

KOMUNIKASI PEMASARAN VIDEOGRAFER FREELANCE GAMBARBENING.ID DALAM MENARIK PARA CLIENT

Krisna Surya Gemilang krisna.730x@gmail.com
Dr.Bambang Sigit Pramono, S.Sos.,M.Si sigit99@untag-sby.ac.id
Drs. Widiyatmo Ekoputro,MA widiyatmo@untag-sby.ac.id
Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (UNTAG Surabaya)

Abstract

Technology in this day and age has begun to develop rapidly, especially the business world. The business world in this era has many who market their products to their services. Services such as event documentation services. For example, documentation services from the vendor Gambarbening.id. Gambarbening.id itself opened documentation services for almost 5 years, which is long enough to build the vendor's branding. Researchers want to know the marketing communication of freelance videographers Gambarbening.id in attracting clients. The method used is a qualitative descriptive approach, with data collection techniques of observation, interviews, documentation, and data validity. Researchers managed to get satisfying results, where the Gambarbening.id vendor is a freelance vendor who is well known by outside vendors and freelancers. In addition, the marketing carried out is effective in attracting clients through social media Instagram and word of mouth. This research hopes to be useful in the development of Communication Science, especially related and marketing communication.

Keywords: Vendor, Freelance, Gambarbening.id, Marketing communication.

Abstrak

Teknologi pada zaman sekarang sudah mulai berkembang pesat, terutama dunia bisnis. Dunia bisnis pada era sekarang sudah banyak yang memasarkan produk mereka hingga jasa mereka. Jasa tersebut seperti jasa dokumentasi acara. Contohnya, jasa dokumentasi dari vendor Gambarbening.id. Gambarbening.id sendiri membuka jasa dokumentasi hampir 5 tahun, yang mana sudah cukup lama untuk membangun branding vendor tersebut. Peneliti ingin mengetahui komunikasi pemasaran videografer freelance Gambarbening.id dalam menarik client. Adapun metode yang digunakan yakni pendekatan deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi, dan keabsahan data. Peneliti berhasil mendapatkan hasil yang memuaskan, yang dimana vendor Gambarbening.id adalah sebuah vendor freelance yang sudah dikenal oleh vendor maupun freelance luar. Selain itu, pemasaran yang dilakukan ampuh untuk menarik para client lewat media sosial instagram maupun mulut ke mulut (Word of Mouth). Penelitian ini berharap bisa bermanfaat dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya berkaitan dan komunikasi pemasaran.

Kata kunci: Vendor, Freelance, Gambarbening.id, Komunikasi pemasaran.

Pendahuluan

Teknologi saat ini sudah berkembang pesat dalam dunia bisnis. Hal ini membuat dunia bisnis tersebut berkembang pesat. Masyarakat saat ini harus menyesuaikan atau mengadaptasi dengan teknologi yang berkembang saat ini, khususnya dunia bisnis. Para konsumen sudah mulai cerdas dalam memilih produk hingga jasa untuk kebutuhan hidup mereka. Para Perusahaan pun dituntut peka dalam memenuhi kebutuhan para konsumen agar para konsumen merasa terpenuhi kebutuhan mereka. Jika Perusahaan tidak melakukan hal tersebut, maka konsumen bisa saja tidak membeli produk atau jasa dari Perusahaan tersebut. Para Perusahaan pun juga harus melakukan komunikasi pemasaran agar Perusahaan tersebut bisa bertahan serta dapat mencapai tujuan awal dari Perusahaan tersebut.

Dalam saat ini, bisa dikatakan sangatlah muda untuk menemukan videografer, baik tetap hingga freelance atau bisa disebut dengan pekerja lepas. Sama seperti pelaku usaha lainnya, para freelance videografer juga menggunakan komunikasi pemasaran untuk memasarkan produk jasa yang mereka tawarkan. Hanya saja terdapat perbedaan dari pelaku usaha lainnya. Videografer freelance bisa dikatakan usaha kecil – kecilan, namun tak jarang mereka dapat bersaing dengan yang bekerja di usaha yang lebih besar. Atau bahkan bisnis freelance videografer jauh lebih berkembang daripada jasa video yang lebih besar.

