STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PADA INDUSTRI FOTOGRAFI: STUDI KASUS GHAZEEHOUSE KOTA LANGSA

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

RYFQY GIMNASTIAR AKMAL
NIM : 3012021024

Program Studi :
Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)



FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA

TAHUN 2025 M/ 1446 H

SKRIPSI

Oleh:

RYFQY GIMNASTIAR AKMAL
NIM: 3012021024

Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah
Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Disetujui Oleh:

PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
Dr, Muslem MA	Dr. Zulkarnain, S. Ag. MA
NIP: 19870927 201503 1 005	NIDN. 2013057403

Dipindai dengan CamScanner

Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Negeri Islam Langsa Dinyatakan Lulus Dan Diterima Sebagai Tugas Akhir Penyelesaian Program Sarjana (S-1) Dalam Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Pada hari/tanggal:

Senin, 29 Juli 2025 M
4 Safar 1447 H

PANITIA SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Ketua	Sekretaris
Dr, Muslem, M.A.	**Dr. Zulkarnain, S. Ag., M.A.**
NIP.19870927 201503 1 005	**NIP.19740513 201101 1 001**
Penguji I	**Penguji II**
Dr. Mawardi Siregar, M.A.	**Suparwany, M.A.**
NIP.19761116 200912 1 002	**NIP.19730305 200801 2 011**

Mengetahui
Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Langsa

Dr. Mawardi, M. S. I
NIP.19740510201411 1 002

Dipindai dengan CamScanner

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah in i :

Nama	: Ryfqy Gimnastiar Akmal
NIM	: 3012021024
Fakultas/Jurusan	: Ushuluddin Adab dan dakwah/ Komunikasi dan penyiaran islam
Alamat	: Dusun Bata, Aluebeurawe ,Langsa Kota , Kota langsa,

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Strategi Komunikasi Digital Pada Industri Fotografi: Studi Kasus Ghazeehouse Kota Langsa" adalah benar hasil karya sendiri dan bersifat original. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi ini terbukti hasil plagiat karya orang lain, maka akan dibatalkan dan saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan persyaratan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Langsa, 13 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Ryfqy Gimnastiar Akmal

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " Strategi Komunikasi Digital Pada Industri Fotografi: Studi Kasus Ghazeehouse Kota Langsa".

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad saw sebagai uswatun hasanah dalam meraih kesuksesan dunia dan akhirat, semoga dengan senantiasa shalawat dan menjalankan sunnahnya kita mendapatkan syafa'atnya, Aamiin.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan dan jauh dari kata kesempurnaan. Jika terdapat kebenaran di dalam skripsi ini maka kebenaran itu berasal dari Allah Swt. Tetapi, jika di dalam skripsi ini terdapat kesalahan, maka datangnya dari diri penulis sendiri. Hal yang tidak lain karena keterbatasan kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun, sehingga dapat membawa perkembangan dimasa yang akan datang

Dengan kerendahan hati dan penuh kesadaran, penulis sampaikan bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan dari semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu. Adapun ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Untuk yang paling istimewa dalam hidupku Ayahanda tercinta, Syaiful Akmal, SKM, dan Ibunda tersayang, Nuna. Terima kasih atas setiap linangan air mata yang terucap dalam doa-doa sunyi, atas keringat yang jatuh diam-diam demi menguatkan langkah anakmu untuk mendukungnya meraih cita-cita serta dorongan dan motivasi baik secara moril maupun materil sehingga

penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini. Dan untuk abangku Muhammad Rezza Akmal, Fytra Maulana Akmal, serta adikku tercinta Farras Hibatullah Akmal, terima kasih karena telah menjadi alasan mengapa aku harus terus melangkah. Dalam diam kalian menjadi penyangga semangatku. terima kasih karena telah menjadi motivasi terbaik agar penulis dapat melakukan yang terbaik disetiap langkah yang diambil dan terus berusaha tidak mengecewakan mereka.

3. Diri saya sendiri, Ryfqi Gimnastiar akmal, terimakasih karena tidak pernah mengeluh. Tidak banyak kata yang perlu dipaparkan disini intinya kamu terus berjuang kamu sudah gacorrr.
4. Terimakasih Bapak dan Ibu Dosen yang telah membimbing dan mengarahkan saya untuk menyelasaikan skripsi ini.
5. Terimakasih untuk teman-teman saya yang telah menemani dalam suka maupun duka. Dan untuk kalian, Sahabat Sekoci 3, yang hadir dalam episode tak terlupakan di tanah Sunda .Untuk saat ini kalian adalah alasan. Alasan mengapa aku ingin cepat menyelesaikan ini semua. Ada rindu yang ingin segera disapa. Ada mimpi yang belum selesai, yaitu bertemu kalian lagi.

Terima kasih atas segala waktu, usaha dan dukungan yang telah diberikan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat menjadi wawasan dan manfaat untuk orang lain. Aamiin.

HALAMAN MOTO

"It's not what happens to you, but how you react to it that matters."
"Yang penting bukanlah apa yang terjadi pada Anda, melainkan bagaimana Anda bereaksi terhadapnya."
(Epictetus)

"Lakukan apa yang kau mau sekarang
Saat hatimu bergerak, jangan kau larang
Hidup ini tak ada artinya Maka
kau bebas mengarang maknanya seorang!"
(Hindia – Berdansalah, Karir ini tak ada artinya)

"Beberapa hal berada dalam kendali kita, dan beberapa hal tidak."
(Epictetus)

"Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, Angan dan pertanyaan waktu yang menjawabnya, Berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya,
Rayakan perasaanmu sebagai manusia."
(Hindia – Mata Air)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, dengan rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Penyayang, penulis bersyukur atas kasih sayang, rezeki, kesehatan, serta berkah dan hidayah-Nya sehingga skripsi berjudul " Strategi Komunikasi Digital Pada Industri Fotografi: Studi Kasus Ghazeehouse Kota Langsa" dapat diselesaikan. Shalawat dan salam juga penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat dari zaman kebodohan ke zaman penuh cahaya, serta menjadi teladan dalam menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Skripsi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana sekaligus bentuk pertanggungjawaban penulis sebagai mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, sehingga dengan rendah hati menerima saran dan kritik demi perbaikan.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari kerja keras, doa, bimbingan, serta dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Prof, Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa
2. Bapak Dr. T. Wildan, MA selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Langsa
3. Bapak Dr. Zulkarnain, MA selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
4. Ibu Almutia Gandi, M.Kom,I selaku Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.

5. Bapak Dr, Muslem MA & Dr. Zulkarnain, MA selaku dosen pembimbing 1 dan 2, terima kasih banyak atas bimbingan yang telah diberikan dan kebijaksanaannya berkenan dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak selaku dosen penguji, terima kasih banyak atas bimbingan, kritik dan sarannya untuk perbaikan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen, staff dan karyawan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.

Bagi seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, penulis mengucapkan rasa terima kasih banyak atas segala doa dan dukungannya serta mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga segala kebaikan, bantuan dan amal baik dari berbagai pihak tersebut diatas mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan penulis senantiasa berharap semoga skripsi yang dibuat ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Aamiin..

Wassallamua'alaikum Wr. Wb

Langsa, 13 Juli 2025

Ryfqy Gimnastiar Akmal

ABSTRAK

Ryfqy Gimnastiar Akmal 2025, Strategi Komunikasi Digital Pada Industri Fotografi: Studi Kasus Ghazeehouse Kota Langsa. Skripsi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah, IAIN Langsa.

Fokus penelitian ini berfokus kepada permasalahan penerapan strategi komunikasi digital pada akun Instagram @ghazeehouse, meskipun telah aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi jasa fotografi, belum diketahui secara pasti bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan, sejauh mana efektivitasnya dalam membangun citra merek, menjalin interaksi, serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Kurangnya kajian yang mendalam terhadap pola komunikasi, jenis konten, dan pemanfaatan fitur Instagram oleh Ghazeehouse menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi media sosial dan wawancara dengan pemilik dan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukan kemampuan akun @ghazeehous dalam menerapkan strategi komunikasi digital dalam menarik pelanggan melalui tahapan AISAS (*Attention, Interest, Search, Action*, dan *Search)* ketika menark perhatian menimbulkan minat, kemudian pelanggan mulai mencari, lalu mengambil tindakan dan kemudianlanjut ke berbagi. Efektivitas strategi komunikasi digital pada akun @ghazeehous berhasil karena hampir sebagian besar pelanggan memesan melalui akun instagram. Hasil pendapatan perbulan mencapai 60 juta sampai dengan 100 juta membuktikan banyaknya pelanggan menggunakan jasa Ghazeehous sebagai pilihan fotografer.

Kata kunci: *strategi komunikasi digital, fotografi, aisas,effektifitas.*

DAFTAR ISI

SKRIPSI ..... **i**
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **ii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
ABSTRAK ..... **ix**
HALAMAN MOTO ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **x**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 5
C. Rumusan Masalah 6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 6
E. Manfaat Penelitian 6
F. Penjelasan Istilah 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **12**
A. Kerangka Teoritis 12
B. Penelitian yang Relevan 23
C. Kerangka Pemikiran 29
BAB III METODE PENELITIAN **31**
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 31
B. Tempat dan Waktu Penelitian 32
C. Subyek Penelitian 32
D. Sumber Data 33
E. Teknik Pengumpulan Data 36
F. Teknik Analisis Data 39
G. Teknik Menjaga Keabsahan Data 41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHSAN **43**
A. Profil Usaha 43
B. Penerapan Strategi Komunikasi Digital Akun Instagram @Ghazeehouse dalam Memasarkan Jasa Fotografi. 45

C. Efektivitas Strategi Komunikasi Digital Akun Instagram @Ghazeehouse Dalam Memasarkan Jasa Fotografi. 58
D. Hasil dan Analisis Penelitian 69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 76
A. kesimpulan 76
B. Saran 79
DAFTAR PUSTAKA 79

