

## **Strategi Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram dan TikTok Terhadap Usaha Self Photo Studio di Sidoarjo**

**Eka cipta putri apsari rahmi gelbi surya pertiwi<sup>1</sup>, Rizky Endah Setianingtias<sup>2</sup>, Syavira Natania Rahmadani<sup>3</sup>, Mirza Al Khatami<sup>4</sup>, Nindya Kartika Kusmayati<sup>5</sup>.**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Manajemen Stie Mahardhika Surabaya Indonesia  
Email: [rahmigelbi@gmail.com](mailto:rahmigelbi@gmail.com), [rizkyendahst@gmail.com](mailto:rizkyendahst@gmail.com), [syaviranataniar@gmail.com](mailto:syaviranataniar@gmail.com),  
[mirzaalkhatami07@gmail.com](mailto:mirzaalkhatami07@gmail.com), [nindya.kusmayati@stiemahardhika.ac.id](mailto:nindya.kusmayati@stiemahardhika.ac.id)

***Abstrak-**Perkembangan digital marketing sangat pesat di zaman sekarang. Hal ini dapat dilihat bahwa banyak sekali pengguna sosial media seperti Instagram dan Tiktok disekitar kita. Beberapa perusahaan yang ada diantaranya self studio photo juga berupaya menggunakan sosial media untuk digital marketing. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan studi wawancara kepada 4 responden dan studi literatur. Hasil peneletian menunjukkan bahwa strategi digital marketing melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok sangat berpengaruh terhadap peningkatan brand awarness dan engagement dengan customer. Dengan menerapkan strategi digital marketing seperti pemilihan hastag yang relevan dan pembuatan konten yang menarik dapat membantu dalam mencapai target pasar yang lebih luas.*

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Usaha Self Photo Studio

***Abstract-**The headway of computerized advancing is especially fast these days. It can be seen that there are packages of social media clients such as Instagram and Tiktok around us. A couple of companies, tallying Self Studio Photo, are besides endeavoring to utilize social media for progressed displaying. This ask approximately livelihoods subjective techniques. This ask approximately livelihoods meet considers with 4 respondents and composing considers. The ask around comes approximately show up that progressed displaying procedures through social media such as Instagram and TikTok have a amazing affect on growing brand mindfulness and engagement with clients. By actualizing progressed advancing techniques such as selecting imperative hashtags and making inquisitively substance, it can offer help in coming to a more broad target promote.*

**Keywords:** Digital Marketing, Self Photo Studio Business

### **1. PENDAHULUAN**

Di era digital yang berkembang pesat, pemasaran media sosial telah menjadi strategi promosi bisnis yang sangat efektif, termasuk di industri fotografi. Media sosial khususnya Instagram dan Tik tok menawarkan peluang bagi usaha kecil untuk menampilkan produk dan layanan mereka secara mudah. Perkembangan teknologi digital khususnya di bidang media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam lingkungan pemasaran modern (Ifadhila, 2024). Platfrom media sosial, khususnya instagram, telah menjadi salah satu alat terpenting yang di gunakan oleh berbagai merek untuk menjangkau audiens mereka dengan cara yang lebih personal dan interaktif (Aksenta et al., 2023). Kehadiran Instagram memberikan peluang besar bagi brand untuk membangun hubungan lebih dekat dengan konsumen melalui berbagai platfrom (Ramadhanty, 2020). Media sosial memiliki banyak potensi, namun banyak pelaku usaha self photo studio di sidoarjo yang belum memanfaatkan potensi platfrom ini secara maksimal. Tantangannya antara lain kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran yang tepat, kurangnya konsistensi konten, dan ketidakmampuan mengikuti tren pertumbuhan Instagram dan Tiktok. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana cara efektif menerapkan strategi pemasaran digital melalui Instagram dan Tik Tok untuk meningkatkan usaha self photo di sidoarjo.

### **2. LANDASAN TEORI**

Digital Marketing menurut Nur Mustakim dalam menyatakan digital marketing merupakan kegiatan pemasaran online yang berguna untuk menjangkau pasar yang lebih luas menggunakan media internet, bertujuan untuk menghubungkan pebisnis dengan calon pembelinya melalui media internet (Mustakim, 2024). pemasaran online ini ialah pemasaran yang dipasarkan dengan ide-ide konten atau vidio menarik melalui sosial media seperti Instagram, TikTok, dan lain sebagainya, dan

juga semakin majunya teknologi masa kini penerapan digital marketing jadi sebuah keperluan bagi suatu pemilik usaha.

