

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ancha Motret adalah sebuah perusahaan dibidang pelayanan jasa dokumentasi yang berfokus pada kegiatan mengabadikan momen di dalam sebuah acara tertentu, khususnya acara pernikahan. Kegiatan yang dilakukan Ancha Motret ketika berada di lapangan adalah mereka mengambil dokumentasi dari berbagai momen dalam rangkaian acara seperti acara akad dan resepsi adat di dalam acara pernikahan, mengambil foto untuk kedua pengantin dan keluarganya, pose foto dan video pre wedding pengantin, dan lain-lain. Ancha motret juga termasuk dalam kategori bisnis UMKM. Pengertian dari UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau lembaga usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro (Shaïd, 2022).

Wedding event dokumentasi adalah suatu pekerjaan di bidang jasa yang melibatkan seseorang atau sebuah tim yang bekerja sebagai fotografer dan videografer yang bertugas untuk mengabadikan momen pernikahan bagi pengantin dan keluarga yang ada di dalam acara pernikahan. Dalam sebuah acara pernikahan, tim yang bertugas di lapangan akan selalu memberikan arahan kepada pengantin dan juga keluarganya dalam pengambilan dokumentasi pernikahan.

Peluang dalam menjalankan usaha di bidang video shooting sangat menjanjikan sebab banyak sekali jumlah permintaan di berbagai acara yang diperlukan untuk merekam acara sebagai momen kenang-kenangan seperti acara pernikahan, kelulusan, pengajian, khitanan, ulang tahun, dan acara lainnya (Rahmawati, 2021).

Bisnis *wedding event* dokumentasi merupakan bisnis yang terbilang cukup sederhana namun penting ketika membicarakan soal modal awal seperti misalnya mempunyai kamera dan juga *skill editing*. Bahkan dalam bisnis ini setiap orang dapat bekerja secara individual ataupun membentuk tim untuk mengerjakan jasa foto dan video *wedding* di event-event yang klien butuhkan dan oleh karena itu,

bisnis ini banyak sekali diminati. Karena banyak sekali peminatnya, persaingan antara vendor wedding event dokumentasi sangatlah serius dengan banyaknya vendor baru maupun vendor lama yang menjalankan bisnis ini dengan taste atau ciri khas dari masing-masing vendor. Persaingan yang cukup sehat di dalam bisnis ini menjadikan banyak sekali pegiat yang melakukan berbagai macam strategi pemasaran yang bertujuan untuk memajukan dan mensejahterakan vendornya masing-masing, khususnya dalam meningkatkan jumlah customer.

Instagram merupakan salah satu sosial media yang dimiliki oleh banyak pengguna yang terdiri dari berbagai macam kalangan sosial. Instagram dikenal sebagai social media yang memiliki berbagai macam konten foto dan video yang menarik. Instagram saat ini sudah memiliki banyak sekali fitur yang dapat digunakan untuk membantu para pengguna platform nya dalam mencari atau mempromosikan sebuah produk. Fitur yang sebelumnya hanya bermula dari fitur membagikan momen foto, saat ini sudah menyediakan fitur lainnya agar bisa mengunggah momen video. Dalam fitur video Instagram terdapat tiga kategori yaitu video IGTV, video stories dan video reels.

Instagram berasal dari kata “Insta” yang diambil dari kata “Instan” dan kata “gram” yang diambil dari kata “Telegram” yang dapat mengirim informasi secara cepat. Kata-kata ini dibuat sesuai dengan tujuan dari Instagram itu sendiri yaitu mampu mengirim foto dan video secara instan dan cepat dengan bantuan jaringan internet (Arifin, 2022).

Instagram menjadi salah satu sosial media yang digunakan oleh para pebisnis karena memiliki fungsi sebagai media promosi bisnis baik produk pakaian, makanan, minuman dan serta jasa. Instagram adalah tempat yang strategis bagi para pebisnis bahkan tak terkecuali adanya komunitas atau perorangan yang terkait dengan bidang sosial untuk menjadikan sosial media Instagram sebagai media promosi (Retnasary & Fitriawati, 2018).

Hobi dalam dunia fotografi dan videografi memiliki perkembangan yang cukup signifikan. Tak hanya sekadar hobi, dunia fotografi dan videografi juga dijadikan sebagai sebuah profesi yang terkait dengan industri kreatif seperti foto produk, foto model, foto jurnalistik, industri televisi, industri film dan wedding

organizer. Wedding organizer merangkul banyak kerja sama setiap vendor seperti vendor dekorasi, make up artist, catering, dan juga dokumentasi. Bisnis fotografi dan videografi dalam acara pernikahan sangat diminati oleh setiap kalangan calon pengantin yang segera menikah. Dengan kemampuan dan kreatifitas yang menarik, menjadikan mereka yang mempunyai hobi dibidang tersebut membuka bisnis vendor dokumentasi yang siap bekerjasama dengan berbagai instansi wedding organizer.

Akan tetapi salah satu kendala dalam pekerjaan event wedding dokumentasi adalah kurangnya pemasukan orderan pekerjaan di dalam momen tertentu dikarenakan acara pernikahan yang bersifat musiman atau hanya ada pada waktu tertentu saja. Seperti misalnya salah satu vendor dokumentasi yang akan penulis jadikan sebagai objek penelitian ini yaitu Ancha Motret. Kurangnya pemasukan pekerjaan dalam momen tertentu dirasakan oleh Ancha Motret. Hal ini karena kurangnya usaha Ancha Motret dalam melakukan promosi paket dokumentasi untuk acara lainnya dengan melakukan *direct marketing* melalui Instagram. Lalu dalam Instagram Ancha Motret hanya menampilkan hasil dokumentasi pernikahan saja dan hal ini menyebabkan masyarakat mengetahui bahwa Ancha Motret hanya melayani jasa dokumentasi pernikahan saja dan pada akhirnya menyebabkan Ancha Motret mengalami kurangnya pemasukan dalam pekerjaan dokumentasi selain acara pernikahan.

Masalah yang dihadapi oleh Ancha Motret ini membuat penulis sangat tertarik untuk meneliti lebih jauh, sehingga penulis berpendapat Instagram sebagai media strategi pemasaran wedding event dokumentasi Ancha Motret diangkat menjadi suatu penelitian.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ditunjukkan agar ruang lingkup penelitian menjadi lebih jelas, terarah, spesifik sehingga penelitian ini tidak keluar dari pembahasan dan sesuai dengan judulnya. Maka penelitian ini hanya berfokus kepada bagaimana strategi pemasaran Ancha Motret dengan menggunakan *direct marketing* melalui Instagram.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka identifikasi masalah untuk penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran Ancha Motret dengan melakukan *direct marketing* melalui Instagram?

1.4 Pertanyaan Penelitian

Penulis juga membuat pertanyaan guna mendapat data, pertanyaan yang penulis ajukan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran Ancha Motret dengan melakukan *direct marketing* melalui Instagram ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Ancha Motret dengan melakukan *direct marketing* melalui Instagram.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan suatu pengembangan ilmu komunikasi khususnya produksi ilmu komunikasi yang terfokus pada media digital yang berkaitan dengan perkembangan media digital di era modern saat ini. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat memeberikan informasi dan literatur penunjang bagi civitas akademik dalam penelitian-penelitian sejenis.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam mempertahankan, meningkatkan pemasaran produk melalui kajian komunikasi pemasaran serta dapat memperdalam wawasan penelitian selanjutnya.