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

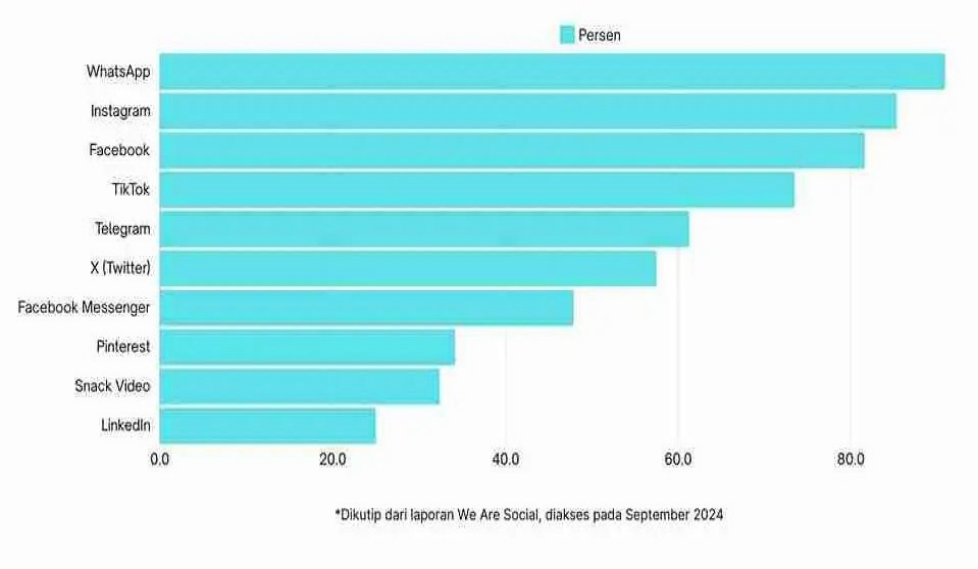
Perkembangan era digital memang mendorong pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan tren terbaru dan salah satunya sektor industri kreatif yang mengalami transformasi besar akibat kemajuan teknologi digital adalah industri fotografi. Fotografi tidak lagi hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual, tetapi juga telah menjadi medium komunikasi strategis yang efektif untuk membangun identitas, menyampaikan pesan, dan mempromosikan produk maupun jasa. Peralihan dari teknologi analog ke digital memberikan keleluasaan bagi fotografer untuk menghasilkan karya dalam jumlah besar, dengan proses yang lebih cepat dan fleksibel. [1]

Seiring perkembangan yang terus bergerak maju, fotografi yang berperan sebagai penghadir realitas semakin krusial. Perkembangan teknologi kamera yang semakin canggih menjadikan pengambilan gambar semakin mudah dengan hasil berkualitas tinggi dan detail yang mengagumkan. Dengan itu, kualitas dokumentasi akan meningkat dan lebih membuka peluang bagi fotografer untuk lebih kreatif dan artistik. Dengan hadirnya media sosial dan platform digital lainnya, distribusi dan aksesibilitas gambar fotografi juga meningkat, yang berdampak pada semakin meluasnya jangkauan dari karya-karya fotografi.[2]

---

[1] Prayanto Widyo Harsanto, "Fotografi: Sains, Teknologi, Seni, Dan Industri," *Nirmana* 13, no. 1 (2012): 34–42, https://doi.org/10.9744/nirmana.13.1.34-42.

[2] Supriyanta, "Perkembangan Fotografi Sebagai Mata Perekam Objektif Penghadir Realitas," *Imaji* 15(2), no. https://imaji.ikj.ac.id/index.php/IMAJI/issue/view/29 (2024): 115–24, https://doi.org/10.52290/i.v15i2.200.



Menurut data laporan We Are Social (2024) diatas, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai lebih dari 139 juta orang, atau hampir separuh dari total populasi. Fakta ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar sebagai saluran komunikasi yang strategis. Dalam konteks ini, komunikasi digital melalui media sosial bukan hanya menjadi pilihan, tetapi telah menjadi keharusan bagi pelaku usaha di sektor kreatif, termasuk fotografer profesional maupun independen.[3]

Strategi komunikasi digital yang diterapkan melalui Instagram mencakup penyusunan konten visual yang menarik, penulisan caption yang komunikatif, penggunaan fitur interaktif seperti story, reels, dan direct message, serta pemanfaatan hashtag yang relevan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Semua elemen ini menjadi bagian penting dari upaya membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan di dunia maya.[4] Strategi komunikasi digital sangat

[3] https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/. Di Akses 22 Februari 2025.

[4] Indita Dewi Aryani and Dita Murtiariyati, 'Instagram Sebagai Media Promosi Dalam

penting karena memungkinkan audiens untuk membuat keputusan yang didasarkan pada data yang akurat. Sebanyak 81% pemasar meyakini bahwa pemasaran konten merupakan bagian inti dari strategi bisnis dan faktor utama keberhasilan.

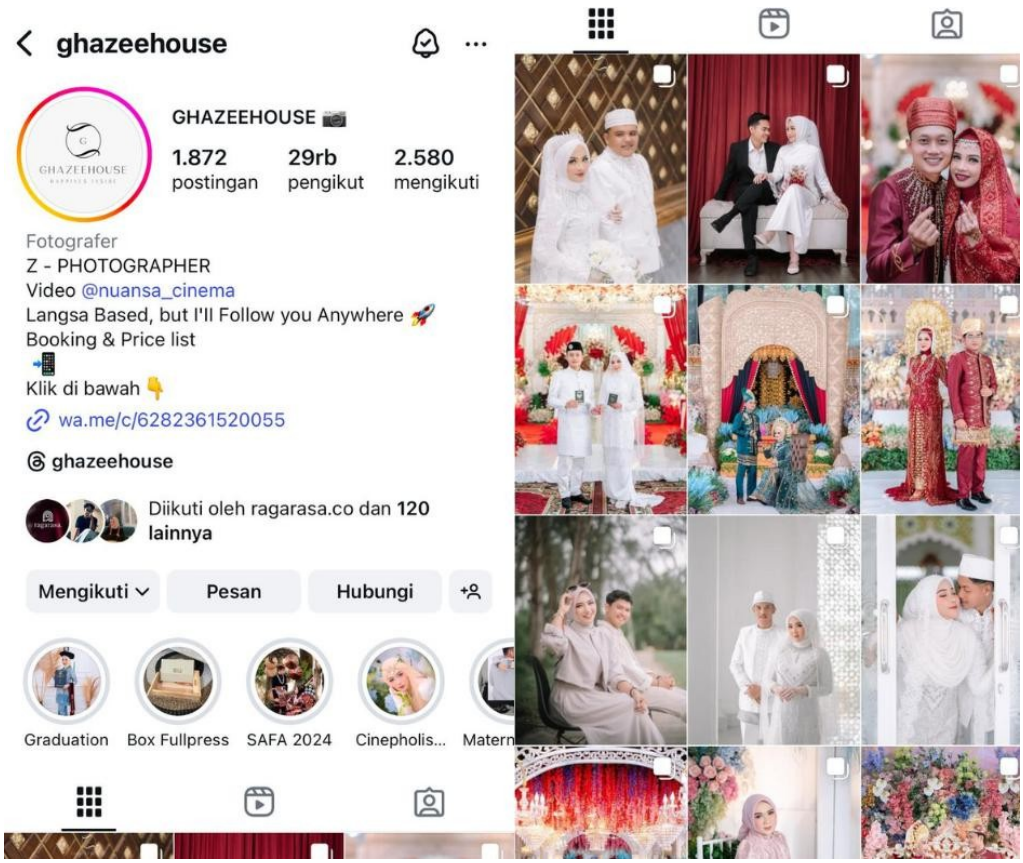
Strategi komunikasi digital menjadi elemen penting dalam industri ini, tidak hanya untuk memasarkan jasa fotografi tetapi juga untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, meningkatkan interaksi, serta memperkuat identitas merek. Instagram memberikan peluang besar bagi para fotografer untuk memamerkan portofolio mereka, menjalin hubungan dengan calon klien, dan membangun citra profesional.[5]

Salah satu pelaku industri fotografi lokal yang berhasil memanfaatkan platform digital dengan efektif adalah @ghazeehouse, sebuah akun Instagram penyedia jasa fotografi yang berbasis di Kota Langsa, Aceh. Dengan lebih dari 29 ribu pengikut dan lebih dari 1.800 unggahan, akun ini menjadi portofolio yang menampilkan karya fotografi berkualitas tinggi, mulai dari dokumentasi pernikahan, potret keluarga, hingga momen spesial lainnya. Ghazeehouse juga secara aktif menggunakan berbagai fitur Instagram seperti Highlights dan tautan ke WhatsApp untuk memberikan kemudahan akses layanan kepada pelanggan. Selain itu, estetika visual, konsistensi konten, serta kemampuan membangun

---

Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada a.D.a Souvenir Project', *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2.2 (2022), h. 466–77, doi:10.32477/jrabi.v2i2.479.

[5] Yeri Tri Kurnianto, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media PromosiPemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.Kopi)', *Ilmu Komunikasi*, 2020, h. 8.



Namun, keberhasilan yang tampak dari segi kuantitatif (seperti jumlah pengikut dan likes) belum tentu mencerminkan kualitas strategi komunikasi digital yang digunakan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis yang lebih mendalam terhadap strategi komunikasi yang diterapkan oleh @ghazeehouse, baik dari aspek konten, gaya penyampaian, interaksi dengan audiens, maupun efektivitas fitur-fitur yang digunakan. Melalui pendekatan komunikasi digital, Ghazeehouse dapat dikaji sebagai model yang relevan dalam memahami bagaimana bisnis lokal mengadopsi teknologi untuk membangun citra merek dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Di era persaingan bisnis yang ketat seperti sekarang, strategi komunikasi digital menjadi alat utama dalam menentukan keberhasilan pemasaran jasa, terutama di sektor industri kreatif yang sangat bergantung pada persepsi dan kualitas visual. Tidak hanya itu, komunikasi digital juga memungkinkan terciptanya hubungan yang berkelanjutan antara penyedia jasa dan konsumen.

Melalui penelitian ini, penulis berupaya menganalisis secara komprehensif Bagaimana strategi komunikasi digital oleh akun Instagram @ghazeehouse dalam pemasaran jasa fotografi. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi keunggulan, kelemahan, serta potensi pengembangan dari pendekatan komunikasi digital yang telah diterapkan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis dalam pengembangan ilmu komunikasi digital , maupun secara praktis bagi pelaku usaha fotografi dan UMKM kreatif di Kota Langsa khususnya, serta Indonesia pada umumnya.

Dengan adanya urgensi tersebut, penelitian ini menjadi penting dilakukan sebagai bentuk kontribusi dalam mengembangkan literasi komunikasi digital berbasis nilai, sekaligus memberikan panduan strategis bagi pelaku industri kreatif yang ingin bertahan dan berkembang di tengah era digital yang serba cepat dan kompetitif ini.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi bahwa Meskipun akun Instagram @ghazeehouse telah aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi jasa fotografi, belum diketahui secarapasti bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan, sejauh mana peransnya dalam

membangun citra merek, menjalin interaksi, serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Kurangnya kajian yang mendalam terhadap pola komunikasi, jenis konten, dan pemanfaatan fitur Instagram oleh Ghazeehouse menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan strategi komunikasi digital oleh akun Instagram @ghazeehouse dalam memasarkan jasa fotografi?
2. Bagaimana peran strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun Instagram @ghazeehouse dalam memasarkan jasa fotografi?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi digital diterapkan oleh akun Instagram @ghazeehouse dalam memasarkan jasa fotografi.
2. Untuk mengetahui peran strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh akun Instagram @ghazeehouse dalam memasarkan jasa fotografi.