Dahulu, bentuk usaha ada dimana-mana dan jarang juga kita menjadi konsumen. Berbagai produk yang mereka keluarkan oleh para pengusaha, pelaku bisnis mulai dari makanan/minuman, baju/celana, alat elektronik dan lain sebagainya. Tidak hanya berupa produk, usaha juga bisa dilakukan dengan cara membuka jasa seperti *Wedding Organizer* (WO), Layanan antar barang, Layanan antar – jemput, hingga jasa dokumentasi (Foto atau video)

Dalam teknologi yang berkembang saat ini, terutama dalam perkembangan videografer. Dengan kemajuan teknologi, para Videografer akhir-akhir ini sangat trend dan sudah tidak asing di telinga Masyarakat. Dengan kondisi demikian membuat munculnya videografer studio, videografer, hingga videografer yang semakin berkembang, terutama di kota-kota besar. Salah satunya seorang videografer freelance di kota Sidoarjo yang cukup di kenal oleh Masyarakat yang memiliki usaha yang disebut GambarBening.id. GambarBening. Id adalah suatu usaha yang di bentuk oleh owner yang bernama Muhammad Yogianto sejak 2019 yang melayani jasa foto maupun video seperti pernikahan (*wedding*), Pre – Wedding, Tunangan (*engagement*), Wisuda (*graduation*), Trip, Ulang tahun dan lain-lain. Tetapi, untuk saat ini, vendor Gambar Bening.id rata – rata penerimaan job tersebut adalah sebagai videografer freelance. GambarBening. id saat ini aktif menjalankan komunikasi pemasaran dengan cara mulut ke mulut, dan mengontak vendor lain jika ada double job GambarBening. Id juga mengupload hasil video kerjanya melalui akun instagramnya, dan juga memberikan informasi diskon atau promo untuk jasanya serta memberitahu jika tanggal tersebut kosong lewat media sosialnya. Berdasarkan penelitian diatas, penulis merumuskan bagaimana komunikasi pemasaran videografer freelance Gambarbening.id dalam menarik para client serta tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi pemasaran videografer freelance Gambarbening.id dalam menarik para client.

Kajian Teori

Untuk Teori yang digunakan oleh peneliti yaitu teori IMC (Intergrated Marketing Communication) dan teori interpersonal. Secara sederhananya IMC dapat diartikan sebagai “Proses dari pengelolaan customer relationships yang menggerakkan brand value”. Sedangkan secara fisik, IMC dapat diartikan sebagai “Proses yang mempunyai fungsi bersilang dalam

menciptakan dan memelihara hubungan yang menguntungkan dengan customer dan stakeholder lainnya dengan mengontrol dan mempengaruhi secara strategis semua pesan yang terkirim kepada kelompok lain serta menggerakkan dialog dengan maksud tertentu kepada mereka”. Komunikasi interpersonal adalah sebuah komunikasi atau proses pertukaran informasi, ide, pendapat, dan perasaan yang terjadi antara dua orang atau lebih dan biasanya tidak diatur secara formal. Dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi. Sedangkan Berne dalam Ramaraja (2012) mengatakan bahwa bahasa yang dipergunakan dalam proses berkomunikasi interpersonal dapat menggambarkan pola komunikasi, manajemen, kepribadian serta perbuatan.

Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dipakai adalah pendekatan kualitatif. Sebagaimana diketahui penelitian kualitatif merupakan aktivitas ilmiah untuk mengumpulkan data secara sistematis, mengurutkan sesuai kategori tertentu, mendeskripsikan dan menginterpretasikan data yang di peroleh melalui wawancara atau percakapan biasa, observasi atau dokumentasi. Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan penemuan. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas untuk bertanya, menganalisis dan mengkonstruksi objek yang diteliti agar lebih jelas.

Pendekatan penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami atau memperoleh pemahaman mengenai fenomena atau gejala yang diteliti. Dalam memperoleh pemahaman yang mendalam, metode penelitian ini mensyaratkan data yang kaya dan keterlibatan peneliti dengan partisipan penelitian secara penuh dan memerlukan waktu lebih lama (Saleh et al., 2017).