Self Photo Studio hadir untuk memberi kebebasan dalam mengekspresikan diri sendiri melalui tempat studio yang didesain khusus secara tertutup (Fitri, 2022). Konsep fotonya yang unik yaitu dengan cara memotret diri sendiri tanpa adanya fotografer di dalamnya dan konsumen akan diberikan shutter clicker yang langsung terhubung ke kamera digital. dengan ini penerapan digital marketing sangat tidak asing dikalangan pelaku bisnis seperti usaha self photo studio, penerapan digital marketing ini dapat membantu pemasaran lebih cepat tersampaikan kepada konsumen dan dapat menarik konsumen untuk datang hanya dengan melihat konten-konten yang ada di beberapa platform media sosial.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan metode yang memiliki sifat deskriptif dan menggunakan analisis yang menggunakan data utama dari wawancara dan observasi (Ramanian, 2024). Metode kualitatif menggunakan prosedur purposive dengan mewawancarai narasumber sebagai informan penelitian. Informan yang dipilih memiliki kriteria memiliki keahlian dan pengetahuan mendalam di bidang tersebut (Setia Budi et al., 2023).

Pengambilan data kualitatif pada penelitian ini didapatkan melalui wawancara dengan 4 calon target market yang sesuai dengan kriteria target market. Sumber data literatur untuk penelitian ini diambil melalui kajian pustaka literatur dari buku dan jurnal yang dipilih berdasarkan isu yang diangkat terkait strategi marketing dan media sosial, serta perilaku Gen Z dalam menggunakan media sosial.

Pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan kepada responden dalam sesi wawancara adalah sebagai berikut:

1. Menurut anda, apakah pemasaran melalui media sosial sangat berpengaruh besar terhadap penjualan produk atau jasa?
2. Seberapa penting anda menggunakan media sosial?
3. Apakah anda tertarik melihat iklan yang muncul ketika menggunakan sosial media?
4. Media sosial apakah yang sering anda gunakan?
5. Apakah mengikuti trend untuk membuat video promosi dapat berpengaruh terhadap penjualan jasa self studio photo?
6. Apakah penggunaan hastag pada setiap postingan berpengaruh untuk mencapai target pasar yang diinginkan?
7. Apakah review google maps merupakan cara untuk mencari rekomendasi produk/jasa yang diinginkan?

### **4. ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Digital marketing merupakan salah satu bentuk pemasaran yang sering digunakann oleh UMKM dan perusahaan besar untuk menjual produk/jasa kepada konsumen. (Lady et al., 2023). Tujuan utama dari pemasaran digital adalah untuk mempeluas jangkau pasar dan menarik perhatian konsumen terhadap jasa/produk yang ditawarkan seperti self studio photo dan berharap mendapatkan feedback langsung dari konsumen. Karena zaman sekarang digital marketing di sosial media seperti Tiktok dan Instagram sangat berpengaruh besar terhadap peningkatan penjual itu sendiri. Dengan cara membuat video promosi dan branding pada postingan, reels, maupun Instagram story yang kreatif dan inovatif itu akan membuat calon konsumen tertarik untuk mencari tau lebih lanjut terhadap jasa yang diberikan. Selain itu penggunaan hastag pada setiap postingan, review google maps juga berpengaruh besar untuk mencapai target pasar yang diinginkan.

#### **4.1 Hasil Wawancara**

Penulis telah melakukan wawancara kepada 4 orang pelanggan yang telah menggunakan jasa self studio photo di Sidoarjo. Tujuan wawancara ini agar mengetahui pendapat pelanggan

terhadap pengaruh digital marketing untuk meningkatkan penjualan jasa self studio photo untuk bahan penilaian dan pertimbangan bagi pembisnis studio photo demi berkelanjutan usahanya. Sebagian besar konsumen berpendapat bahwa digital marketing sangat berpengaruh terhadap minat konsumen dalam mencari informasi dan pemesanan lewat online apabila menggunakan iklan yang menarik di sosial media.

Penerapan hastag pada setiap postingan di sosial media Tktok dan Instagran merupakan salah satu cara yang sangat berpengaruh untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu melakukan promosi di sosial media dengan membuat trend yang lagi viral itu juga sangat berpengaruh karena pengguna sosial media pasti mengikuti trend yang ada dan itu bisa kita manfaatkan untuk membuat video promosi dengan mengikuti trend yang ada. Review google maps juga memiliki pengaruh yang penting karena calon konsumen sebelum memilih studio photo pasti melihat review-review yang ada karena itu sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan studio mana yang mereka pilih. Berikut ini merupakan hasil wawancara dengan konsumen sebagai pengguna media sosial:

*“Rizkita ini pengguna aktif media sosial namun ia lebih cenderung menggunakan tiktok untuk mencari informasi atau trend-trend pada masanya. Seperti Self Photo Studio ini, dengan adanya trend tiktok menjadikan Rizkita (FOMO) atau bisa disebut perasaan takut tertinggal momen trend dari konten tiktok. Dan menurut Rizkita dengan adanya konten<sup>2</sup> tiktok ini dapat membuat rasa percaya diri serta ingin ikut memikirkan ide-ide yang menarik agar disukai banyak orang.”* -Rizkita Asya Ardani