E. Manfaat Penelitian

Kegunaan pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang

banyak baik, secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut :

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian strategi digital marketing yang berfokus pada industri kreatif seperti fotografi. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman akademik tentang bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi digital yang strategis. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang membahas efektivitas platform digital dalam memasarkan jasa atau produk kreatif. Dengan pendekatan studi kasus, penelitian ini menawarkan model analisis yang aplikatif dan relevan untuk mengkaji strategi digital marketing di konteks lokal maupun global.

2. Secara praktis

Dari segi praktis, Penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang optimalisasi fitur Instagram seperti Stories, Reels, Highlights, serta integrasi dengan platform lain seperti WhatsApp untuk meningkatkan engagement, konversi pelanggan, dan daya saing usaha. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat membantu pelaku usaha kreatif lokal di Kota Langsa memahami tantangan dan peluang dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Lebih jauh, penelitian ini diharapkan mampu mendorong UMKM di sektor kreatif untuk memaksimalkan potensi pemasaran digital guna memperluas jangkauan pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta memperkuat brand identity mereka.

F. Penjelasan Istilah

Sebelum peneliti memaparkan lebih lanjut terkait isi proposal skripsi ini, terlebih dahulu peneliti menjelaskan beberapa istilah dari judul-judul diatas guna menghindari kesalahan-kesalahan dalam memahami tulisan, yaitu:

1. Strategi Komunikasi Digital

Strategi komunikasi digital merupakan pendekatan sistematis dalam merancang , menyampaikan, dan mengelola pesan melalui berbagai platform digital guna mencapai tujuan komunikasi tertentu.[6][7] Dalam konteks industri kreatif seperti fotografi, strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran tetapi juga menjadi sarana utama dalam membangun interaksi dan keterlibatan dengan audiens. Komunikasi digital memungkinkan penyampaian pesan secara lebih efektif melalui kombinasi elemen visual, teks, serta fitur interaktif yang tersedia di berbagai media sosial. Dengan strategi yang tepat, sebuah bisnis fotografi dapat membangun citra merek yang kuat, meningkatkan engagement, serta menciptakan komunitas digital yang loyal.

Dalam penerapan strategi komunikasi digital, pemanfaatan media sosial seperti Instagram menjadi sangat krusial, terutama bagi bisnis fotografi yang mengandalkan konten visual. Strategi ini mencakup berbagai aspek seperti pemilihan jenis konten yang menarik, frekuensi unggahan, gaya komunikasi, hingga pemanfaatan fitur interaktif seperti Stories, Reels, dan komentar.[7] Selain itu, interaksi langsung dengan audiens melalui pesan, respons terhadap komentar,

---

[6] Priyono, P. E. (2022). *Komunikasi dan komunikasi digital*. Guepedia.h. 30.
[7] Haro, Andrian, et al. *Buku Ajar Komunikasi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024

dan penggunaan hashtag yang relevan juga menjadi bagian dari strategi untuk memperluas jangkauan dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Keberhasilan komunikasi digital dalam industri fotografi sangat bergantung pada konsistensi, kreativitas, serta kemampuan memahami preferensi dan perilaku audiens di dunia digital.[8] Dalam penelitian ini, strategi komunikasi digital akan dianalisis berdasarkan penerapannya pada akun Instagram Ghazeehouse, sebuah bisnis fotografi yang beroperasi di Kota Langsa. Penelitian akan menelaah bagaimana akun ini membangun komunikasi dengan audiens, mengelola interaksi digital, serta mengoptimalkan berbagai fitur Instagram untuk memperkuat kehadiran mereknya. Dengan mengkaji strategi komunikasi digital yang diterapkan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pelaku industri fotografi dapat memanfaatkan media digital secara efektif untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan serta meningkatkan daya saing bisnis di era digital.

2. Industri Fotografi

Industri fotografi adalah sektor kreatif yang berfokus pada pengambilan, pengolahan, dan penyajian gambar visual untuk berbagai kebutuhan, baik personal maupun komersial.[9] Bidang ini mencakup beragam layanan seperti dokumentasi acara (pernikahan, ulang tahun, atau konser), fotografi komersial (produk, iklan, atau fashion), hingga seni fotografi. Menurut

[8] Dewi Komalasari, *Buku Ajar Digital Marketing*, *Buku Ajar Digital Marketing*, 2021, Doi:10.21070/2021/978-623-6081-38-9.

[9] Https://Www.Neraca.Co.Id/Article/21631/Perkembangan-Industri-Fotografi-Di-Indonesia

Kumar dan Singh (2020), industri fotografi merupakan bagian penting dari ekosistem media dan komunikasi yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan konten visual di era digital. [10]

Industri ini mengalami transformasi besar dengan hadirnya teknologi digital. Kamera digital, perangkat lunak pengolahan gambar, serta platform media sosial telah membuka peluang baru bagi fotografer untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Salah satu aspek penting dalam perkembangan ini adalah peran fotografi sebagai alat komunikasi visual, di mana setiap gambar dapat menyampaikan pesan, emosi, atau identitas merek secara efektif. Dalam konteks bisnis, fotografi menjadi elemen penting dalam pemasaran digital, terutama untuk membangun citra merek dan menarik perhatian konsumen.[11]

Dalam penelitian ini, industri fotografi dikaji melalui studi kasus pada *Ghazeehouse*, sebuah bisnis fotografi di Kota Langsa yang aktif memanfaatkan komunikasi digital untuk mengembangkan usahanya. Analisis akan difokuskan pada bagaimana *Ghazeehouse* menggunakan Instagram sebagai media komunikasi digital utama dalam membangun citra merek, menarik pelanggan, serta mempertahankan loyalitas mereka. Dengan memahami bagaimana strategi komunikasi digital diterapkan dalam industri fotografi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku bisnis kreatif dalam mengoptimalkan

---

[10] Rudi Setiawan And Mardohar Batu Bornok, 'Estetika Fotografi', *Research Report Humanities And Social Science*, 1 (2015), h. 1–113 <Https://Journal.Unpar.Ac.Id/Index.Php/Sosial/Article/View/1468>.

[11] Christy Dwita Mariana, Khendy Chan, And Dionisius Yusuf, 'Perumusan Strategi Business Model Canvas Untuk Pengembangan Usaha Industri Fotografi: Studi Kasus Exstudio, Pekanbaru', *Business, Economics And Entrepreneurship*, 3.1 (2021), h. 70–76.

teknologi digital guna meningkatkan eksistensi dan pertumbuhan bisnis mereka.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHSAN

A. Profil Usaha

Usaha jasa fotografi dengan nama *Ghazeehouse* didirikan pada bulan April tahun 2016. Latar belakang berdirinya usaha ini berawal dari ketertarikan pribadi pemilik terhadap dunia fotografi, yang kemudian berkembang menjadi keseriusan untuk menekuni bidang tersebut secara profesional. Selain itu, dorongan eksternal juga datang dari salah satu rekan yang telah terlebih dahulu terjun ke dalam industri jasa foto dan menunjukkan bahwa peluang bisnis di sektor ini cukup menjanjikan, khususnya di era digital saat ini.

Melihat potensi tersebut, pemilik Ghazeehouse memutuskan untuk mendalami bisnis fotografi secara lebih serius. Melalui proses yang panjang, praktik di lapangan, serta adaptasi terhadap tren visual dan kebutuhan pasar, Ghazeehouse kini telah berkembang menjadi penyedia jasa dokumentasi visual yang dikenal luas, terutama di wilayah Kota Langsa dan sekitarnya. Komitmen terhadap kualitas, pelayanan yang profesional, serta pendekatan yang komunikatif kepada pelanggan menjadi landasan utama dalam mempertahankan eksistensi dan membangun reputasi usaha hingga saat ini.

Ghazeehouse merupakan penyedia jasa fotografi dan videografi yang secara khusus memfokuskan layanannya pada bidang dokumentasi pernikahan (*wedding photography and videography*). Adapun cakupan layanan utama meliputi sesi foto akad nikah, resepsi, serta pesta pernikahan secara keseluruhan. Fokus ini dipilih karena segmen pernikahan dinilai memiliki nilai emosional tinggi dan permintaan

yang relatif stabil, sehingga memungkinkan pengembangan konsep visual yang kreatif dan bernilai jual tinggi.

Selain dokumentasi pernikahan, Ghazeehouse juga melayani berbagai kebutuhan dokumentasi lainnya seperti acara ulang tahun, pertunangan (lamaran), khitanan (sunatan), serta kegiatan video highlight untuk momen-momen spesial lainnya. Tidak terbatas pada acara personal, Ghazeehouse juga menyediakan layanan dokumentasi untuk kegiatan berskala organisasi atau institusi, seperti *corporate gathering*, *family gathering*, dan acara komunitas.



Gambar. 4.1 Logo Ghazeehouse

Filosofi dari nama “Ghazeehouse” diambil dari nama anak yang bernama ghazee dan kebetulan membangun bisnis itu di rumah, jadi house adalah rumah dan “Ghazeehouse adalah rumahnya si ghaze dengan filosofi semoga rezeki nya lncar buat keluarga dan anak.

Pemilik utama dengan nama lengkap muhammad mahmuda, dibantu dengan 3 karyawan videographer azan ramadhan, trisna bayu dan budi saputra. Untuk fotografer fahmi dan hamdanu sedangkan editor mahmuda.

Lokasi utama di studio alamat depan makam pahlawan gang ikhlas payabujok seulemak. Tidak hanya berfokus pada studio yang ada Ghazeehouse jugak menerima panggilan di dalam kota maupun pelayanan luar kota langsa, lagi sering di aceh timur, sumatera utara, medan, halba, tanjung pura dan banyak lagi.

B. Penerapan Strategi Komunikasi Digital Akun Instagram @Ghazeehouse dalam Memasarkan Jasa Fotografi.

Dalam konteks perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, media sosial telah menjadi salah satu instrumen utama dalam strategi komunikasi pemasaran, khususnya di sektor industri kreatif seperti jasa fotografi. Platform Instagram, yang berfokus pada konten visual, menawarkan peluang strategis bagi pelaku usaha untuk membangun identitas merek, memperluas jangkauan pasar, serta mempromosikan portofolio layanan secara langsung kepada khalayak sasaran. Akun Instagram @Ghazeehouse merupakan representasi dari pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi digital dalam memasarkan jasa fotografi.

Namun demikian, pemanfaatan media sosial harus selaras dengan nilai-nilai agama, yakni menyampaikan pesan yang benar, jujur, dan bermanfaat. Hal ini sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Al-Ahzab ayat 70:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُوْلُوْا قَوْلًا سَدِيْدًاۙ ٧٠

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar*.

Ayat tersebut menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang berlandaskan pada kebenaran dan ketakwaan. Dalam konteks media sosial, setiap pesan,

informasi, maupun promosi yang disampaikan hendaknya dilakukan dengan cara yang jujur, tepat, serta memberikan nilai positif bagi audiens.