Jenis Penelitian

Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah data kualitatif. Dalam data kualitatif ini dapat di peroleh dari ekspresi kata-kata yang diuraikan dan diinterpretasikan. Dalam proses analisis data kualitatif dengan memahami gejala-gejala yang khas dari analisis sebelumnya. Analisa ini mengumpulkan sekian banyak tema, fokus, budaya, nilai, dan simbol-simbol budaya yang ada dalam setiap domain. Selain itu, analisis ini berusaha menemukan hubungan-hubungan yang terdapat pada domain yang dianalisis, sehingga akan membentuk satu kesatuan yang *holistic*, yang akhirnya menampilkan tema yang domain dan mana yang kurang domain (Saleh et al., 2017).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan yang sangat penting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan hasil yang baik serta data yang memiliki kredibilitas tinggi, dan sebaliknya. Oleh karena itu, tahap ini tidak boleh salah dan harus dilakukan secara benar dan cemat sesuai prosedur.

1. Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam

penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya. Pada hal ini, penulis akan melakukan wawancara mendalam kepada M. Yogiarto selaku owner vendor gambarbening.id.

2. Dokumentasi

Dokumentasi secara umum dapat disimak dari pemakaian kata tersebut dalam kehidupan sehari – hari. Misalnya, dalam sebuah kepanitiaaan, hampir selalu ada seleksi dokumentasi. Tugas dari seleksi tersebut yaitu mengambil foto maupun video kegiatan panitia tersebut, walaupun sebenarnya lebih dari itu. Terminologi dokumentasi tersebut antara lain dipakai pada pengertian: dokumentasi teknik, dokumentasi pribadi, dan sebagainya (Blasius Sudarsono, 2003).

Dalam dokumentasi ini dilakukan dengan cara Observasi adalah pengamatan yang dilakukan dengan cara mengamati subjek secara langsung di lapangan. Observasi dilakukan dengan cara mengamati dan memahami segala aktivitas yang dilakukan oleh gambarbening.id untuk melakukan komunikasi pemasaran terhadap untuk menarik para client.

Teknik Analisis Data

Teknik Analisa data merupakan usaha yang melibatkan sebuah interaksi antara data, pengaturan data, mengklarifikasikannya ke dalam unit yang dapat dikelola yang apa yang perlu disampaikan kepada pihak lain. Dengan kata lain, teknik Analisa data merupakan teknik untuk mengatur data yang dimaksud untuk interpretasi

a) Reduksi Data

Reduksi Data merupakan Langkah pemilihan ,penyederhanaan dan transformasi data kasar dari hasil wawancara di lapangan. Pada tahap ini, peneliti membuat rangkuman dari data yang didapat. Rangkuman data yang dilakukan berasal dari permilahan data dan fokus memperoleh data dari narasumber untuk kepentingan penelitian agar dapat memberikan gambaran dari narasumber sehingga peneliti tersebut bisa melakukan pengumpulan data selanjutnya.

b) Penyajian data

Penyajian data yang telah direduksi dan disusun rapi menjadi teks naratif ataupun uraian singkat agar peneliti mampu mendapatkan gambaran informasi yang lebih jelas.

c) Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan pengumpulan data terakhir dari Analisa data yang dilakukan oleh peneliti setelah seluruh data tersebut disuguhkan dengan cara mengukur, menguji dan membandingkan antara data sebenarnya yang di dapat pada saat di lapangan.

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Videografer Freelance Gambarbening.id Terhadap Client

Dari hasil wawancara tersebut, terdapat pengakuan dari client Gambarbening.id yang Bernama Heni Hermawati sebagai pengguna jasa wisuda SD. Untuk pengakuan dari beliau sebagai berikut:

- *“alhamdulillah sebening dengan vendornya ya bening sebening fotonya juga baik sekali. untuk videonya baik tapi saya harapkan kalau membuat videonya prosesnya agak dicepatkan ya jangan lama-lama karena wali murid sudah berteriak-teriak”*(wawancara dengan Ibu Heni Hermawati ,06 Mei 2024)

Dari hasil wawancara tersebut,sudah mendapatkan pengakuan dari bu Heni Hermawati tentang hasil foto video yang ditawarkan. Akan tetapi, dibalik itu semua ada yang namanya kendala. Pengakuan Kendala yang dialami oleh Gambarbening.id sebagai berikut :

- *“kendalanya adalah tentang waktu mas kita mesti sama vendornya selalu hari tanggalnya itu loh mas mesti ndak bisa klik dengan kita, kadang kita harus janjian hari ini bisa ndak oh tidak harus ngeklik kan sama-sama bisanya jadi kita tergantung dari sini dulu dari vendor ini kalau situ siap kita juga sudah siap”* (wawancara dengan Ibu Heni Hermawati, 06 Mei 2024)

Dari hasil pengakuan informan serta hasil observasi dapat diambil makna dan arti bahwa ibu Heni Hermawati selaku client yang mengorder jasa Gambarbening.id ini untuk wisuda SD, Ibu Heni mengaku untuk hasil foto dan video yang di buat oleh vendor tersebut cukup memuaskan, Akan tetapi,untuk pembuatan video bisa lebih cepat karena wali murid SD tersebut sudah menagih.

