagikan konten dari akun Raja Foto Studio?	Jarang. Kebanyakan kontennya terlalu umum, tidak cukup menarik untuk disimpan atau dibagikan.
Interest (Ketertarikan)	Apa yang membuat Anda terus mengikuti akun Raja Foto Studio & Bridal?	Saya sempat unfollow karena kontennya jarang di-update dan kurang variasi dari bulan ke bulan.
Desire (Keinginan)	Seberapa penting testimoni atau review di Instagram dalam membangkitkan keinginan Anda untuk mencoba?	Saya kurang percaya testimoni di Instagram karena kadang terlihat disusun sendiri, tidak terlalu meyakinkan.

<p>Desire (Keinginan)</p>	<p>Apakah promo atau diskon yang ditawarkan membuat Anda lebih ingin segera booking jasa mereka?</p>	<p>Promo-nya sering muncul tapi tidak jelas syarat dan ketentuannya, jadi saya malah ragu untuk booking.</p>
<p>Desire (Keinginan)</p>	<p>Apakah Anda merasa tertarik karena hasil makeup atau konsep fotonya?</p>	<p>Kadang hasil makeup-nya terlalu tebal atau pencahayaan fotonya terlalu keras, jadi saya kurang suka.</p>
<p>Decision (Keputusan)</p>	<p>Pernahkah Anda membandingkan konten Raja Foto Studio & Bridal dengan penyedia jasa lain sebelum memutuskan?</p>	<p>Pernah bandingkan, dan studio lain lebih detail menjelaskan paket dan menampilkan testimoni nyata pelanggan.</p>
<p>Decision (Keputusan)</p>	<p>Apakah ada promo atau penawaran yang bikin Anda yakin?</p>	<p>Promo mereka sering tidak update. Saya pernah tanya soal promo yang diposting, tapi katanya sudah tidak berlaku.</p>
<p>Decision (Keputusan)</p>	<p>Informasi apa saja yang membantu Anda mengambil keputusan?</p>	<p>Informasinya agak tersebar, saya harus scroll jauh untuk cari harga dan detail paket yang saya butuhkan.</p>

Action (Tindakan)	Berkomunikasi lewat Instagram menurut Anda cepat dan mudah tidak?	Pernah DM tapi dibalas lama, jadi saya urung lanjut karena kesannya tidak profesional.
Action (Tindakan)	Bagaimana pelayanan mereka setelah Anda booking lewat Instagram?	Waktu booking, admin-nya agak kurang responsif dan saya harus follow up beberapa kali.
Action (Tindakan)	Apakah Anda pernah langsung membeli produk setelah melihat konten promosi di Instagram?	Sudah lihat promosi tapi saya lebih percaya rekomendasi teman daripada sekadar konten di Instagram.
Action (Tindakan)	Jika pernah, apakah Anda berminat menggunakan kembali jasa mereka kembali?	Sepertinya tidak, kecuali mereka bisa lebih jelas dan responsif dalam melayani pelanggan digital.

Transkrip Wawancara Pelanggan / *Followes Instagram*

Nama : Julius Mangaraja

Umur : 23 Tahun

Alamat : -





Tahapan AIDDA	Pertanyaan	Jawaban Follower
Attention (Perhatian)	Apakah konten seperti video pemotretan, rias pengantin, atau tema pernikahan menarik minat Anda?	Kontennya menarik, terutama video rias dan tema pernikahan yang estetik. Tapi kadang kualitas videonya kurang stabil atau terlalu gelap.
Attention (Perhatian)	Menurut Anda, apakah tampilan feed mereka menarik?	Tampilan feed-nya cukup enak dilihat dan rapi, tapi beberapa kali saya lihat ada unggahan yang terasa kurang diedit atau tidak konsisten gayanya.
Attention (Perhatian)	Apa yang membuat Anda pertama kali memperhatikan akun Instagram Raja Foto Studio?	Awalnya tertarik karena lihat hasil foto yang cantik di explore, tapi kurang informasi langsung tentang lokasi dan harga di bio atau caption.

Interest (Ketertarikan)	Setelah melihat konten mereka, apa yang membuat Anda tertarik untuk melihat lebih lanjut?	Beberapa konten sangat engaging, seperti behind-the-scenes, tapi kadang terlalu banyak repost yang membuat feed terasa kurang segar.
Interest (Ketertarikan)	Apakah Anda pernah menyimpan atau membagikan konten dari akun Raja Foto Studio?	Pernah beberapa kali menyimpan konten karena referensinya bagus, tapi belum pernah membagikan karena sebagian besar terasa personal, bukan umum.
Interest (Ketertarikan)	Apa yang membuat Anda terus mengikuti akun Raja Foto Studio & Bridal?	Saya tetap follow karena kualitas hasil foto bagus, tapi berharap lebih banyak variasi konten atau tips yang bisa saya terapkan secara langsung.
Desire (Keinginan)	Seberapa penting testimoni atau review di Instagram dalam membangkitkan keinginan Anda untuk mencoba?	Testimoni penting dan beberapa cukup membantu, tapi akan lebih meyakinkan kalau ada format video atau konten lebih real dari klien langsung.