Melalui penyajian konten visual yang konsisten, narasi yang membangun kedekatan emosional, serta interaksi yang responsif dengan audiens, akun ini menunjukkan penerapan strategi komunikasi digital yang terstruktur. Untuk menganalisis strategi tersebut, digunakan pendekatan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) yang merepresentasikan tahapan perilaku konsumen digital dalam merespons komunikasi pemasaran. Model ini digunakan sebagai kerangka kerja untuk mengidentifikasi bagaimana akun @Ghazeehouse mengelola proses komunikasi dari menarik perhatian hingga mendorong audiens untuk membagikan pengalaman mereka, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan citra dan kepercayaan terhadap jasa yang ditawarkan.

Pada penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti berupa wawancara dengan pemilik akun @Ghazeehouse dan dua orang pelanggan secara langsung.Untuk melihat strategi komunikasi akun Ghazeehouse diantara lain adalah:

1. *Attention* (Menarik perhatian)

Pada tahap Attention, di mana strategi diarahkan untuk menarik perhatian konsumen potensial melalui pemanfaatan kekuatan visual dan momen emosional. Dengan memposting konten yang relevan secara waktu dan emosional, perhatian audiens dapat terfokus pada unggahan yang terasa personal dan aktual. Pemilihan waktu unggah yang tepat dan penyajian konten yang menyentuh sisi emosional

konsumen menjadi faktor penting dalam menciptakan daya tarik awal terhadap layanan yang ditawarkan oleh akun @Ghazeehouse.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik, dalam rangka menarik perhatian audiens (*attention*), strategi yang diterapkan adalah dengan melakukan pemasaran secara digital melalui unggahan konten yang dilakukan secara konsisten. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah mengunggah story, foto dan reals, menjelang hari pelaksanaan acara khususnya pada malam sebelum weding mengungga story tentang weding pelanggan sehingga semua orang tahu, dengan menandai (tag) klien secara langsung. Selain itu, konten visual seperti foto dan video diunggah dengan cepat agar tetap terasa segar dan relevan dengan momen yang sedang berlangsung. Penyajian visual yang menarik, aktual, dan emosional ini dimaksudkan untuk segera menarik perhatian audiens serta menciptakan keterlibatan sejak awal mereka melihat unggahan. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh pemilik dari Ghazeehouse Kota Langsa.[36]

"Saya focus melakukan marketing secara digital, untuk menarik viewers melakukan upload yang kontinyus, cara menarik viewers menyenangksn hati pengantin biasanya malam sebelum hari resepsi mengauplod stori dan tag, juga mengaplud foto dan story lebih cepat dan masih fress. Membuat postingan semenarik mungkin"

Menarik perhatian menjadi pintu masuk utama dalam menarik calon pelanggan di Instagram, karena tanpa perhatian, tidak akan terjadi interaksi maupun pemesannan jasa pada Ghazeehouse. Pentingnya memberikan kesan

[36] Wawancara dengan Bapak Muhammad Mahmuda , pemilik Ghazeehouse , Langsa , pada tanggal 02 Juli 2025

tertarik ketika melihat akun intagram @ghazeehouse dari hasil foto yang di uplod, story dan resl. Membuat postingan menarik juga salah satu cara supaya konsumen tidak bosen dan terus penasaran dengan konten yang dibuat dengan akun intagram @ghazeehouse.

Keberhasilan strategi @ghazeehouse dalam menarik perhatian audiens di Instagram dibuktikan dari wawancara cara dengan pengguna jasa ghazeehouse, belia mengatakan kesan pertama kali menarik perhatian ketika melihat akun @ghazeehouse adalah nuansa konsistensi visual yang ditampilkan oleh akun Instagram @ghazeehouse tampak jelas melalui penataan feed yang bersih, tertata rapi, dan memiliki estetika yang hangat serta mendalam. Tampilan visual tersebut tidak hanya menunjukkan profesionalitas, tetapi juga menciptakan suasana emosional yang menyentuh. Setiap foto yang diunggah tampak dirancang dengan konsep yang matang, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual, tetapi juga menyampaikan kisah dan makna tertentu yang dapat dirasakan oleh audiens.[37]

"Hal pertama yang langsung mencuri perhatian saya saat melihat akun Instagram foto Ghazeehouse adalah nuansa konsistensi visualnya dan feed nya terasa clean, rapih, hangat, dan penuh makna jadi seolah setiap foto punya cerita yang ingin disampaikan.warna" yang digunakan cenderung earthy dan soft, bikin nyaman di mata tapi juga menyentuh rasa."

Tidak hanya satu pelanggan saja yang mengatakan keberhasilan strategi pelanggan lain jugak mengatakan hal yang membuat tertarik dari tampilan feed

[37] Wawancara dengan Khaira Haniya, pelanggan ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

isntagram yang tersusun rapih dan asthetik sehingga pelanggan yang melihat tertarik dengan yang ditampilkan. Tidak hanya itu, konten yang dibuat oleh @ghazeehouse rapih dan berkesan professional. Pelanggan tersebut mengatakan akun @ghazeehouse berbeda dengan jasa foto lainnya, @ghazeehouse memiliki kesan yang elegan tetapi tetapi friendly. [38]

"Yang pertama kali menarik perhatian saya adalah tone warna dan tampilan feed Instagramnya yang sangat aesthetic. Tata letak kontennya rapi dan profesional. Dari awal buka aja, saya sudah merasa akun ini beda dari penyedia jasa foto lainnya yang memiliki kesan yang elegan tapi tetap friendly"

Dari hasil wawancara kedua pelanggan memberikan kesan keberhasilan strategi akun @ghazeehouse dalam menarik perhatian audiens di Instagram. Debuktikan dengan pendapat yang positi dan kesan ketertarikan yang di tampilkan baik berupa postingan hasil foto, story, reals maupun konten-konten lainnya yang menarik. Hal tersebut membuktikan strategi Ghazeehouse dapat menarik banyak pelanggan.

2. *Interest* (Membangkitkan minat)

Setelah perhatian audiens berhasil ditarik melalui visual yang konsisten dan estetis, selanjutnya dalam strategi komunikasi adalah *interest*, yaitu upaya untuk membangkitkan minat audiens agar lebih tertarik untuk mengeksplorasi lebih dalam konten yang disajikan. Pada akun Instagram @ghazeehouse, membangun minat pengguna terhadap jasa yang ditawarkan adalah dengan aktif membuat

[38] Wawancara dengan Asmaul Husna, pelanggan Ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

konten disaat melakukan pengambilan foto dilapangan. Konten yang menarik dan aktif setiap tren yang ada membuat @ghazeehouse menarik di mata audiens sehingga memunculkan minat. Tidak hanya itu, membangun personal branding yang hapy, frendly dan lucu membuat audiens lebih dekat dengan ghazeehouse. Ghazeehouse juga meningkatkan kualitas pelayanan dan lebih dekat dengan pelanggan saat sesi foto dilapangan membuat rasa nyaman yang menimbulkan minat audiens lainnya.[39]

"Suaya membangkitkan minat pengguna kami membuat konten-konten menarik saat weding, konten menarik menarik dan lucu membuat orang yang melihatnya tertarik dan ingin menggunakannya. Membangun personal branding yang hapy, frendly dan lucu. Untuk membuat pengguna menjadi minat menggunakan jasa saya lebih menekaankan kinerja dilapangan meningkatkan pelayanan, membuat pengguna itu seperti kawan bukan seperti orang yang hanya menggunkan jasa kita sehingga orang tersebut lebih dekat dan nyaman"

Hal tersebut di buktikan dengan hasil wawancara pelanggan yang merasa tertarik ketika menelusuri akun @ghazeehouse. Pengguna pertama mengatakan saat wawancara bahwa ketertarikan untuk melihat lebih jauh karena ketetarikan dari hasil foto yang bagus dan tidak hanya itu tetai visual yang ditampilkan sangat bagus dan memberikan kessan tulus dan penuh makna. Tidak hanya hasil foto yang sangat bagus tetapi story yang ditampilkan juga menarik memiliki daya tarik yang memperkuat ketetarikan akan akun ini secarah menyeluruh.[40]

---

[39] Wawancara dengan Bapak Muhammad Mahmuda , pemilik Ghazeehouse , Langsa , pada tanggal 02 Juli 2025

[40] Wawancara dengan Khaira Haniya, pelanggan ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02

"Saya tertarik menelusuri lebih lanjut isi akun Instagram foto Ghazeehouse karena setiap foto yang ditampilkan tidak hanya sekadar visual yang bagus, tetapi memuat perasaan yang tulus dan penuh makna. Selain itu, story highlight yang ditampilkan juga menarik dan memperkuat daya tarik akun ini secara keseluruhan"

Pelanggan selanjunya mengatakan hasil foto yang membuat membangkitkan minat untuk menelusuri lebih jauh, berbagai testimoni membuat saya percaya akan akun ini. Tidak hanya foto yang mebuat audiens berminat untuk melihat lebih jauh, tidak hanya memperlihat sisi profesional akan tetapi juga sisi humanis dan humoris saat menghandle audien yang membuat calon pengguna merasa yakin.[41]

"Setelah tertarik dari tampilan awal, saya langsung scroll lebih jauh dan buka highlight-highlight-nya. Di sana ada banyak konten menarik, mulai dari hasil foto, testimoni, hingga behind the scene. Jadi saya merasa akun ini tidak hanya promosi, tapi juga memperlihatkan sisi humanis, profesionalismenya dan juga humoris saat menghandle client mereka sangat lucu dan membuat saya mood"

3. *Search* (Mencari informasi)

Selanjutnya pada tahap Search, proses dimana konsumen akan berusaha mencari informasi sebanyak - banyaknya mengenai informasi produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, Ghazeehouse mempermudah konsumen dalam mencari tahu lebih jauh tentang produk. Ghazeehouse menyediakan katalog produk serta tutorial cara pemesanan online via Whatsapp dan pesan langsung

---

Juli 2025.