Peneliti sempat bertanya tentang harga yang ditawarkan apakah worth it dengan hasil yang diberikan.Hal tersebut di katakan oleh ibu Heni bahwa harga tersebut worth it dan puas dengan hasil yang diberikan oleh Gambarbening.id ini. Akan tetapi, peneliti juga menanyakan tentang hambatan yang dialami oleh ibu Heni selama dia mengorder jasa Gambarbening.id itu sendiri ialah tentang waktu yang tidak sama.Karena ibu Heni sendiri merasa terhambat dengan waktu Gambarbening.id dikarenakan vendor Gambarbening.id ini adalah vendor freelance yang dimana jadwal waktu freelance abu – abu atau tidak pasti.Jadi, ibu Heni terpaksa menunggu jadwal kosongnya dari Gambarbening.id ini dan jika Gambarbening.id tersebut memiliki jadwal kosong, maka ibu Heni harus mengikuti waktu kosong si Gambarbening.id tersebut.

Inti dari kedua teori tersebut ialah dari hasil pengakuan ibu Heni Hermawati selaku client yang mengorder jasa Gambarbening.id dalam bentuk foto dan video untuk acara wisuda SD,teori tersebut ialah menggunakan teori Interpersonal.Teorii interpersonal ini cocok dengan pengakuan ibu Heni tersebut karena ibu Heni sendiri memproses komunikasi kepada Gambarbening.id tersebut yang menghasilkan informasi,ide,pendapat dan perasaan yang terjadi dalam komunikasi tersebut.Komunikasi tersebut dilakukan secara tatap muka (Face to Face).Sedangkan untuk teori IMC (Intergrated Marketing Communication) tidak cocok dengan hasil pengakuan tersebut karena ibu Heni sendiri mengenal pemilik vendor tersebut adalah alumni dari SD tersebut.sehingga ibu Heni mengenal orangnya secara personal dan vendornya juga.

Model Komunikasi Pemasaran Videografer Gambarbening.id

Dari hasil wawancara oleh M.Yogianto selaku pemilik vendor Gambarbening.id,terdapat sebuah pengakuan tentang model komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Gambarbening.id untuk menarik perhatian kepada calon client. Pengakuan sebagai berikut :

- *“saya biasanya fokusnya lebih ke Instagram karena menurut saya di Instagram itu lebih-lebih kompleks jadi kita bisa menyimpan foto sekaligus kita bisa mempromosikan jasa atau usaha saya gitu jadi secara nggak langsung. Kita juga bisa menyimpan secara online jadi nggak perlu nunjukin atau ngirim bolak-balik ke orang jadi cukup ngirim nama IG nya ke klien calon klien biar*

calon klien bisa menilai hasil kerja saya dan bisa di link dengan saya begitu”
(wawancara dengan M.Yogianto , 19 April 2024)

Dari hasil wawancara pertama, terdapat pengakuan dari M.Yogianto bahwa model komunikasi pemasaran yang di gunakan ialah media sosial seperti instagram.Akan tetapi, Apakah Memasarkan lewat media sosial seperti instagram itu relatif, berikut dari pengakuan :

- *“menurut saya sangat relatif karena kita nggak perlu bayar orang untuk membantu ngepromosiin jasa kita secara nggak langsung itu menurut saya lebih relatif di Instagram dan yang udah saya jelasin tadi kita juga nggak perlu kita juga nggak perlu file foto ke calon klien ke calon klien nama Instagram kita biar klien tuh bisa lihat-lihat secara langsung hasil portofolio kita selama perjalanan hampir 5 tahun.”*

(wawancara dengan M.Yogianto , 19 April 2024)

Berdasarkan analisis peneliti tentang komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Gambarbening.id untuk menarik para client ialah komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh vendor tersebut lewat media sosial seperti instagram.Dari hasil wawancara tersebut, M.Yogianto memasarkan vendornya ke instagram dengan cara upload konten foto dan video setiap hari untuk menarik para pelanggan atau client.

