

Manajemen Komunikasi Pemasaran Fatahillah Ginting *Photography* Dalam Mempertahankan Eksistensi di Masa Pandemi Covid-19

Marketing Communications Management Fatahillah Ginting Photography in Maintaining Existence in the Covid -19 Pandemic

Nursidiq Bagas Saputra¹, Fadhil Pahlevi Hidayat²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia
Bagassaputra277@gmail.com¹ fadhilpahlevi@umsu.ac.id²

ABSTRACT

Photography businesses in general have their own management in managing, maintaining and developing their business so that they still exist and are known by the general public. By carrying out various marketing management, ranging from social media to print media with the aim of attracting as many people as possible so that the photography service business can continue to exist and develop. As done by Fatahillah Ginting Photography. This study aims to find out the marketing management applied by Fatahillah Ginting Photography to maintain the existence of its photography business in the face of the Covid-19 pandemic and to find out what obstacles Fatahillah Ginting Photography faced during the Covid-19 pandemic. This study uses the theory of marketing communication mix with a particular view of advertising (advertising) and Public Relations (public relations). This research uses a qualitative descriptive research method with data collection methods through in-depth interviews, documentation and observation. Informants in this study were the founder, owner, brand communication, account executive and marketing of fatahillah ginting photography. The results of the research that have been carried out, Fatahillah ginting photography marketing communication management in maintaining existence during the covid-19 pandemic on marketing communication elements where the outline consists of advertising through Instagram, Youtube and Neon Box and public relations (public relations) carried out by the founder, owner, brand communication, account executive, marketing and all employees of fatahillah ginting photography. As for the obstacles faced by Fatahillah Ginting Photography in maintaining its existence during the Covid-19 pandemic, namely the large-scale social restrictions (PSBB) that took place in the city of Medan and in other cities so that there were no big events, is it weddings or non-weddings which took place at the time. The covid-19 pandemic is ongoing.

Keywords: *Communication Management, Marketing Communication, Marketing Mix.*

ABSTRAK

Usaha *photography* pada umumnya memiliki manajemennya masing-masing dalam mengelola, mempertahankan serta mengembangkan usahanya agar tetap eksis dan dikenal oleh khalayak ramai. Dengan melakukan berbagai manajemen pemasaran, mulai dari media sosial hingga media cetak dengan tujuan menarik minat orang sebanyak-banyaknya agar usaha jasa *photography*nya dapat terus eksis dan berkembang. Seperti yang dilakukan oleh Fatahillah Ginting *Photography*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui manajemen pemasaran yang diterapkan oleh fatahillah ginting *photography* untuk mempertahankan eksistensi usaha *photography*nya dalam menghadapi masa pandemi covid-19 dan untuk mengetahui kendala apa saja yang dialami oleh fatahillah ginting *photography* pada saat masa pandemi covid-19 berlangsung. Penelitian ini menggunakan Teori Bauran komunikasi pemasaran dengan terkhusus melihat dari *Advertising* (periklanan) dan *Public Relations* (hubungan masyarakat). Penelitian ini menggunakan metode penelitian Deskriptif Kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam,

dokumentasi dan observasi. Informan dalam penelitian ini adalah *founder*, *owner*, *brand communication*, *account executive* dan *marketing* dari *fatahillah ginting photography*. Hasil penelitian yang telah dilakukan, Manajemen komunikasi pemasaran *fatahillah ginting photography* dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi covid-19 pada elemen komunikasi pemasaran dimana garis besarnya terdiri dari *advertising* (periklanan) melalui Instagram, Youtube, WhatsApp dan *Neon Box* dan *public relation* (hubungan masyarakat) yang dilakukan oleh *founder*, *owner*, *brand communication*, *account executive*, *marketing* dan seluruh karyawan dari *fatahillah ginting photography*. Adapun kendala yang dialami *fatahillah ginting photography* dalam mempertahankan eksistensinya di masa pandemic covid-19 yakni adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang berlangsung di kota Medan dan dikota-kota lainnya sehingga tidak ada acara-acara besar baik itu *wedding* atau *non wedding* yang berlangsung saat pandemi covid-19 berlangsung.