[41]Wawancara dengan Asmaul Husna, pelanggan Ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

Instagram yang diunggah pada highlight akun Instagram. Sebagian besar konsumen melakukan pemesanan produk dengan menghubungi pihak admin melalui nomor WhatsApp yang telah disediakan di bio Instagram. Ketika masuk kedalam WhatsApp konsumen di tunjukan katalog produk yang dimiliki Ghazeehouse untuk mempermudah konsumen untuk melihat foto produk serta harga. Untuk lokasi Ghazeehouse sudah terdaftar dalam google map sehingga mempermudah konsumen dalam mencari lokasi studio.[42]

"Informasi semua sudah tertera di bio Instagram untuk nomor kontak ada link ke wa yang langsung ke nomor pemiliknya dan di wa sudah ada katalog harga, jika ada yang dm langsung di arahkan ke wa, untuk lokasi sudah ada di google map"

Informasi yang jelas dan kemudahan konsumen untuk lebih jauh mengenal @ghazeehouse dibuktikan dengan hasil wawancara dengan konsumen yang mengatakan setelah melihat berbagai postingan konsumen tersebut mencari informasi berupa alamat dan harga setiap paket yang di tawarkan oleh akun @ghazeehouse. Setelah melihat berbagai hasil foto, konsumen juga bertanya kepada konsumen sebelumnya yang pernah menggunakan jasa Ghazeehouse rata-rata memberikan tanggapan sangat positif, menyebutkan bahwa layanan dan hasil yang diberikan benar-benar memuaskan dan sesuai dengan apa yang diharapkan.[43]

"ya saya mencari info setelah melihat postingan Instagram foto milik ghazeehouse. ada beberapa informasi yang saya cari tau mulai dari alamatnya dimana,terus juga terkait akan harga setiap paket foto yg ditawarkan, selain itu

[42] Wawancara dengan Bapak Muhammad Mahmuda , pemilik Ghazeehouse , Langsa , pada tanggal 02 Juli 2025

[43] Wawancara dengan Khaira Haniya, pelanggan ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

juga saya bertanya riview klien sebelumnya atau yg pernah memakai jasa ghazeehouse dan rata tata semuanya menjawab sangat puas dan sangat worth it. Untuk inormasih yang diberikan memudahkan kita untuk mencari sesuai keinginan kita"

Konsumen selanjutnya juga mengatakan bahwa merasa mudahan dalam mengakses informasi terkait layanan yang ditawarkan oleh Ghazeehouse menjadi salah satu keunggulan utama dalam proses pemesanan. Informasi seperti daftar harga, lokasi studio serta prosedur pemesanan tersedia dengan jelasa di bio intagram dan fitur highlight yang tertera. Konsumen merasa mudah ketika melakukan pemesanan karena langsung di arahkan melalui WhatsApp yang langsung tertera berbagai katalog produk dengan harganya yang membuat konsumen lebi mudah dan efesien. Ketika melakukan pemesanan admin sangant merespon cepat dan sangat ramah yang membuat konsumen lebih nyaman.[44]

"saya cari tahu soal harga paket, lokasi studio, dan cara pemesanannya. Semua informasi itu ternyata sudah tersedia di highlight link bio mereka dan diarahkan ke wa bisnis yang semua tertera ke katalog dan pricelistnya, jadi saya nggak perlu repot-repot tanya lewat DM. Efisien banget dan user friendly menurut saya"

4. *Action* (Melakukan tindakan)

Kemudian pada tahap Action, respon atau perilaku konsumen setelah mendapatkan informasi mengenai produk yang ditawarkan oleh Ghazeehous. Perilaku konsumen ini dapat berupa tindakan dimana konsumen akan melakukan

[44] Wawancara dengan Asmaul Husna, pelanggan Ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

pembelian suatu produk. Pada tahap ini, konsumen sudah menghubungi admin melalui kontak Whatsapp admin Ghazeehous untuk melakukan pemesanan produk. Keberhasilan dalam promosi penjualan melalui akun intagram @ghazeehous sebesar 70% dibandingkan promosi lainnya. Ini menunjukan ketertarikan konsumen saat melihat hasil foto baik berupah postingan, story maupun reals berhasil menarik konsumen untuk pemesanan. Keberhasilan untuk pemesanan oleh konsumen juga dipengaruhi oleh sikap admin dalam menanggapi pesan dari konsumen ketika bertanya produk yang ditawari oleh Ghazeehous, sikap yang ramah dan respon yang cepat membuat konsumen percaya dan memutuskan menggunakan jasa dari Ghazeehous.[45]

"Untuk sekarang 70% pemesanan dari penjualan marketing secara digital, awal tertarik pengguna melihat hasil foto yang ada di ig dan banyak yang menyai haraga baru saya jelasin secara detail agar pelanggan pahama dan tertarik. Pendekatan kepada pelanggan juga penting agar pelanggan nyaman dan percaya untuk lanjut pemesanan"

Konsumen melakukan pemesanan atas jasa Ghazeehouse didorong oleh kesan pertama saat melihat tampilan feed di akun Instagram @ghazeehous. Foto-foto yang ditampilkan memiliki komposisi yang bersih, warna yang serasi, dan tidak berlebihan, sehingga memberikan kenyamanan secara visual. Lebih dari itu, hasil foto dinilai mampu menyampaikan emosi yang hangat, ekspresif, dan penuh kebahagiaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas visual yang ditampilkan di

[45] Wawancara dengan Bapak Muhammad Mahmuda , pemilik Ghazeehouse , Langsa , pada tanggal 02 Juli 2025.

media sosial berperan besar dalam membentuk persepsi dan minat konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.[46]

"kayanya dari semua pertanyaan yg dilontarkan dan dri semua jawaban yg saya berikan,tidak ada alasan saya untuk engga memilih jasa fotografi ini sih ya,mulai dri feed yg bagus,foto yg terlihat clean,tone yg pas menurut saya,terus juga kesan foto yg diberikan menarik,hangat,bahagia dan masi banyak hal ketertarikan lainnya seperti saya jawab dipertanyaan sebelumnya jadi emang gaada alasan saya tidak memilih jasa mereka sih"

Berdasarkan hasil wawancara, informan menyampaikan bahwa keputusan untuk melakukan pemesanan jasa fotografi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama, kualitas hasil foto yang diunggah melalui media sosial dinilai konsisten dan sesuai dengan preferensi estetik pribadi. Hal ini memberikan kesan profesional dan mampu meyakinkan konsumen sejak awal. Selain itu, testimoni positif dari teman-teman serta komentar pelanggan di akun Instagram turut memperkuat kepercayaan. Respons yang cepat dan komunikasi yang baik dari pihak admin saat dihubungi juga menjadi faktor pendukung yang meningkatkan keyakinan konsumen untuk melakukan pemesanan. Informan juga menambahkan bahwa sikap fotografer yang ramah memberikan kenyamanan tersendiri, sehingga semakin memperkuat keputusan untuk menggunakan jasa tersebut.[47]

"Saya lihat dari hasil foto yang di-posting, kualitasnya konsisten dan sesuai

[46] Wawancara dengan Khaira Haniya, pelanggan ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

[47] Wawancara dengan Asmaul Husna, pelanggan Ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

dengan selera saya. Selain itu, saya juga dengar banyak testimoni positif dari teman-teman dan melihat komentat komentar yang ada di Instagram nya , Pas saya coba kontak, respon mereka cepat dan komunikatif, jadi makin yakin untuk booking. abangnga juga ramah"

5. *Share* (Berbagi pengalaman)

Tahap yang terakhir yaitu Share, hasil yang akan diperoleh oleh konsumen setelah merasakan semua pengalaman setelah menggunakan jasa Ghazeehous dan konsumen membagikan pengalamannya terhadap jasa. Berdasarkan hasil wawancara, pemilik menyampaikan bahwa konten hasil dokumentasi yang diunggah sering kali dibagikan ulang oleh banyak pihak, tidak hanya oleh pelanggan, tetapi juga oleh fotografer lain. Aktivitas ini tidak dimanfaatkan secara langsung sebagai strategi promosi, melainkan terjadi secara alami tanpa perencanaan khusus. Namun demikian, fenomena ini justru memberikan dampak promosi yang signifikan karena semakin banyak orang yang membagikan dan menyebarluaskan konten tersebut, sehingga jangkauan akun dan brand secara tidak langsung semakin meluas. Informan menyebut bahwa bentuk promosi tidak langsung seperti ini menjadi bukti bahwa kualitas karya mampu menarik perhatian dan mendorong penyebaran secara organik di media sosial.[48]

"Untuk membagikan ulang sangant banyak dan sering, bukan hanya pelanggan tetapi fotograer lain jugak membagikan ulang. Saya tidak pernah memanaatkan itu sebagai promosi tambahan tetapi itu menjadi promosi tidak

[48] Wawancara dengan Bapak Muhammad Mahmuda , pemilik Ghazeehouse , Langsa , pada tanggal 02 Juli 2025.

sadar kalok itu sudah menjadi promosi karena banyak orang yang nge share tentang kita"

Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan pelanggan yang menyatakan bahwa membagikan hasil foto ke media sosial merupakan hal yang penting dan wajib dilakukan. Hal ini karena hasil foto yang diterima memiliki kualitas yang sangat baik, tampak bersih dan layak untuk dipublikasikan. Lebih dari sekadar membagikan hasil dokumentasi, informan juga ingin menunjukkan bahwa proses pengambilan gambar berlangsung dengan menyenangkan, nyaman, dan dilakukan secara profesional. pengalaman positif tersebut dibagikan kepada orang lain sebagai bentuk apresiasi terhadap hasil foto yang diberikan sangat bagus. Konsumen mengatakan jasa fotografi tersebut sangat layak untuk direkomendasikan kepada orang lain karena kualitas layanan dan hasil akhir yang memuaskan.[49]

"Pasti dan harus si saya membagikan hasil foto saya ke media sosial,krna menurut saya pantas baget untuk di pamerkan apalahi dengan hasil foto yg bagus dan clean. selain itu juga saya ingin tunjukin kalo foto di sini tu proses fotonya seru, nyaman, dan profesional, rasanya sayang banget kalau nggak diceritain ke orang lain. dan yg paling penting buat inspirasi orang lain,pokoknya harus pakek jasa mereka sih,rekom si menurut aku"

Pengguna selanjutnya menyampaikan bahwa ia mengunggah seluruh hasil foto ke Instagram dan TikTok karena merasa sangat puas dengan hasil yang

[49] Wawancara dengan Khaira Haniya, pelanggan ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

diperoleh. Rasa senang dan bangga atas dokumentasi momen tersebut mendorongnya untuk membagikannya kepada orang lain. Unggahan tersebut juga menarik perhatian teman-temannya yang kemudian menanyakan fotografernya, dan konsumenpun dengan antusias merekomendasikan Ghazeehouse. Selain itu, konsumen juga mengapresiasi kecepatan fotografer dalam membagikan hasil foto dan menandainya (tag), sehingga momen yang terekam tidak hilang dan bisa langsung dibagikan ulang (repost).[50]

"Saya upload semua hasil fotonya di Instagram dan TikTok. Karena saya puas banget sama hasilnya, saya merasa senang dan bangga membagikan momen itu. Teman-teman saya juga banyak yang tanya soal fotografernya, dan saya dengan senang hati rekomendasikan Ghazeehouse.dan juga saya repost abangnya tag saya karna fast sekali ga kehilangan momen"

C. Peran Strategi Komunikasi Digital Akun Instagram @Ghazeehouse Dalam Memasarkan Jasa Fotografi.

Peran strategi komunikasi digital akun Instagram @Ghazeehouse dalam memasarkan jasa fotografi adalah sejauh mana strategi komunikasi yang diterapkan melalui media sosial Instagram berhasil mencapai tujuan pemasaran, seperti menarik perhatian audiens, membangun minat, mendorong tindakan pemesanan, dan menciptakan hubungan yang positif dengan konsumen. Peran ini dapat dilihat dari berbagai indikator diatara seperti keberhasilan program, keberhasilan sasaran, kepuasan terhadap program, tingkat input dan output dan pencapaian tujuan menyeluruh.