Dari hasil pengakuan informan serta hasil observasi dapat diambil makna dan arti bahwa model komunikasi pemasaran yang dipakai oleh M.Yogianto untuk memasarkan vendor Gambarbening.id ialah menggunakan media sosial seperti Instagram.Peneliti sempat bertanya jika memasarkan lewat media sosial seperti Instagram lebih relatif atau tidak,Yogi mengatakan sangat relatif karena lebih kompleks untuk menyimpan foto dan video serta bisa mempromosikan jasa atau usaha secara tidak langsung.

Inti dari kedua teori tersebut ialah hasil dari pengakuan Yogi selaku pemilik vendor Gambarbening.id ini adalah menggunakan teori IMC (Intergrated Marketing Communication) dan teori interpersonal.Peneliti merasa kedua teori tersebut cocok dengan pengakuan Yogi karena model komunikasi pemasaran yang dia pakai ialah menggunakan media sosial seperti Instagram dan juga melakukan jadwal meeting jika calon client tersebut ingin mendapatkan informasi yang lebih kepada Gambarbening.id ini untuk hari special si calon client tersebut.

Pengaruh Kerja Sama Antar Vendor Gambarbening.id

Peran komunikasi pemasaran kepada freelance luar sangat penting untuk menjalin hubungan kerja sama agar pekerjaan tersebut bisa di selesaikan dengan cepat dan efisien.Komunikasi pemasaran tidak hanya kepada calon client, tetapi bisa juga kepada freelance luar maupun vendor luar.Hal tersebut bisa jadi karena sewaktu waktu freelance luar maupun vendor luar pun bisa meminta bantuan kepada vendor Gambarbening.id jika ada jadwal yang bertabrakan ataupun double job.Dari hasil wawancara dengan Muhammad Raihan A selaku orang yang pernah bekerja sama dengan Gambarbening.id, Terdapat sebuah pengakuan tentang pengalaman bekerja sama dengan vendor tersebut,:

- *“ kebetulan pemilik vendor Gambarbening.id adalah teman dekat saya atau teman smk saya ya otomatis saya kenal dengan orang secara personalnya dan vendornya. kalau seingat saya-saya mulai diajak nge job itu awal tahun 2023 ya sampai sekarang kurang lebih satu tahun berarti satu tahun lebih “*

(Wawancara dengan M.Raihan A , 27 Mei 2024)

Dalam kesempatan yang sama, peneliti juga menanyakan tentang hambatan apa saja yang dialami oleh Raihan, Raihan mengatakan :

- “ Kalau hambatan sejauh ini tidak ada ya karena saya ikut gambarbening.id itu sebagai freelance dan saya menghargai setiap pekerjaan yang diberikan oleh yogi kecuali pemilik gambarbening itu meminta saran dan mengamanahkan saya sebuah jobdesk, saya akan bertanya dulu dan bertanya jobdesk saya apa saja kemudian baru bisa saya sharing setiap ada hambatan atau jawab jawaban yang kurang jelas dari gambarbening.id “
(Wawancara dengan M.Raihan A , 27 Mei 2024)

Dari hasil Analisa terhadap pengakuan dari M.Raihan A selaku orang yang pernah bekerja sama dengan vendor Gambarbening.id .Kebetulan Raihan kenal Yogi ini satu SMK, jadi dia bisa mengenal sikap personal maupun vendornya.Dari pengakuan Raihan, dia bekerja sama dengan Gambarbening.id ini sejak awal tahun 2023, kalau di hitung sampai sekarang mungkin sudah 1 tahun. Dalam hal tersebut,Raihan akan bertanya jobdesk sebagai apa dan sharing setiap hambatan yang dialami serta jawaban – jawaban yang kurang jelas dari Gambarbening.id.Setiap kerja sama,pasti ada penawaran untuk menjadi pekerja tetap berdasarkan tanggapan dari Raihan sendiri masih tidak bisa akan tetapi jika pemegang Gambarbening.id ini meminta bantuan,Raihan pasti akan membantu.Alasan Raihan tidak bisa menjadi pekerja tetap Gambarbening.id ini ialah dia memiliki kesibukan kuliah serta mengikuti freelance di vendor – vendor lain.