*“Rehan merupakan pengguna hastag, hastag yang relevan dengan tren atau topik yang sedang populer bisa membantu vidio muncul lebih sering di feed pengguna lain atau halaman (FYP). Rehan percaya bahwa hastag membantu mempengaruhi seberapa lama orang menonton vidio mereka, karena audiens yang tertarik dengan topik tertentu lebih cenderung menonton hingga selesai.”* - Mochammad Rehansyah

*“Saya sering menggunakan sosial media seperti Tiktok dan Instagram, menurut saya sosial media memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap peningkatan penjualan karena zaman sekarang rata-rata setiap orang mencari informasi mengenai produk/jasa yang mau digunakan melalui internet salah satunya sosial media, sangat cukup tertarik melihat iklan yang ada di sosial media apalagi jika menggunakan influencer untuk mempromosikan produk dan jasa. Saya juga sering mencari informasi di sosial media melalui hastag pada setiap postingan karena mempermudah saya untuk mencari studio photo yang bagus dan keren serta dekat dengan rumah saya.”* -Neysha Rizkyka Al Haaq

*“Sosial media penting bagi saya, karena memudahkan saya dalam sehari-hari terlebih pada aplikasi Instagram dan Tiktok. Menurut saya, pemasaran melalui media sosial khususnya Instagram dan tiktok, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan jasa seperti self photo studio. Dengan memanfaatkan platform tersebut, studio foto dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, ulasan di Google Maps juga merupakan cara yang sangat baik untuk mencari rekomendasi jasa self photo studio. Banyak orang termasuk saya, kini memanfaatkan ulasan di Google Maps untuk mencari studio foto terdekat dan yang sesuai dengan kebutuhan.”* - Alfian Zakaria

#### **4.2Ulasan Google Maps**

Ulasan di Google Maps memainkan peran penting dalam pemasaran usaha seperti self photo studio. Melalui platform ini, pelanggan dapat memberikan feedback yang berharga, yang tidak hanya membantu calon pelanggan dalam membuat keputusan, tetapi juga memberikan masukan langsung kepada pemilik usaha untuk meningkatkan layanan mereka. Seperti contoh, calon pelanggan dapat melihat beberapa ulasan yang mengungkapkan kepuasan terhadap suasana studio yang modern dan Instagramable, sangat cocok untuk kebutuhan foto pribadi, acara, atau bahkan foto profil. Harga yang terjangkau dan pelayanan yang ramah seringkali menjadi nilai tambah dalam ulasan-ulasan ini.

Pentingnya ulasan ini terletak pada kemampuannya untuk meningkatkan visibilitas usaha di Google Maps. Ketika lebih banyak pelanggan memberikan ulasan positif, studio tersebut dapat

muncul lebih tinggi dalam hasil pencarian, menarik lebih banyak pengunjung. Selain itu, ulasan yang jujur dapat membantu membangun kepercayaan dan brand awareness, karena calon pelanggan cenderung mempercayai pengalaman orang lain sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan.

Dengan demikian, ulasan Google Maps memberikan gambaran yang positif terhadap usaha self photo studio, dengan banyak pelanggan yang merasa puas dan merekomendasikannya kepada orang lain.

#### **4.3 Promosi melalui Instagram dan Tiktok**

Promosi melalui Instagram dan TikTok telah menjadi strategi penting bagi bisnis dalam era digital saat ini. Instagram berfungsi sebagai etalase visual yang memungkinkan pemilik bisnis untuk menampilkan produk mereka dengan foto dan video berkualitas tinggi. Konten yang menarik, seperti tutorial, tips, dan behind-the-scenes, mampu menarik perhatian pengguna. Penelitian menunjukkan bahwa 72% orang cenderung membeli produk setelah melihatnya di Instagram, menjadikannya platform yang sangat efektif untuk pemasaran. Selain itu, fitur-fitur seperti Instagram Stories, IGTV, dan Reels memberikan peluang untuk meningkatkan interaksi dengan audiens melalui konten yang lebih dinamis dan menarik.

Kedua platform ini memungkinkan interaksi langsung antara pelaku usaha dan konsumen melalui komentar dan likes, membangun hubungan yang lebih kuat antara merek dan pelanggan. Oleh karena itu, kombinasi penggunaan Instagram dan TikTok dalam strategi pemasaran dapat memberikan hasil yang optimal bagi bisnis dalam menarik perhatian dan meningkatkan penjualan produk mereka.