[50] Wawancara dengan Asmaul Husna, pelanggan Ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

Hal ini sejalan dengan firman Allah Swt. dalam QS. At-Taubah ayat 105:

وَقُلِ اعْمَلُوْا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُوْلُهٗ وَالْمُؤْمِنُوْنَۗ وَسَتُرَدُّوْنَ اِلٰى عٰلِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُوْنَ ١٠٥

Artinya*: "Katakanlah (Nabi Muhammad), "Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan."*

Ayat ini menegaskan bahwa setiap usaha dan peran yang dijalankan akan dinilai, baik oleh Allah, Rasul, maupun manusia. Oleh karena itu, strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh @Ghazeehouse bukan hanya diukur dari aspek keberhasilan menarik perhatian konsumen atau meningkatkan pemesanan jasa, tetapi juga dari kualitas proses komunikasi yang dilakukan secara jujur, profesional, serta memberikan manfaat positif. Dengan demikian, keberhasilan peran strategi komunikasi digital dapat dipahami sebagai bentuk kesungguhan dalam bekerja yang sejalan dengan prinsip Islam, yakni mempertanggungjawabkan setiap usaha baik di hadapan manusia maupun di hadapan Allah Swt.

Pada penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti berupa wawancara dengan pemilik akun @Ghazeehouse dan dua orang pelanggan secara langsung.Untuk melihat Peran Strategi Komunikasi Digital Akun Instagram @Ghazeehouse Dalam Memasarkan Jasa Fotografi diataranya adalah:

1. Keberhasilan Program

Keberhasilan program merujuk pada sejauh mana kegiatan komunikasi digital yang dirancang dan dijalankan oleh akun Instagram @Ghazeehouse mampu terealisasi sesuai dengan rencana strategis yang telah ditetapkan. Indikator ini mencakup keberlanjutan dalam pembuatan dan publikasi konten, konsistensi visual, serta pemanfaatan berbagai fitur Instagram seperti feed, story, reels, dan highlight untuk menyampaikan pesan promosi secara efektif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik bahwa promosi utama jasa fotografi dilakukan melalui platform Instagram. Pemilihan Instagram sebagai media utama promosi dinilai sangat tepat, mengingat platform ini menjadi bagian dari tren digital yang umum digunakan oleh masyarakat saat ini. Pemanfaatan berbagai fitur yang tersedia di Instagram seperti *story*, *postingan feed*, dan *reels* banyak menarik konsumen. Pemilik Ghazeehous mengatakan bahwa 70% klien yang melakukan pemesanan berasal dari Instagram, yang menunjukkan bahwa program komunikasi digital berjalan dengan sangat efektif.[51]

"Promosi utama itu Instagram dan ada trent yang biasanya konenk dengan isntagram, sangat berjalan baik dan 70% klien dari Instagram, sekarang sosial media yang hampir semua orang pakek adalah Instagram. Karena di intagram kita bisa masuki di story,postingan dan real jadi bisa berkreasi"

Keberhasilan promosi menggunakan instagram yang dilakukan oleh @ghazeehous dibuktikan dengan pernyataan konsumen. Keberhasilan akun Instagram @ghazeehouse dalam mempromosikan hasil foto sangat menarik dan penjelasan terhadap informasi setiap jasa yang ditawarkan mudah dipahami oleh konsumen. Konsumen mengatakan dari

[51] Wawancara dengan Bapak Muhammad Mahmuda , pemilik Ghazeehouse , Langsa , pada tanggal 02 Juli 2025.

awal melihat akun @ghazeehous sudah tertarik dari hasil foto, tidak hanya itu @ghazeehous juga memberikan informasi berbagai paket yang ditawarkan beserta harga yang tertera di katalog WhatsApp.[52]

"Iya banget Feed-nya tuh clean dan estetik, vibe-nya tuh dapet banget. Pas pertama liat langsung ngerti mereka tuh fokus di foto wedding, wisuda, dll. Nggak ribet juga, semua info keliatan jelas seperti katalog harga di WhatsApp"

Pernyataan tersebut juga didukung oleh pelanggan lainnya yang mengatakan ketertarikan dari hasil pengambilan foto maupun berbagain konten lainnya membuat para audien tertarik untuk melihat lebih jauh @ghazeehous. Informasi yang jelas dan ditampilkan dengan visual yang menarik dan rapi terlihat dari feed, highlight, sampai caption-nya terstruktur dan jelas menunjukan keberhasilan strategi yang dibuat oleh Ghazeehous dalam menarik audien.[53]

"Menurut saya akun @ghazeehouse sangat menarik dan mudah dimengerti. Semua informasi ditampilkan dengan visual yang enak dilihat dan rapi. Mulai dari feed, highlight, sampai caption-nya terstruktur dan jelas. Bagi saya yang generasi digital, akun ini sangat nyaman untuk dijelajahi"

2. Keberhasilan Sasaran

Keberhasilan sasaran merupakan pengukuran peran dilihat dari sudut pencapaian tujuan, dimana keberhasilan dalam menarik audien untuk menggunakan jasa dari @ghazeehous. Peran dapat diukur dengan seberapa jauh

[52] Wawancara dengan Khaira Haniya, pelanggan ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

[53] Wawancara dengan Asmaul Husna, pelanggan Ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

tingkat sasaran promosi dalam mendapatkan konsumen dalam berbagai momen acara. Hasil wawancara dengan pemilik berkaitan dengan keberhasilan saran dibuktikan dengan banyaknya pemesanan melalui akun @ghazeehous dalam menggunakan jasa fotografi di berbagai momen acara seperti weding, wisuda dan acara formal maupun acara non ormal lainnya.[54]

"Tertarik, lagi-lagi karena banyak orang yang memesan melalui istagram, ketertarikan mereka biasanya melihat postingan, story dan rels di ig yang membuat mereka yakin untuk mengguna jasa kami, karena kami memasukan berbagai momen seperti weding ,wisuda dan lain-lain."

Keberhasilan sasaran dalam strategi komunikasi digital Ghazeehouse dalam menjangkau audiens dibuktikan dengan pernyataan salah satu informan bahwa saat sedang mencari jasa fotografi untuk momen wisuda, ia menemukan akun Instagram Ghazeehouse dan langsung merasa bahwa layanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya. Konten yang ditampilkan dianggap relevan dengan pengalaman pribadi, serta menampilkan hasil foto yang profesional dan menarik. Hal ini menunjukkan bahwa pesan visual yang disampaikan melalui media sosial tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional dengan calon pelanggan. Kesesuaian antara kebutuhan konsumen dan penyajian konten menjadi indikator bahwa komunikasi yang dilakukan telah menyasar audiens secara tepat dan efektif.[55]

"Sesuai banget sih. Aku waktu itu lagi cari fotografer buat wisuda dan pas

[54] Wawancara dengan Bapak Muhammad Mahmuda , pemilik Ghazeehouse , Langsa , pada tanggal 02 Juli 2025.

[55] Wawancara dengan Khaira Haniya, pelanggan ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

liat isi akun mereka langsung ngerasa, "Ini dia yang gue cari!" Foto-fotonya relatable banget, dan keliatan professional"

Salah satu informan mengaku langsung merasa cocok setelah melihat akun Instagram Ghazeehouse saat sedang mencari jasa foto wisuda. Banyaknya unggahan hasil foto wisuda membuatnya yakin bahwa vendor ini memahami kebutuhan konsumen seperti dirinya. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang ditampilkan sudah tepat sasaran dan berhasil menarik perhatian calon pelanggan yang sesuai.[56]

"Sangat cocok. Saat itu saya memang sedang cari vendor foto wisuda, dan ketika buka akun Ghazeehouse, saya langsung merasa cocok. Mereka banyak posting hasil-hasil foto wisuda juga, jadi saya merasa ini vendor yang ngerti kebutuhan saya"

3. Kepuasan Terhadap Program

Kepuasan terhadap program komunikasi digital yang dijalankan melalui platform Instagram tercermin dari pernyataan informan yang menyatakan bahwa penggunaan fitur gratis sudah cukup efektif dalam mendukung kegiatan promosi jasa fotografi. Meskipun promosi berbayar hanya dilakukan sebanyak tiga kali, sekitar 70% konsumen diketahui berasal dari promosi melalui Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital mampu menjangkau target audiens secara luas tanpa memerlukan biaya tambahan yang signifikan. Peran tersebut memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi pelaku usaha karena

[56] Wawancara dengan Asmaul Husna, pelanggan Ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

mampu mengoptimalkan fungsi media sosial sebagai sarana pemasaran yang efisien, mudah diakses, dan berdampak langsung terhadap peningkatan jumlah pelanggan. [57]

"Saya selalu menggunakan fitur gratis di intagram, perna pake bersponsor hanya 3 kali,saya puas menggunakan intagram sebagai promosi digital. Dikarenakan 70% konsumen berasal dari Promosi di Instagram"

Keberhasilan promosi tersebut terlihat salah satu konsumen menyatakan sangat puas, mulai dari proses pemesanan, komunikasi dengan admin, hingga hasil akhir dokumentasi. Bukan hanya itu, kualitas hasil foto yang diterima melebihi ekspektasi konsumen berdasarkan apa yang sebelumnya terlihat di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi konsumen yang terbentuk melalui konten Instagram berhasil sehingga menimbulkan tingkat kepuasan bagi pelanggan.[58]

"Super puas! Mulai dari booking, komunikasi, sampe hasil akhirnya tuh smooth semua. Hasil fotonya malah lebih cakep dari yang aku liat di IG. Pokoknya worth it"

Penyataan yang sama saat wawancara dengan konsumen lainnya yang mentakan kesesuaian antara ekspektasi yang terbentuk melalui media sosial dan pengalaman nyata yang dirasakan menunjukan keberhasilan Ghazeehous dalam keberhasilan promosi. Konsumen menyatakan bahwa kemudahan informasi yang tersedia di Instagram, proses komunikasi, hingga hasil akhir dokumentasi berjalan sesuai harapan bahkan melebihi

[57] Wawancara dengan Bapak Muhammad Mahmuda , pemilik Ghazeehouse , Langsa , pada tanggal 02 Juli 2025.

[58] Wawancara dengan Khaira Haniya, pelanggan ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

ekspektasi. Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan melalui media digital tidak hanya efektif, tetapi juga terealisasi secara konsisten dalam layanan nyata.[59]

"Alhamdulillah, saya sangat puas. Mulai dari informasi yang tersedia di Instagram, komunikasi selama pemesanan, hingga hasil akhir foto semuanya sesuai ekspektasi, bahkan lebih. Saya merasa pelayanan yang mereka tampilkan di Instagram benar-benar terjadi juga dalam realitanya."