Inti dari kedua teori tersebut tentang pengakuan dari Raihan sebagai freelance yang pernah bekerja sama dengan vendor Gambarbening.id ialah teori yang cocok ialah teori interpersonal karena teori interpersonal sendiri adalah sebuah komunikasi atau proses pertukaran informasi, ide, pendapat, dan perasaan yang terjadi antara dua orang atau lebih dan biasanya tidak diatur secara formal.Dalam komunikasi interpersonal, setiap partisipan menggunakan semua elemen dari proses komunikasi. Dari teori interpersonal tersebut,akan mengakibatkan pertukaran proses informasi, ide, pendapat, dan perasaan yang terjadi antara pemilik Gambarbening.id dan Raihan yang tidak di atur secara formal.Raihan juga mengatakan kenal dengan pemilik Gambarbening.id dari waktu SMK, sehingga Raihan bisa kenal secara personal dan vendornya.

Hambatan Yang Terjadi Kepada Vendor Gambarbening.id Terhadap Para Freelance Luar Dan Client.

Dalam dunia usaha, khususnya freelance vendor pasti ada yang namanya hambatan.Hambatan ini bisa terjadi oleh vendor sendiri maupun vendor lain.Akan tetapi, dengan hambatan tersebut bisa menjadi bahan evaluasi bagi freelance maupun vendor agar bisa memperbaiki dan tidak diulang di kemudian hari..Peneliti ingin mengetahui tentang “Dulu awal - awal bangun komunikasi pemasaran Gambarbening.id itu kendalanya seperti apa sih?” Pernyataan tersebut dijawab oleh informan pertama M.Yogianto selaku pemilik vendor Gambarbening.id mengatakan bahwa :

- “Kendala saya dulu awalnya ya lebih ke meyakinkan klien jadi gimana caranya klien saya ini percaya momen spesialnya terutama momen wedding-nya dipercayakan dokumentasinya ke saya itu kadang agak susah dulu soalnya dulu pas awal awal saya masih belum punya portofolio yang banyak jadi ya mau nggak mau harus bikin promo gila-gilaan dulu itu mau nggak mau buat menarik minat pelanggan sama biar dapat portofolio sih” (wawancara dengan M.Yogianto , 19 April 2024)

Selain itu, adapun hambatan yang dialami oleh client selama menggunakan jasa Gambarbening.id tersebut. Peneliti ingin mengetahui tentang “Apakah ada kendala pada saat mengorder jasa dari gambarbening.id ini?”. Pernyataan tersebut ditanggapi oleh informan kedua yaitu Ibu Heni Hermawati selaku client yang mengorder jasa foto dan video untuk wisuda SD. Pengakuan ibu Heni Hermawati menyatakan bahwa :

- *“kendalanya adalah tentang waktu mas. Kita mesti sama vendornya selalu hari tanggalnya itu loh mas mesti ndak bisa ndak bisa klik dengan kita, kadang kita harus janji hari ini bisa ndak oh tidak harus ngeklik kan sama-sama bisanya jadi kita tergantung dari sini dulu dari vendor ini kalau situ siap kita juga sudah siap”*

(wawancara dengan Ibu Heni Hermawati, 06 Mei 2024)

Dari pengakuan M. Yogianto dan Ibu Heni Hermawati, mereka memiliki kendala atau hambatan yang dialami masing – masing. Akan tetapi, peneliti juga membutuhkan pengakuan dari informan ketiga yaitu M. Raihan selaku freelance luar yang pernah bekerja sama dengan Gambarbening.id. Peneliti ingin mengetahui tentang “Apakah ada hambatan ketika bekerja sama dengan gambarbening.id? Dan untuk solusinya bagaimana?”. Pernyataan tersebut ditanggapi oleh M. Raihan yang menyatakan bahwa :

- *“ Kalau hambatan sejauh ini tidak ada ya karena saya ikut gambarbening.id itu sebagai freelance dan saya menghargai setiap pekerjaan yang diberikan oleh yogi kecuali pemilik gambarbening itu meminta saran dan mengamahkan saya sebuah jobdesk, saya akan bertanya dulu dan bertanya jobdesk saya apa saja kemudian baru bisa saya sharing setiap ada hambatan atau jawab jawaban yang kurang jelas dari gambarbening.id “*

(Wawancara dengan M. Raihan A , 27 Mei 2024)