Kata Kunci: *Manajemen Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran.*

Pendahuluan

Manajemen pada dasarnya merupakan seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang terkait dengan pencapaian tujuan. Dalam sebuah perusahaan atau organisasi manajemen sangat diperlukan agar tujuan dari usaha yang dijalankan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Sebuah perusahaan semestinya memiliki sebuah manajemen guna menjalankan usaha yang dilakukan oleh perusahaannya agar berjalan dengan semestinya serta dapat mempertahankan kestabilan usaha yang telah dijalankan. Teknik pemasaran yang tepat tidak dapat jalan tanpa adanya komunikasi yang baik dari perusahaan yang nantinya akan disampaikan pada konsumen, karena komunikasi dan pemasaran merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan. Komunikasi sendiri memegang peran yang besar dalam proses pertukaran pesan dari seorang komunikator kepada komunikan. Komunikasi merupakan salah satu media dalam menarik minat konsumen, serta dapat menjadi media informasi kepada konsumen guna memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan agar dapat mencapai target pasar yang telah ditetapkan sebelumnya oleh *owner*, *team marketing* dan *brand communication* dari perusahaan *Fatahillah Ginting Photography* tersebut.

Komunikasi pemasaran adalah komponen penting pada sebuah badan usaha, sebab dari komunikasi pemasaran perusahaan dapat memperkenalkan produk yang dihasilkan dan merencanakan bagaimana manajemen komunikasi pemasaran dapat dijalankan agar bisa menghasilkan target penjualan yang telah ditetapkan. Sebuah perusahaan pasti membutuhkan komunikasi pemasaran dalam memasarkan produk ataupun jasa kepada target pasar yang telah direncanakan sebelumnya Usaha *photography* hingga kini terus mengalami perkembangan yang pesat. Banyak vendor-vendor *photography* bermunculan, khususnya di Kota Medan. *Fatahillah Ginting Photography* merupakan salah satu vendor yang menyediakan jasa *photography* dan telah

berdiri sejak tahun 2015 di Kota Medan. Sejak tahun 2020 kehidupan masyarakat di seluruh dunia berubah karena munculnya wabah virus yang dikenal dengan virus covid-19 atau virus corona. Penyebaran dan penularan virus covid-19 ini terjadi begitu cepat sehingga membuat masyarakat mudah terinfeksi satu sama lain (Lubis, Hidayat, dan Hardiyanto, 2021). Dalam mempertahankan eksistensinya Fatahillah Ginting *Photography* terus melakukan berbagai inovasi-inovasi dalam mengembangkan produk usaha industri kreatifnya agar usaha jasa *photography* yang dijalankan terus berkembang dan semakin dikenal oleh masyarakat luas terkhusus masyarakat yang berada di Kota Medan. Saat Pandemi Covid-19 mulai merebak di Kota Medan usaha *photography* mulai merasakan dampak dari Pandemi tersebut. Dampak tersebut juga dialami oleh Fatahillah Ginting *Photography*, banyak klien yang sebelum terjadinya Pandemi Covid-19 telah menetapkan tanggal dengan Fatahillah Ginting *Photography* untuk melakukan sesi foto. Namun, setelah terjadinya Pandemi Covid-19 di Kota Medan klien yang sebelumnya telah menetapkan tanggal untuk melakukan sesi foto harus merubah tanggal sesi foto tersebut karena adanya beberapa peraturan protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Pusat maupun Pemerintah Daerah terkait adanya Pandemi Covid-19 di Kota Medan.

Metode Penelitian

Studi ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif secara umum mencakup observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkripsi wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang telah anda kumpulkan untuk meningkatkan pemahaman penulis sendiri mengenai materi-materi tersebut dan untuk memungkinkan penulis menyajikan apa yang sudah penulis temukan kepada orang lain. Analisis melibatkan pekerjaan dengan data, penyusunan, dan pemecahannya dalam unit-unit yang dapat ditangani, rangkumannya, pencarian pola-pola, dan penemuan apa yang penting dan apa yang perlu dipelajari, dan pembuatan keputusan apa yang penulis katakan kepada orang lain. Lokasi penelitian ini yakni pada Kantor Fatahillah Ginting *Photography*, Komplek Villa Setiabudi Abadi 2, Jl. Abadi, Tanjung Rejo, Kecamatan. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20122. Penelitian ini dilakukan pada 29 Maret 2022 sampai dengan 25 Juni 2022