4. Input dan Output

Hasil input dan output dalam strategi komunikasi digital Ghazeehouse tercermin dari intensitas pengelolaan akun Instagram yang dilakukan setiap hari. Informan menyebutkan bahwa waktu yang dicurahkan dapat mencapai 12 jam per hari, termasuk untuk mengunggah konten dan menjalin interaksi dengan audiens. Meskipun memerlukan tenaga dan waktu yang cukup besar, upaya tersebut dinilai sepadan dengan hasil yang diperoleh. Semakin sering akun melakukan unggahan dan interaksi, semakin tinggi pula visibilitasnya di mata pengguna, yang kemudian mendorong pertanyaan hingga pemesanan jasa. Selain promosi dari mulut ke mulut, Instagram menjadi saluran utama yang menghasilkan pemesanan terbanyak.[60]

"Dalam satu hari mengelolah ig bisa sampai 12 jam seperti uplod terus intraksi kadang bahkan lebih dari 12 jam. Apa yang dikeluarkan sepadan dengan yang didapat, semakin banyak kita uplod dan berinteraksi semakin banyak audien

[59] Wawancara dengan Asmaul Husna, pelanggan Ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

[60] Wawancara dengan Bapak Muhammad Mahmuda , pemilik Ghazeehouse , Langsa , pada tanggal 02 Juli 2025.

melihat dan bertanya pada akhirnya ketetarikan untuk menggunak jasa kita.karena selain mulut kemulut viwers intagran menjadi paling banyak pemesanan"

Hasil wawancara dengan konsumen peran input dan output terlihat dari kemudahan dalam memperoleh informasi. Konsumen menyatakan bahwa hanya dengan penelusuran singkat di Instagram Ghazeehouse sudah mendapatkan informasi penting seperti harga dan kontak. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital berjalan efisien dan memudahkan audiens tanpa harus melakukan interaksi tambahan.[61]

"Ya, sebanding banget. Scroll bentar aja udah dapet .semua info penting, dari harga sampe kontak. Jadi nggak buang-buang waktu buat nanya-nanya terus di DM. Efisien parah"

Konsumen lainnya juga mengatakan waktu yang digunakan untuk mengakses akun tersebut sangat sebanding dengan informasi yang didapatkan. Konten disusun secara ringkas, padat, dan langsung pada inti layanan, sehingga memudahkan audiens memahami tanpa harus menghabiskan banyak waktu. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan dapat menarik konsumen karena apa yang disajikan jelas sesuai dengan kebutuhan konsumen.[62]

"Sangat sebanding. Saya nggak butuh waktu lama untuk memahami layanan

[61] Wawancara dengan Khaira Haniya, pelanggan ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

[62] Wawancara dengan Asmaul Husna, pelanggan Ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

mereka. Informasinya singkat, padat, dan langsung ke inti. Jadi saya merasa waktu yang saya luangkan untuk lihat akun mereka benar-benar terbayar dengan kepuasan dan kejelasan informasi"

5. Pencapaian Tujuan Menyeluruh

Pencapaian tujuan menyeluruh dalam strategi komunikasi digital Ghazeehouse terlihat dari keberhasilan akun Instagram dalam membangun kesadaran merek, menciptakan citra profesional, serta meningkatkan jumlah pemesanan jasa secara konsisten. Pemilik mengatakan saat melakukan wawancara, intagram sangat membantu dalam mempromosikan hasil foto kepada banyak audien dibuktikan dengan banyaknya pengikut di akun @ghazeehous saat ini. Hampir seluruh pemesanan berasal dari promosi intagram saat ini dan pendapatan terbesar hasil dari promosi intagram. Tidak sedikit pelanggan yang awalnya melalui pemesanan dari intagram menjadi pelanggan tetap di Ghazeehous saat ini. Berbagai fitur yang digunakan banyak menarik pelanggan untuk menggunakan jasa kami dalam berbagai momen. Hasil foto yang bagus dan membangun kedekatan kepada konsumen membuat konsumen nyaman dan percaya untuk menggunakan di masa depan.[63]

"Sangat membantu dengan saat ini pengikut yang banyak dan hampir pemesanan itu dari Instagram, banyak promosi dari berbagai media sosial akan tetapi pendapatan terbesar yang memesan melalui intagram. Tidak sedikit pelanggan yang menajdi pelanggan tetap itu awalnya dari Instagram, berbagai

[63] Wawancara dengan Bapak Muhammad Mahmuda , pemilik Ghazeehouse , Langsa , pada tanggal 02 Juli 2025.

fitur dan konten yang di share itu pelanggan banyak yang menyukai. Hasil foto dan branding yang seru membuat pelanggan nyaman dan terus menggunakan jasa kita"

Dari hasil wawancara dengan konsumen, akun @ghazeehouse membantu konsumen yakin untuk memilih mereka sebagai penyedia jasa fotografi. Ghazeehous sangat membantu dalam membentuk keyakinan konsumen untuk memilih jasa mereka. Konsumen menyatakan bahwa melalui unggahan yang menampilkan hasil dokumentasi serta testimoni dari klien sebelumnya, muncul rasa percaya terhadap kualitas layanan yang ditawarkan. Visual yang konsisten, profesional, dan relevan dengan kebutuhan pribadi turut memperkuat keputusan dalam memilih Ghazeehouse sebagai penyedia jasa fotografi. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dikurasi dengan baik tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai alat yang efektif dalam membangun kepercayaan dan meyakinkan calon pelanggan.[64]

"Iya, itu justru alasan utamanya. Dari konten mereka, keliatan banget hasil kerja dan testimoni dari klien sebelumnya. Jadi makin yakin buat pilih mereka buat momen penting aku"

Keyakinan konsumen dalam memilih Ghazeehouse sebagai penyedia jasa fotografi menunjukkan pencapaian tujuan komunikasi yang efektif. Berdasarkan wawancra dengan konsumen menyatakan bahwa akun Instagram Ghazeehouse menjadi faktor utama yang membuatnya yakin untuk melakukan pemesanan.

[64] Wawancara dengan Khaira Haniya, pelanggan ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

Melalui akun tersebut, ia dapat menilai kualitas hasil foto, gaya visual, serta profesionalisme tim secara langsung. Kejelasan informasi dan portofolio yang ditampilkan berhasil membangun kepercayaan.[65]

"Justru Instagram mereka yang bikin saya yakin dan mantap buat booking. Dari situ saya bisa lihat kualitas, gaya foto, dan keprofesionalan timnya. Saya nggak ragu sama sekali karena semua informasi dan portofolionya sudah terlihat jelas di sana"

D. Hasil dan Analisis Penelitian

1. Strategi Komunikasi Digital Akun Instagram @Ghazeehouse dalam Memasarkan Jasa Fotografi.

Hasil analisa strategi komunikasi digital dengan meodel AISAS (*Attention, Interest, Search, Action and Share*) pada akun intagram @ghazeehous menunjukan kemampuan dalam menerapkan strategi komunikasi digital dalam menarik pelanggan dari tahapan analisis AISAS tersebut. Tahapan strategi sudah berjalan dengan sangat baik dan memberikan dampak positif bagi konsumen dan Ghazeehous dari segi *Attention, Interest, Search, Action*, dan *Search* ketika perhatian menimbulkan minat, pelanggan mulai mencari, lalu mengambil tindakan kemudian lanjut ke berbagi.

Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyama dan Andree yang menyatakan model AISAS Attention (Perhatian), Interest (Minat), Search (Pencarian), Action (Tindakan), dan Share (Berbagi) merupakan strategi

[65] Wawancara dengan Asmaul Husna, pelanggan Ghazeehouse, Kota Langsa tanggal 02 Juli 2025.

pemasaran yang menggambarkan tahapan interaksi konsumen dengan produk atau layanan di era digital. Keberhasilan Ghazeehous dalam menerapkan model AISAS dalam strategi komunikasi secara digital dapat dilihat dari beberpa tahapan berikut:

a. *Attention* (Perhatian)

Menurut Sugiyama dan Andree *attention* adalah fase dimana untuk meningkatkan perhatian konsumen sebagai stimuli yang diterima atas suatu produk atau jasa yang di tawarkan. Sesuai dengan tujuan *attention*, Ghazeehous telah berhasil menarik perhatian pengunjung melalui strategi yang telah diterapkan dengan mengunggah konten secarah konsisten di media sosial. Keberhasilan menunjukan dengan pengikut yang banyak dan like untuk postingan maupun reals di akun @ghazeehous. Penyajian konten yang menarik secara visual, aktual secara waktu, serta menyentuh secara emosional, menjadi upaya strategis untuk menciptakan kesan pertama yang kuat dan membangun keterlibatan audiens sejak awal mereka melihat unggahan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Habib Adlan yang menunjukan bahwa tahapan attention dapat menarik pelanggan dalam melihat dan pelanggan memperhatikan produk.[66]

b. Interest (Minat)

Interest menurut Sugiyama dan Andree adalah proses berikutnya ketika calon konsumen mulai tertarik dengan produk atau jasa yang di tawarkan . Tahapan ketertarikan terhadap produk dan pelanggan menyukai pesan yang disampaikan.

[66] Habib Adlan, "Analisis Model AISAS Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Penggunaan SEO (Kajian Empiris Konsumen Di Surabaya) Asmara Indahingwati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 9 (2020): 1–15.

Ghazeehous telah menarik minat pelanggan ditunjukan dengan jumlah pemesanan 70% berasal dari instagram. Dengan strategi seperti hasil foto yang di unggah, membuat konten yang menarik dan aktif setiap tren membuat pelanggan merasa tertarik denga apa yang di tunjukan. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu oleh Naura dkk yang menunjukan konten visual berhasil dalam memunculkan minat pelanggan dalam melakukan pemesanan.[67]

c. Search (Pencarian)

Menurut Sugiyama dan Andree *search* adalah proses dimana konsumen akan berusaha mencari informasi sebanyak- banyaknya mengenai informasi produk atau jasa yang di tawarkan. Tahpan dimana pelanggan setelah merasa minat terhadap produk atau jasa selanjutnya pelanggan mencari lebih lanjut, merasa percaya denga napa yang di sampaikan dan merasa yakin terhadap informasi tersebut. Ghazeehous telah berhasil menerapkan strategi komunikasi digital dibuktikan dengan jumlah kunjungan dan like yang meningkat. Pada tahapan pencarian pelanggan merasa mudah mencari informasi seperti katalog harga, paket yang di tawarkan maupun informasi tentang Ghazeehous secara mendalam. Kemudahan tersebut ditunjukan dengan feed intagram melalui sorotan menjelaskan cara melihat katalog harga dan pemesanan. Hasil ini sesuai dengan penelitian Renvilia Alungga Fahmi and Mutiah yang menunjukan jumlah pengunjung yang meningkat membuktikan keberhasilan dalam menarik pelanggan.[68]

d. Action (Tindakan)

[67] Naura Nafisha Saadah, Arief Budiman, and Ismail Yusuf, "Analisis Pemasaran Digital Menggunakan Model Aisas Pada Produk Semakin Peka," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 2 (2023): 1153–64, https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3139.

[68] Renvilia Alungga Fahmi and Mutiah, "Komunikasi Pemasaran Model AISAS Dalam Strategi Membangun Reputasi Brand Dailyhotels.Id," *The* 7 (2023): 190–98.