Desire (Keinginan)	Apakah promo atau diskon yang ditawarkan membuat Anda lebih ingin segera booking jasa mereka?	Promo dan diskon menarik, tapi kadang info tentang promo datangnya telat atau hanya muncul sekali tanpa update jelas di highlight.
Desire (Keinginan)	Apakah Anda merasa tertarik karena hasil makeup atau konsep fotonya?	Hasil makeup-nya cantik dan profesional, tapi ada beberapa konsep foto yang terlalu klasik dan kurang cocok untuk selera anak muda sekarang.
Decision (Keputusan)	Pernahkah Anda membandingkan konten Raja Foto Studio & Bridal dengan penyedia jasa lain sebelum memutuskan?	Pernah bandingkan dengan studio lain dan Raja Foto lebih unggul dalam kualitas visual, tapi kurang informatif dalam menjelaskan perbedaan paket.
Decision (Keputusan)	Apakah ada promo atau penawaran yang bikin Anda yakin?	Penawaran diskonnya menarik dan kreatif, tapi kadang respons dari admin saat ditanya promo tersebut agak lambat.
Decision (Keputusan)	Informasi apa saja yang membantu Anda mengambil keputusan?	Informasi seperti harga dan paket cukup lengkap di highlight, tapi kurang ada penjelasan detail soal durasi dan teknis pengambilan foto.

Action (Tindakan)	Berkomunikasi lewat Instagram menurut Anda cepat dan mudah tidak?	Komunikasi via Instagram cukup mudah dan cepat, walau saat jam sibuk kadang responsnya jadi agak lama.
Action (Tindakan)	Bagaimana pelayanan mereka setelah Anda booking lewat Instagram?	Pelayanan cukup baik saat booking, tapi di hari H sempat ada miskomunikasi soal waktu pengambilan foto.
Action (Tindakan)	Apakah Anda pernah langsung membeli produk setelah melihat konten promosi di Instagram?	Pernah tertarik dan booking setelah lihat konten promosi, tapi sempat bingung karena link pemesanan tidak langsung terlihat di bio.
Action (Tindakan)	Jika pernah, apakah Anda berminat menggunakan kembali jasa mereka kembali?	Saya puas dengan hasil foto dan kemungkinan besar akan kembali, tapi berharap proses komunikasi lebih lancar dan informasinya lebih jelas.

2. Dokumentasi Penelitian

No.	Deskripsi	Dokumentasi
1.	Wawancara dengan Cintia Admin Instagram Raja Foto	
2.	Wawancara dengan Pelanggan (Fathia)	
3.	Wawancara dengan Pelanggan (Stevie Tan)	
4.	Wawancara dengan Pelanggan (Julius Mangaraja)	



الجامعة الإسلامية Sumatera Utara
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. SM. Raja - Toladan Medan 20217

Nomor : 191/EI/03/V/2025
Lamp : -
Hal : Izin Penelitian

Medan, 17 Dzulqaidah 1446H
16 Mei 2025M

Kepada Yth : Bapak /Ibu Raja Foto Studio dan Bridal
Jalan Letda Sujono No. 131 A-B, Bantan Tim, Kec. Medan Tembung
Di -
Medan.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Sumatera Utara (Fisip
UISU) Medan, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Rinka Amanda Putri Syifa
Tempat Tgl Lahir : Medan, 3 Februari 2004
NPM : 71210612025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jln. Denai Gg. Anda No.4

Adalah benar Mahasiswa FISIP UISU Medan, dan mohon kiranya yang bersangkutan
diberi izin melakukan penelitian dan mengambil data guna menyelesaikan Tugas
Akhir dengan judul : "Pemanfaatan Media Sosial. Instragram Dalam
Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Raja Foto Studio Dan Bridal Aksara
Medan."

Demikianlah permohonan ini kami ajukan, dan atas kerjasamanya kami ucapkan
terima kasih.



Ridwan Nasution, S.Sos, M.Kom.I

Tembusan :

1. Yang bersangkutan
2. Pertinggal



Jl. Letda Sujono no. 131 A/B, Medan, North Sumatra, Indonesia 20371. T: +62 61 7345 111
E: rajafotomedan@gmail.com

Nomor : 191/E/L/03/V2025

Medan, 17 Mei 2025

Lamp : -

Hal : Balasan Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth :
Bapak/Ibu
Di Universitas Islam Sumatera Utara
Medan

Dengan hormat,

Menindaklanjuti surat dari Universitas Islam Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Medan perihal Permohonan Izin Penelitian. Kami dari Raja Foto Studio & Bridal menyetujui dan menerima Mahasiswa atas Nama Rinka Amanda Putri Syifa, NPM : 71210612025 dengan judul "**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Raja Foto Studio dan Bridal Aksara Medan.**"

Demikian surat ini kami buat, atas perhatian dan kerjasamanya. Kami sampaikan terima kasih.

Mengetahui,


RAJA
Cynthia Handz Lubis A. Md Par
FOTO STUDIO & BRIDAL