Hasil observasi peneliti tentang Peran Hambatan yang terjadi kepada vendor Gambarbening.id terhadap para freelance luar dan client menyatakan bahwa :

Hambatan yang dialami oleh M. Yogianto selaku pemilik vendor Gambarbening.id ini adalah ketika awal merintis usaha vendor foto dan video dia lebih menyakinkan kepada client dan bagaimana vendor Gambarbening.id ini dipercayakan oleh client untuk mendapatkan moment – moment specialnya terutama wedding masih susah karena Gambarbening.id sendiri masih minim punya portofolio yang mengakibatkan membuat promo gila – gilaan agar dapat menarik pelanggan dan juga mendapatkan portofolio juga. Selain itu, ada juga hambatan yang dialami oleh ibu Heni Hermawati selaku client yang mengorder jasa Gambarbening.id dalam bentuk foto dan video untuk wisuda SD. Ibu Heni Hermawati mengatakan bahwa kendala yang dialami adalah tentang waktu si ibu Heni dan Gambarbening.id ini, karena ibu Heni ini merasa tidak bisa pas dengan waktu Gambarbening.id ini, dan ibu Heni terpaksa harus janji dan juga bergantung dengan waktu Gambarbening.id itu sendiri. Akan tetapi, jika vendor Gambarbening.id itu punya jadwal kosong, maka ibu Heni juga harus mengikuti waktu Gambarbening.id ini. Adapun pengakuan hambatan dari M. Raihan selaku freelance luar yang pernah bekerja sama dengan Gambarbening.id tersebut. M. Raihan mengatakan bahwa dia tidak ada kendala selama bekerja sama dengan vendor tersebut, karena dia ikut Gambarbening.id sendiri sebagai freelance dan dia juga menghargai setiap pekerjaan yang diberikan Yogi itu

sendiri kecuali pemilik Gambarbening.id ini meminta saran dan mengamankan Raihan sebuah jobdesk, Raihan akan bertanya dulu tentang jobdesk yang diberikan serta sharing setiap ada hambatan atau jawaban – jawaban yang kurang jelas dari Gambarbening.id tersebut.

Dari pernyataan tentang informan serta hasil observasi oleh peneliti dapat di ambil makna atau arti bahwa hambatan pasti akan terjadi kepada usaha – usaha, terutama usaha vendor foto dan video. Dengan adanya hambatan, maka ada bahan evaluasi untuk memperbaiki hambatan yang sudah terjadi maupun tidak akan diulang di kemudian hari. Hambatan bisa terjadi kepada siapapun, seperti pemilik vendor, orang yang bekerja sama, dan client. Untuk hambatan yang di alami oleh M. Yogianto selaku pemilik vendor Gambarbening.id sendiri ialah ketika awal merintis usaha vendor foto dan video dia lebih menyakinkan kepada client dan bagaimana vendor Gambarbening.id ini dipercayakan oleh client untuk mendapatkan moment – moment specialnya terutama wedding. Yogi sendiri mengatakan bahwa masih susah karena Gambarbening.id sendiri masih minim punya portofolio yang mengakibatkan membuat promo gila – gilaan agar dapat menarik pelanggan dan juga mendapatkan portofolio juga. Peran portofolio sendiri sangat penting bagi para vendor agar si calon client bisa melihat hasil tanpa harus meminta langsung kepada pemilik vendor tersebut. Jika masih memiliki minim portofolio, hal tersebut membuat para si calon client curiga. Hambatan tersebut juga dirasakan oleh ibu Heni Hermawati selaku client yang pernah mengorder jasa Gambarbening.id.

Ibu Heni sendiri mengatakan bahwa hambatan yang dialami adalah tentang waktu. Karena waktu ibu Heni dan Gambarbening.id tersebut berbeda dan juga ibu Heni harus ketergantungan waktu dengan Gambarbening.id itu sendiri. Sehingga, jika Gambarbening.id ini memiliki waktu yang kosong, ibu Heni harus mengikuti waktu kosong yang dimiliki oleh Gambarbening.id tersebut. Adapun orang yang pernah bekerja sama dengan Gambarbening.id contohnya M. Raihan A. Raihan mengaku tidak ada kendala yang dia alami, dia mengatakan bahwa dia hanya seorang freelance yang bekerja sama dengan Gambarbening.id itu sendiri dan Raihan juga menghargai setiap jobdesk yang diberikan oleh Gambarbening.id itu sendiri kecuali Gambarbening.id itu sendiri meminta saran dan mengamankan Raihan setiap jobdesk. Akan tetapi, Raihan akan bertanya tentang jobdesk apa dan akan sharing setiap ada hambatan atau jawaban – jawaban yang kurang jelas dari Gambarbening.id.

