

ABSTRAK

Semakin banyak orang yang memiliki dan mampu mengambil gambar tidak serta merta mematikan bisnis dunia foto itu sendiri, baik bagi fotografer, jasa cetak foto bahkan studio foto itu sendiri. Studio foto yang dulunya identik dengan milik pengusaha besar kini tidak lagi, siapapun dapat membuka studio foto, dari modal ratusan juta hingga modal ratusan ribu, dari kelas gerai di pusat perbelanjaan hingga kelas kios kaki lima, salah satunya adalah *Apel Creative Studio Photo*. Studio foto ini telah ada sejak 2011, produk jasa yang ditawarkan berupa jasa foto studio, foto & video *wedding*, foto wisuda, foto *prewedding*, dan foto dokumentasi lainnya. Bisnis fotografi yang potensial ini bukan tanpa persaingan, seperti yang diketahui sekarang ini dengan persaingan bisnis yang semakin ketat dibutuhkan strategi-strategi untuk dapat mempertahankan eksistensi dan meningkatkan perkembangan usaha. Salah satu cara untuk bertahan dalam sebuah persaingan bisnis jasa dapat menggunakan strategi komunikasi yang tepat, salah satunya dengan memaksimalkan penggunaan media digital yang sedang berkembang secara pesat seperti Instagram, Facebook, dan Website. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi yang terdiri dari iklan, penjualan langsung, promosi penjualan, dan publisitas dalam meningkatkan jumlah konsumen di Apel Creative Studio Photo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang mendeskripsikan tentang strategi promosi yang digunakan Apel Creative Studio Photo. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dengan empat orang informan yang terdiri atas pemilik, staf dan dua orang konsumen. Keabsahan data dianalisis dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keempat strategi promosi yang diterapkan, strategi yang paling berperan dalam meningkatkan jumlah konsumen yaitu promosi publisitas yang dilakukan dengan menggunakan Instagram.

Kata Kunci: Strategi Promosi, *Apel Creative Studio Photo*

ABSTRACT

More and more people who own and are able to take pictures do not necessarily shut down the business world of the photo itself, both for photographers, photo printing services and even the photo studio itself. Photo studios that used to be identical to those of big businessmen are no longer available, anyone can open a photo studio, from hundreds of millions to hundreds of thousands of capital, from classroom outlets in shopping centers to stalls, one of them is Apple Creative Studio Photo. This photo studio has been around since 2011, offering services in the form of photo studio services, wedding photos & videos, graduation photos, prewedding photos, and other documentation photos. This potential photography business is not without competitors, as is known today with increasingly stringent business competition required strategies to maintain existence and enhance business growth. One way to survive in a service business competition can be to use the right communication strategy, one of them by maximizing the rapidly expanding use of digital media such as Instagram, Facebook, and Website. This study aims to analyze promotional strategies consisting of advertising, direct sales, sales promotion, and publicity in increasing the number of consumers in Apple Creative Studio Photo. This research is a qualitative descriptive research that describes the promotion strategy used by Apple Creative Studio Photo. Data collection techniques used interviews with four informants consisting of owners, staff and two consumers. The validity of the data is analyzed by using source triangulation. The results showed that of the four promotional strategies applied, the strategy that most play a role in increasing the number of consumers is publicity promotion is done by using instagram.

Keywords: *Promotion Strategy, Apple Creative Photo Studio*