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Fatahillah Ginting *Photography* merupakan penyedia jasa *photography* dan *videography* yang menerima jasa dari dalam kota maupun luar kota. Fatahillah Ginting *Photography* tidak hanya

berfokus pada foto-foto *wedding* saja, tidak jarang para *client-client* menyewa jasa Fatahillah Ginting *Photography* untuk *event-event* di luar dari *wedding* seperti *birthday party*, wisuda, foto keluarga. Produk jasa dari Fatahillah Ginting *Photography* termasuk dalam produk yang dibutuhkan, karena produk yang dihasilkan berupa foto dan video yang berarti produk yang dapat dilihat dan dapat menciptakan rasa puas pada *client-client* semisal hasil produk foto pernikahan yang merupakan *moment* spesial dan sacral sekali dalam seumur hidup. Fatahillah Ginting *Photography* juga menerapkan komunikasi pemasaran dalam menjalankan manajemennya. Sarana yang digunakan oleh Fatahillah Ginting *Photography* dalam menerapkan komunikasinya yaitu melalui iklan di platform-platform media online seperti Instagram, Youtube, WhatsApp serta melalui media cetak seperti Neon Box.

Dalam penerapannya, sarana komunikasi pemasaran tersebut hingga saat ini cukup sukses untuk menjaga eksistensi dari Fatahillah Ginting *Photography* sebagai vendor foto dan video yang ada di Kota Medan. Iklan yang digunakan oleh Fatahillah Ginting *Photography* dalam mempromosikan produk foto dan videonya agar dapat dilihat dan dinilai secara langsung oleh para *client* dan seluruh masyarakat yakni dengan memanfaatkan media sosial dengan membuat *account account official* dan *neon box* yang terpasang di depan kantor Fatahillah Ginting *Photography*. Iklan yang digunakan oleh Fatahillah Ginting *Photography* dalam mempromosikan produk foto dan videonya agar dapat dilihat dan dinilai secara langsung oleh para *client* dan seluruh masyarakat yakni dengan memanfaatkan media sosial dengan membuat *account account official* dan *neon box* yang terpasang di depan kantor Fatahillah Ginting *Photography*. Dalam menerapkan Manajemen Komunikasi Pemasarannya agar terus dapat mempertahankan eksistensi di masa pandemi covid-19, Fatahillah Ginting *Photography* juga terus menjaga dan meningkatkan *Public Relation* nya atau hubungan baiknya dengan para calon *client, client* yang sudah pernah menggunakan jasanya, serta para *follower* yang ada di akun Instagram *Official* Fatahillah Ginting *Photography*. Kegiatan *Public Relation* (Hubungan Masyarakat / Kehumasan) tergantung pada karakter organisasi dalam menjalankan visi, misi organisasi dan tujuan yang ingin dicapai. Semakin luas komponen public yang berkepentingan dengan organisasi, semakin luas elemen publiknya, semakin beragam dan permasalahannya akan semakin kompleks (Wahyudi & Adhani, 2021).

Manajemen Fatahillah Ginting *Photography* dalam mempertahankan eksistensinya di masa Pandemi Covid-19 mengacu pada dua elemen komunikasi pemasaran dimana garis besarnya terdiri dari *Advertising* (periklanan) dan *Public Relation* (Hubungan Masyarakat). Karena kedua elemen tersebut menjadi faktor keberhasilan utama dan dinilai efisien serta efektif dalam mempertahankan

dan meningkatkan eksistensinya di kota Medan maupun di kota-kota besar lainnya dan terkhusus mempertahankan eksistensinya di masa pandemi Covid-19 yang sedang melanda. *Advertising* (periklanan) merupakan faktor keberhasilan utama dan dinilai sangat efisien serta dinilai efektif dalam menjalankan manajemen komunikasi pemasaran dan usaha dalam mencapai target yang sudah ditetapkan oleh sebuah perusahaan atau *vendor*. Fatahillah Ginting *Photography* adalah perusahaan yang termasuk juga sangat memanfaatkan elemen *Advertising* (Periklanan) dalam menjalankan manajemen komunikasi pemasaran dan dalam usaha untuk mencapai target yang telah ditetapkan pihak manajemen Fatahillah Ginting *Photography*. Adapun elemen *Advertising* (Periklanan) yang digunakan oleh Fatahillah Ginting *Photography* melalui dua metode periklanan yaitu, media sosial seperti Instagram, Youtube, WhatsApp, dan melalui media cetak seperti *neon box*, Album Foto, dan Katalog. Karena berdasarkan analisis penulis, pihak manajemen Fatahillah Ginting *Photography* menggunakan kedua metode periklanan tersebut karena dinilai efektif dan efisien dalam mencapai target pasar yang telah ditentukan.