Untuk landasan teori yang berhubungan dengan hasil observasi peneliti tersebut ialah teori interpersonal. Teori Interpersonal ini memiliki hubungan dengan hasil observasi peneliti karena setiap ada hambatan, pasti menimbulkan komunikasi untuk menanyakan hambatan apa dan Solusi untuk mengatasi hambatan itu bagaimana. Dengan memakai teori interpersonal, maka hambatan tersebut bisa di komunikasi kan agar bisa di selesaikan dengan cepat dan efisien. Hambatan komunikasi adalah kondisi yang membuat komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih tidak berjalan dengan lancar. Hambatan komunikasi terjadi dikarenakan adanya suatu hal yang mengganggu salah satu bagian dari proses komunikasi yang sedang terjadi, sehingga proses komunikasi yang terlaksana dengan efektif. Adapun macam – macam hambatan komunikasi, yaitu kurangnya kemampuan dalam komunikasi, kurang mengetahui sistem sosial setempat, sikap kurang selaras, komunikasi berlebihan, dan komunikasi hanya satu arah. Contohnya ibu Heni Hermawati yang mengatakan

bahwa kendala yang dialami adalah tentang waktu si ibu Heni dan Gambarbening.id itu sendiri. Oleh karena itu, Ibu Heni memiliki kehambatan komunikasi kepada Gambarbening.id terhadap waktu. Karena, pada dasarnya jam kerja para freelance biasanya abu – abu atau tidak pasti, maka hal tersebut bisa saja ada waktu kosong mendadak.

Penutup

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan komunikasi pemasaran videografer freelance Gambarbening.id dalam menarik para client. Dari hasil penelitian tersebut, peneliti dapat mengambil Kesimpulan bahwa dalam membangun usaha bisa mulai dengan membuat produk atau membuka jasa. Salah satunya ialah jasa dokumentasi dari vendor Gambarbening.id. Gambarbening.id sendiri mempromosikan produknya di Instagram, dan berjalan selama hampir 5 tahun. Pemegang Gambarbening.id menanggapi jika memasarkan lewat Instagram relatif karena pemegang Gambarbening.id tinggal memberikan nama akun instagramnya kepada calon client tanpa kirim produknya secara terus menerus kepada calon client. Tidak hanya pemasaran di media sosial, tetapi juga memakai pemasaran mulut ke mulut (Word of Mouth). Pemasaran mulut ke mulut (Word of Mouth) lebih relatif daripada Instagram karena dapat menaruh kepercayaan seseorang lebih tinggi daripada Instagram.

Daftar Pustaka

- Amanah, D., & Harahap, D. (2018). PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN PERUSAHAAN TERHADAP KESADARAN MEREK PELANGGAN. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 11(3), 207–216.
- Fazri, M. AL, Anggraini Putri, I., & Ekonomi dan Bisnis Islam, F. (2022). Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Keterampilan Interpersonal Dalam Berkomunikasi Tatap Muka. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(1), 46–58. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i1.510>
- Herlina, R., Alfianty, M., & Sariwaty, Y. (2021). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA WEDDING PHOTOGRAPHY NESNUMOTO BANDUNG. *Jurnal Beja*, 1(1).
- Ismawan, F. (2020). Pengaruh Periklanan dan Harga Jual Terhadap Penjualan Produk Air Minum (Pada PT. Segara Bumi Persada). *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 53–60.
- Natalia, P., & Mulyana, D. M. (2014). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(2), 119–128.
- Saleh, S., Pd, S., & Pd, M. (2017). *ANALISIS DATA KUALITATIF Editor: Hamzah Upu*. Pustaka Ramadhan.
- Sandyakala, M. (2020). Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30(2), 184–198.
- Sari, D. (2020). *Strategi Pemasaran Markem Wedding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Calon Konsumen Di Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Riau.
- Sari, E. A., & Sinatra Wijaya, L. (2019). Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. *JIK: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 16–27.
- Sari, V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro. *Diponegoro University Journal Of Social And Politic*.