Menurut Sugiyama dan Andree tindakan dimana konsumen akan melakukan pembelian suatu produk atau menggunakan jasa. Strategi Ghazeehous dalam menarik pelanggan untuk memesan jasa dibuktikan dengan banyaknya pelanggan yang melakukan pemesanan melalui hampir 70% pelanggan dari intagram. Keputusan pelanggan melakukan pemesanan juga dipengaruhi oleh sikap admin yang cepat dalam menanggapi pelangga, sikap ramah dan reponsip menjadi faktor penting bagi pelanggan untuk memutuskan menggunakan jasa Ghazeehous. Hasil ini sesuai dengan penelitian Renvilia Alungga Fahmi dan Mutiah dimana sikap admin dalam menanganin pelanggan menjadi faktor penting untuk pelanggan memutuskan pemsanan.

e. Share (Berbagi)

Share menurut Sugiyama dan Andree adalah hasil yang akan diperoleh oleh konsumen setelah merasakan semua pengalaman interaksi dengan produk atau jasa dan konsumen membagikan pengalamannya terhadap produk atau jasa. Tahapan ini pelanggan membagikan hasil foto yang didapatkan kepada orang lain bisa berupa story maupun postingan. Keberhasilan Ghazeehous dilihat dari banyaknya pelanggan yang mengunggah hasil foto dan membuat story konten yang dibuat oleh Ghazeehous membuktikan banyak pelanggan yang suka dan minat. Tidak hanya pelanggan banyak fotografer lainnya yang membagikan postingan @ghazeehous juga menjadi promosi secara tidak langsung. Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Balebat dkk dimana pelanggan membuat story dan menyebut akun intagram pemilik, hal tersebut

membuat banyak orang yang mengetahui.[69]

2. Peran Strategi Komunikasi Digital Akun Instagram @Ghazeehouse Dalam Memasarkan Jasa Fotografi.

Menurut Mardiasmo dalam Ismail ukuran berhasil atau tidaknya suatu organisasi mencapai tujuannya, apabila suatu organisasi berhasil mencapai tujuan maka organisasi tersebut telah berjalan dengan efektif.[70] Untuk melihat peranstrategi dapat dilihat dari beberapa indikator seperti keberhasilan program, keberhasilan sasaran, keberhasilan terhadap program, input dan output dan pencapaian tujuan menyeluruh.

a. Keberhasilan Program

Keberhasilan akun Instagram @ghazeehouse dalam mempromosikan hasil foto sangat menarik dan penjelasan terhadap informasi setiap jasa yang ditawarkan mudah dipahami oleh konsumen. Pelanggan mengatakan dari awal melihat akun @ghazeehous sudah tertarik dari hasil foto, tidak hanya itu @ghazeehous juga memberikan informasi berbagai paket yang ditawarkan beserta harga yang tertera di katalog WhatsApp. Keberhasilan tersebut ditunjukan dengan dengan jumlah pelanggan sebesar 70% melalui promosi intagram.

b. Keberhasilan Sasaran

Keberhasilan sasaran merupakan pengukuran keberhasilan ditinjau dari sudut pencapaian tujuan, dimana keberhasilan dalam menarik audien untuk

[69] Balebat Dwi Adisubagja, Adam Hermawan, and Btari Mariska Purwaamijaya, "Analysis of the AISAS Model in the Digital Marketing Strategy of Our Bento in Tasikmalaya City," *International Journal of Economics Development Research* 5, no. 3 (2024): 2739–66, https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-.
[70] Ismail Rachman, "Efektivitas Kinalang Sebagai Aplikasi Pelayanan Publik Berbasis Di Kota Kotamobagu," *Jurnal Governance* 2, no. 1 (2022): 1–14.

menggunakan jasa dari @ghazeehous. Hasil dapat diukur dengan seberapa jauh tingkat sasaran promosi dalam mendapatkan konsumen dalam berbagai momen acara. Keberhasilan saran dibuktikan dengan banyaknya pemesanan melalui akun @ghazeehous dalam menggunakan jasa fotografi di berbagai momen acara seperti weding, wisuda dan acara formal maupun acara non formal lainnya.

c. Kepuasan Terhadap Program

Kepuasan terhadap program komunikasi digital yang dijalankan melalui platform Instagram tercermin dari pernyataan informan yang menyatakan bahwa penggunaan fitur gratis sudah cukup efektif dalam mendukung kegiatan promosi jasa fotografi. Meskipun promosi berbayar hanya dilakukan sebanyak tiga kali, sekitar 70% konsumen diketahui berasal dari promosi melalui Instagram. Efektifitas tersebut memberi kepuasan terhadap promosi yang dilakukan melalui intagram tanpa harus membayar tambahan untuk promosi.

d. Input dan Output

Kesesuaian input dan output, sesuai input dan output yang dihasilkan maka peneliti bisa mengatakan bahwa intagram sangat sesuai dengan yang dilakukan oleh akun @ghazeehous dalam mengelolah dan mempromosikan produk ataupun jasa sangan efektif. Hasil ini ditunjukan banyaknya pemesanan untuk jasa pemotretan berbagai momen. Kesesuaian itu menunjukan efektifitas dalam mengeloha instagram dari proses melakukan postingan, pembuatan konten, dan mererpon pelanggan sesuai dengan yang didapatkan.

e. Pencapaian Tujuan Menyeluruh

Pencapaian tujuan menyeluruh terlihat dari keberhasilan akun Instagram

dalam membangun kesadaran merek, menciptakan citra profesional, serta meningkatkan jumlah pemesanan jasa secara konsisten. Efektifitas terhadap hasil penggunaan intagram sebagai media promosi ditunjukan dari hasil pendapatan perbulan itu mencapai 60 juta sampai 100 juta. Hasil tersebut menunjukan tingkat keberhasilan Ghazeehous dalam melakukan strategi komunikasi digital untuk menarik pelanggan menggunakan jasa.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan strategi komunikasi digital akun Instagram @Ghazeehouse dalam memasarkan jasa fotografi yang dianalisis menggunakan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. *Attention* (Menarik perhatian)

Strategi dalam menarik perhatian konsumen dengan menampilkan dari konsistensi visual yang ada pada instagram, penataan feed yang rapih, bersih dan memiliki estetika menimbulkan kesan profesional menarik perhatian audiensi yang melihat. Kositensi dalam hasil foto, dalam penggunaan tone warna, komposisi visual yang harmonis, serta relevansi konten dengan momen yang diabadikan membentuk daya tarik visual yang kuat menciptakan kesan pertama yang positif bagi audien yang melihatnya dan mendorong audien dalam menelusuri.

2. Interest (Membangkitkan minat)

Strategi @Ghazeehouse dalam membangkitkan minat audiens dilakukan dengan menyajikan konten yang tidak hanya menarik secara tampilan, tetapi juga memiliki nilai emosional dan kesan pribadi. Mereka aktif membuat konten selama sesi pemotretan di lapangan dan menyesuaikan dengan tren digital terkini, sehingga akun ini tetap relevan dan menarik bagi audiens. Selain itu, upaya

membangun personal branding yang hangat, ramah, dan penuh humor memberikan kesan yang lebih manusiawi dan dekat, sehingga audiens merasa terhubung secara emosional dengan penyedia jasa tersebut.

3. Search (Mencari informasi)

Kemudahan dalam mencari informasi produk melalui bio intagram dan cara untuk memesan dimudahkan dengan tutorial yang ada di feed intagram. Kemudahan tersebut membuat konsumen mendapatkan informasi tentang produk lebih cepat. Ketersediaan katalog produk dan harga sangat jelas ketika melakukan pemesan melalui WhatsApp. Ghazeehous sudah terdaftar dalam google map memudahkan konsumen mencari studio foto milik Ghazeehous.

4. Action (Melakukan tindakan)

Banyak konsumen memesan melalui promosi di intagram dibuktikan dengan 70% konsumen yang ada pada Ghazeehous berasala dari intagram. Ketertarikan konsumen melihat hasil foto baik postingan story maupun reals membuat minat untuk memesan. Sikap admin dalam menanggapi konsumen juga menjadi factor penting dalam keputusan pemesanan.

5. Share (Berbagi pengalaman)

Postingan yang di unggah oleh @ghazeehous banyak yang membagikan ulang tidak hanya pelanggan yang telah melaukan sesi foto tetapi fotografer lain jugak ada yang membagikan postingan tersebut. Hal tersebut menjadi

promosi secara tidak langsung, ketika banyak orang yang membagikan maka semakin banyak orang tahu @ghazeehous.

Peran strategi komunikasi digital melalui akun Instagram @Ghazeehouse dalam memasarkan jasa fotografi dapat dinyatakan berjalan efektif berdasarkan sejumlah indikator yang terukur. Pertama, dari aspek keberhasilan program, terlihat bahwa promosi visual yang ditampilkan berhasil menarik perhatian audiens, di mana sekitar 70% konsumen diperoleh melalui media sosial ini. Kedua, pada indikator keberhasilan sasaran, strategi komunikasi digital yang diterapkan mampu mendorong peningkatan pemesanan jasa fotografi untuk berbagai kegiatan, baik acara formal maupun nonformal. Ketiga, indikator kepuasan terhadap program tercermin dari pernyataan konsumen yang menilai promosi melalui fitur gratis Instagram sudah cukup efektif, meskipun penggunaan promosi berbayar relatif terbatas. Keempat, dari segi input dan output, pengelolaan konten, penyusunan materi promosi, serta interaksi dengan audiens menunjukkan konsistensi yang sebanding dengan hasil berupa tingginya jumlah pemesanan. Kelima, pada aspek pencapaian tujuan menyeluruh, penggunaan Instagram mampu membangun kesadaran merek, memperkuat citra profesional, serta meningkatkan pendapatan usaha hingga mencapai kisaran Rp60–100 juta per bulan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan @Ghazeehouse tidak hanya berkontribusi pada pencapaian tujuan pemasaran, melainkan juga membuktikan peran penting media sosial sebagai sarana yang efektif untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya tarik konsumen, dan memperkuat eksistensi bisnis dalam industri kreatif.

B. Saran

Untuk mengoptimalkan strategi komunikasi digital menggunakan model AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share), Ghazeehouse perlu mempertahankan konsistensi visual sekaligus memperkaya variasi konten dengan pendekatan yang lebih kreatif dan responsif terhadap tren yang sedang berkembang. Hal ini bertujuan untuk menjaga daya tarik audiens secara berkelanjutan.Pentingnya menjaga kualitas layanan dan membangun komunikasi dua arah yang ramah serta profesional guna mendorong keputusan pembelian. Pentingnya merespons unggahan ulang dari konsumen sebagai bentuk apresiasi dan penguatan citra brand. Dengan optimalisasi yang berkelanjutan pada setiap tahapan AISAS, diharapkan Ghazeehouse tidak hanya mampu mempertahankan eksistensinya di media sosial, tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan dan menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA