

DAFTAR PUSTAKA

- A Pearce II Jhon.Richard B. Robinson Jr. (2013). *Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (N. P. Sari (ed.)). Salemba Empat.
- Abidin, Y. Z. (2014). *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Pustaka Setia.
- Antonio, S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (1st ed.). Gema Insani.
- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. ARMICO.
- Arifin, A. (2010). *Strategi Komunikasi*. ARMICO.
- Arni, M. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- David, F. R. (2016). *Manajemen Strategik* (A. Sindoro (ed.)). Prehallindo.
- Effendy, O. U. (2003a). *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2003b). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Folley, J., & Kendrick. (2006). *Strategi memenangkan pasar dengan menyeimbangkan kekuatan brand dan reputasi perusahaan*. (A. Achihar (ed.)). Transmedia.
- Fombrun, C. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*. MA: Harvard Business School Press.
- Kemenparekraf. (2022). *Pariwisata dan ekonomi kreatif 2022*.
- Koesomowidjojo, S. R. M. (2021). *Dasar-Dasar Komunikasi*. Bhuana Ilmu Populer.
- Morrisan. (2008). *Manajemen Public Relations : Strategi Menjadi Humas Profesional*. Prenada Media Group.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.

Suryadi, A. M. S. (2018). *Strategi Komunikasi : Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.); 2nd ed.).

Wayne, P. R., Peterson, B. D., & Burnett, M. D. (1997). *Techniques for Effective Communication*. Addison Wesley.

Widjaya, A. W. (2003). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. PT. Raja Grafindo Persada.

Referensi Lainnya:

Aswan, D. T. (2018, November 14). TRIBUNWIKI: Ini 7 Studio Foto di Makassar, Lengkap dengan Akun Instagram dan Nomor WA. *Tribun Makassar.Com*.

Greysen, S. A., & Urde, M. (2014). The Corporate Brand Identity and Reputation Matrix - The Case of Nobel Prize. *Journal of Brand Management*, 23(1).

Miles, M. P., & Covin, J. G. (2000). Environmental Marketing : A Source of Reputational, Competitive and Financial Advantage. *Journal of Business Ethics*, 23, 299–311.

Pursetyaningsih. (2008). Pengaruh Harga, Reputasi, Kualitas Jasa, Promosi Keterpakasaan Berpindah, dan Rekomendasi pada Perilaku Nasabah Berpindah Bank. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 3.

Rosida, C. (2011). The Influence of Corporate Reputation and Trust to Customer Loyalty of ATM Users After Cybercrime Issues (Study at BCA Consumers in Surabaya). *Business and Economics*.

Tarigan, R. M. (2014). Pengaruh Citra Merek Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen Ekstensi Departemen Menejemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Term Of Reference Penelitian

TERM OF REFERENCE (T.O.R)

PHIUTOGRAPHIA STUDIO

A. Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengutamakan data dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai aspek penciptaan. Ide menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat mempengaruhi perekonomian di Indonesia karena SDM yang ada di Indonesia selalu mempunyai ide yang baru. Sektor ekonomi kreatif sendiri terdiri dari 14 sub yaitu sektor periklanan, sektor arsitektur, sektor pasar barang, sektor seni, sektor kerajinan, sektor desain, fesyen, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan. Bisnis ekonomi kreatif yang menjadi tren dan menggunakan adalah bisnis jasa fotografi salah satunya yang berada di Kota Makassar adalah Phiutografia Studio.

Phiutographia Studio merupakan bisnis ekonomi kreatif yang menyediakan jasa fotografi sejak tahun 2013 dan menyediakan berbagai layanan fotografi mulai dari pernikahan, *graduation* hingga foto produk. Phiutographia Studio telah dianggap menjadi salah satu pemain penting

dalam industri fotografi di Kota Makassar yang ditandai dengan memiliki +-44.900 pengikut pada akun Instagram mereka pada akun @phiutografiastudio. Strategi komunikasi menjadi hal yang esensial untuk Phiutographia Studio karena dengan strategi komunikasi yang baik Phiutographia mampu untuk membangun citra positif di mata pelanggan dan masyarakat umum.

B. Maksud dan Tujuan

Maksud dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk menambah, memperdalam serta mengembangkan pengetahuan penulis dalam bidang strategi komunikasi serta dapat menjadi acuan dan bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan reputasi perusahaan di masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan Phiutographia Studio untuk meningkatkan reputasi perusahaan.

C. Ruang Lingkup Kegiatan

1. Persiapan : Penelitian dimulai dengan tahap pengidentifikasian masalah, pengumpulan data dasar (pre intervensi), penentuan masalah prioritas yang akan diselesaikan, identifikasi alternative proyek perubahan untuk menyelesaikan masalah prioritas, dan penetapan proyek perubahan terpilih yang dapat diterapkan dalam waktu 3 bulan.
2. Pelaksanaan perubahan : (Intervensi, wajib dilakukan)
3. Monitoring dan evaluasi.
4. Analisis hasil (Post Intervensi)

5. Penyelesaian.

D. Narasumber

Narasumber yang akan diwawancarai pada penelitian ini adalah :

1. Taufiq Alwi sebagai *Owner* Phiutographia Studio,
2. Dence Denok sebagai *Marketing Manager* Phiutographia Studio,
3. Sukmawanty Anwar sebagai Admin Phiutographia Studio.

E. Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Apa tujuan perusahaan dalam perencanaan strategi komunikasi?
2. Bagaimana strategi komunikasi yang disusun perusahaan?
3. Bagaimana cara perusahaan mengenali khalayak sasaran dalam pengimplementasian dari strategi tersebut?
4. Bagaimana cara perusahaan menyusun pesan yang ingin disampaikan perusahaan melalui strategi tersebut?
5. Apa pesan yang ingin disampaikan perusahaan melalui strategi tersebut?
6. Bagaimana perusahaan memilih metode penyampaian komunikasi yang dilakukan perusahaan?
7. Apa saja kriteria perusahaan dalam menyeleksi media yang akan digunakan untuk pengimplementasian strategi komunikasi?
8. Bagaimana penggunaan media yang telah dipilih dalam pengimplementasian strategi komunikasi yang telah disusun perusahaan?
9. Bagaimana evaluasi yang dilakukan perusahaan terhadap strategi komunikasi yang telah dilaksanakan?

10. Apa saja faktor penghambat dari strategi perusahaan yang telah dilaksanakan?

11. Apa saja faktor pendukung dari strategi perusahaan yang telah dilaksanakan?

F. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Kantor Phiutographia Studio pada Komplek Pemda Lorong 2, Jalan Andi Pangeran Pettarani Blok E 20 No. 23, Rappocini, Panakkukang, Tidung, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90222.

G. Jangka Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama tiga bulan pada Oktober sampai dengan Desember 2023.

Lampiran 2

Profil Perusahaan Resmi



Nomor : 006/PS/12/2023
 Hal : Visi Misi Perusahaan Jasa Fotografi "Phiutografiastudio"
 Lampiran : terlampir

Makassar, 18 Desember 2023

Gambaran Umum Perusahaan :

Dalam sebuah proses kreativitas berkesenian tidaklah cukup hanya dengan penuangan ide-ide kreativitas saja, akan tetapi perlu dituangkan dalam kenyataan visualisasi yang diimbangi dengan kerja keras dan semangat untuk terus berkarya. Dan dari inilah awal dari sekumpulan kecil anak muda yang sadar dengan bakat masing-masing personal dari berbagai Perguruan Tinggi Seni di Yogyakarta, dan memiliki pengalaman kerja di Production House dan Photography Studio. Berbekal itulah kami sepakat untuk mendirikan bendera dengan nama CV. JENDELA NUSANTARA [CV JENUS] yang berbadan hukum pada tahun 2008.

Nama JENDELA yang berarti bukaan pada suatu ruangan berfungsi selain untuk sirkulasi udara juga sebagai tempat untuk melihat keluar, yang artinya kami menerima segala ide - ide kreatif lalu kami tuangkan dalam bentuk audio visual dan photography. Sedangkan NUSANTARA merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan wilayah kepulauan yang membentang dari Sumatera sampai Papua, sehingga JENDELA NUSANTARA secara luas memiliki makna melihat potensi alam Indonesia dari jendela bidikan kamera lalu dituangkan dalam bentuk audio visual dan photography.

Maka pada 2015 Kami mencoba secara profesional mengelola mempromosikan potensi sumber daya alam nusantara melalui kemasan paket, DOKUMENTASI FOTO DAN VIDEO, dan jasa dibidang foto dan video kami berikan nama "PHIUTOGRAFIA STUDIO" merupakan product yang dibawah CV. JENDELA NUSANTARA yang menangani Photography dan Videography secara profesional. Jasa dokumentasi yang siap menangani jasa foto komersial maupun personal di wilayah Indonesia Timur dan Kota Makassar pada khususnya.

☎ 0411-46712284 📞 08114492711 📷 [phiutografiastudio](#)

✉ phiutografiastudio@gmail.com

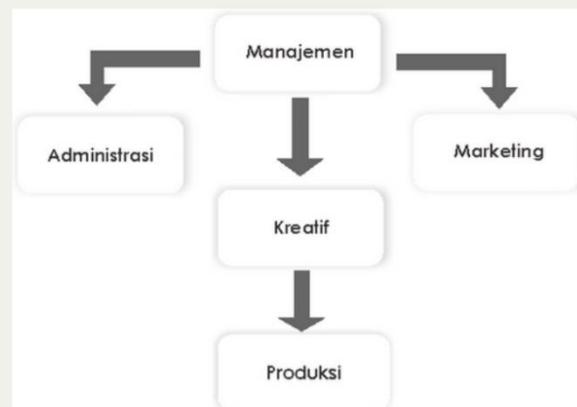
Visi dan Misi

- Menjadi penyelenggara Media Komunikasi yang profesional dan handal
- Memberikan pelayanan jasa dan karya terbaik
- Memberikan kepuasan terhadap konsumen (Client)

Alamat Perusahaan

Jalan Andi Pangeran Pettarani Kompleks Pemda Goro Blok.E.20/23

Struktur Perusahaan



Produk Perusahaan

Perusahaan penyedia jasa komunikasi terpadu salah satunya Rumah Produksi yang berada di Wialyah Sulawesi Selatan. Dengan semangat dan etos kerja yang baik Jendela Nusantara Mampu merancang, memproduksi hingga mengedit berbagai macam video maupun gambar seperti :

Creative Concept

Produksi Iklan TV, TV Program, PSA / Video layanan masyarakat, Video Klip, Video Company Profile, Video Product, Video Presentasi, Video Safety, Video Training, Video Kompilasi, Wedding Klip, Dokumenter, Comercial Photography, Wedding Photography, Corporate Photography, dan Photo Studio.

☎ 0411-46712284 📞 08114492711 📷 [phiutografiastudio](#)

✉ phiutografiastudio@gmail.com

Lampiran 3

Dokumentasi Penelitian



Foto Bersama Narasumber



Tampak Luar Phiutografia Studio



Ruang Tunggu Phiotografia Studio



Logo Phiotografia Studio



Proses Pengambilan Gambar di Phiotografia Studio



Ruangan di Phiutografia Studio