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Manajemen Komunikasi Pemasaran Fatahillah Ginting *Photography* pada elemen komunikasi pemasaran dimana penulis hanya mengambil 2 elemen saja dari teori bauran pemasaran yaitu *Advertising* (Periklanan) dan *Public Relation* (Hubungan Masyarakat). Dimana Manajemen Komunikasi Pemasaran yang diterapkan oleh Fatahillah Ginting *Photography* sangatlah bervariasi, Fatahillah Ginting *Photography* sukses memanfaatkan sosial media yang ada yaitu Instagram *Official*, Youtube *Official*, serta WhatsApp. Selain media sosial, Fatahillah Ginting *Photography* juga memanfaatkan media cetak seperti *Neon Box*, Katalog, Album Foto, serta Majalah. Fatahillah Ginting *Photography* juga sukses mempertahankan eksistensinya di masa pandemi covid-19 yang pada tahun 2020 sampai dengan saat ini melanda kota Medan dan kota-kota besar lainnya dimana hal tersebut sangat berdampak pada dunia industri termasuk juga industri kreatif seperti Fatahillah Ginting *Photography*. Saran yang dapat penulis berikan pada penelitian ini yaitu dalam menjalankan Manajemen Komunikasi pemasaran untuk menjaga eksistensinya Fatahillah Ginting *Photography* harus terus konsisten menampilkan hasil dari produk foto dan videonya kepada masyarakat terkhusus pengguna Instagram dan Youtube, sebab Fatahillah Ginting *Photography* hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosinya dan tidak menggunakan media cetak seperti spanduk, brosur dan lain sebagainya. Tentunya hal tersebut harus membuat Fatahillah Ginting *Photography* harus terus gencar dalam melakukan iklan lewat media sosial agar

citra baik yang dibangun kepada masyarakat bisa terus terjaga, dan masyarakat bisa terus mengingat Fatahillah Ginting *Photography* sebagai penyedia jasa foto dan video terbaik di Kota Medan dan dengan begitu secara tidak langsung akan membuat minat masyarakat untuk menggunakan jasa dari Fatahillah Ginting *Photography* meningkat dan hal tersebut tentu akan menguntungkan dan membuat keuntungan dari Fatahillah Ginting *Photography* meningkat.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya dan setulusnya penulis berikan kepada Alm. Ayahanda Suroso, dan Ibunda Sriningsih yang selalu memberikan do'a dan dukungan secara material, moral, serta nasihat yang selama ini telah diberikan kepada penulis selama duduk dibangku perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya

Daftar Pustaka

- Arianty, N. (2019). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Praktek*. Perdana Publishing.
- Arianty, N., Andriany, D., & Jasin, H. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Perdana Publishing.
- Burhanuddin. (2014). *Fotografi*. Graha Ilmu.
- Emzir. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Faustyna, F. (2017). Peran Multi-Channel Network (Mcn) Dalam Model Bisnis Youtube Di Indonesia. In *Komunikasi Dan Budaya Di Tengah Pusaran Media Dan Teknologi Informasi*. <https://core.ac.uk/download/pdf/345243156.pdf>
- Faustyna, F., & Jumani, J. (2017). Pengaruh Pengembangan Karir Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pelabuhan Indonesia I (PERSERO) Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 71–79.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Lubis, F. H., Pahlevi Hidayat, F., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora, 2021*, 1.
- Moleong, L. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrison. (2014). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenada Media Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurtjahja, F., & Trivena, Shinta Maharani. (2018). *Public Relations Citra dan Praktek* (1st ed.). Polinema Press.
- Priansa, D. Juni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Pustaka Setia.
- Ruliana, P., & Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Rumondang Banjarnahor, A., Purba, B., Sudarso, A., hafni sahir, S., Nurhaini Munthe, R., Kato, I.,

& Gandasari, D. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran* (A. Karim (ed.)). Yayasan Kita Menulis.

Sari, V. M., & Anshori, A. (2021). Marketing communication strategy Sawah Pematang Johar tour in improving tourist visits. *Comcast*, 3(1), 113–120. <https://doi.org/10.12928/commicast.v3i1.3616>

Setiadi, Teguh. (2017). *Dasar Fotografi-Cara Cepat Memahami Fotografi* (putri Christian (ed.)). CV. Andi Offset.

Sule, E. tisnawati, & Saefullah, kurniawan. (2015). *Pengantar Manajemen*. Prenadamedia Group.

Wahyudi, D., & Adhani, A. (2021). Public relations campaign strategy PT. Pelindo 1 in socializing the Porting Business. *Commicast*, 2(1), 71. <https://doi.org/10.12928/commicast.v2i1.3151>

Warnadi, & Triyono, A. (2019). *Manajemen Pemasaran* (I. Astarina (ed.)). Deepublish Publisher.