#### **4.4 Implementasi Pemasaran Digital**

Implementasi pemasaran digital melalui media sosial seperti, Instagram dan TikTok untuk usaha self photo (fotografi pribadi atau layanan sewa studio foto) dapat dilakukan dengan berbagai strategi yang memanfaatkan kekuatan kedua platform tersebut. Berikut adalah strategi-strategi yang dapat diambil :

##### **1. Penggunaan Hastag**

Dengan memilih hashtag yang relevan dan populer, studio foto dapat menjangkau audiens yang lebih luas yang tertarik dengan layanan fotografi, seperti #selfphotosidoarjo, #fotostudio, atau #fotografi Penggunaan hashtag yang tepat memungkinkan konten yang diposting, baik itu hasil foto klien, behind-the-scenes, atau promo spesial, ditemukan oleh orang-orang yang mencari inspirasi fotografi atau jasa foto di area tertentu. Selain itu, studio foto juga dapat membuat hashtag khusus untuk branding mereka, seperti #StudioFotoNamaStudio, yang membantu membangun identitas unik dan memudahkan customer.

##### **2. Konten Menarik**

Dengan konsistensi dalam mengunggah konten dan menjaga interaksi dengan pengikut, studio foto dapat membangun komunitas yang solid dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Memanfaatkan fitur Instagram seperti Stories dan Reels juga dapat memberikan dimensi tambahan pada konten yang ditawarkan, menjadikannya lebih dinamis dan menarik bagi audiens. Melalui strategi ini, studio foto tidak hanya mempromosikan layanan mereka tetapi juga menciptakan identitas merek yang kuat dalam dunia digital.

Dengan menerapkan strategi ini secara konsisten, studio foto dapat meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan melalui platform Instagram. Penggunaan hashtag yang tepat tidak hanya memperluas jangkauan tetapi juga membantu dalam membangun identitas merek yang kuat di dunia digital.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan diatas serta kegiatan wawancara dengan 4 orang target, dapat disimpulkan bahwasanya digital marketing melalui media sosial ini sangat berpengaruh bagi suatu usaha Self Photo Studio Sidoarjo. khususnya dalam beberapa platform yang tepat untuk mempromosikan sebuah konten atau vidio menarik seperti Instagram dan TikTok, sosial media ini dapat membantu menarik atau mencapai target pasar yang lebih luas. diharapkan melalui penelitian ini para pemilik usaha dapat dengan mudah memasarkan atau memahami digital marketing melalui media sosial sehingga dapat dengan mudah memasarkan suatu usaha yang dijalankan. maka dari itu dapat disimpulkan bahwasanya digital marketing ini sangat penting dan berpengaruh bagi suatu usaha, dan diharapkan usaha Self Photo Studio Sidoarjo harus terus berkembang dengan menggunakan digital marketing dan meluangkan ide-ide menarik, sembari mengikuti kemajuan teknologi seiring waktu.

### 5.2 Saran

Secara keseluruhan, pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai strategi digital marketing dapat membantu usaha self photo studio di Sidoarjo untuk menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan penjualan, serta menciptakan hubungan yang lebih erat dengan customer melalui konten yang menarik dan pemilihan hastag yang relevan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aksenta, A., Irmawati, Hayati, N., Sepriano, Herlinah, Silalahi, A. T., Pipin, S. J., Abdurrohman, I., Boari, Y., Mardiana, S., Sutoyo, M. N., Sumardi, Gani, I. P., & Ginting, T. W. (2023). LITERASI DIGITAL: Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0. In *Perspektif* (Vol. 1, Issue 2).
- Fitri, S. M. (2022). *Self Photo Studio, Konsep Foto Unik ala Korea yang Digandrungi Kalangan Muda Semarang*. Kompas. <https://regional.kompas.com/read/2022/08/16/104251078/selfphoto-studio-konsep-foto-unik-ala-korea-yang-digandrungi-kalangan-muda>
- Ifadhila, et al. (2024). *Pemasaran Digital Di Era Society 5.0* (Issue March).
- Lady, Antony Sentoso, Cindy Valentina, Lim, M. A., Jenny, & Angeline Aurellia. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Sarana Promosi UMKM Legenda Photo di Kota Batam. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 281–295. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i1.908>
- Mustakim. (2024). *Pengaruh digital marketing instagram dan tiktok terhadap brand awareness anxietive self photo studio pekanbaru pada mahasiswa di kota pekanbaru*.
- Ramadhanty. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Content Instagram @KedaiKopiKulo terhadap Sikap Konsumen. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 2614–0373.
- Ramania, M. I. A. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Dan Promosi Nee Studio Pada Gen Z. *Jurnal Vicidi*, 14(1), 92–103. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v14i1.4598>
- Setia Budi, H., Adnyana, I. W., Swandi, I. W., & Suardina, I. N. (2023). Character Design of Mahapatih Gajah Mada Based on Visual References from Bima and Brajanata/Kertala Statues. *Vcd*, 8(1), 151–170. <https://doi.org/10.37715/vcd.v8i1.3956>